

Revista Let Jet – revista customizada de aviação¹

Amanda Aparecida Gondim ROCCO²

Guilherme Ferreira da SILVA³

Viviane Maiotto ALEIXO⁴

Carla de Araujo RISSO⁵

Vitor de Castro FERNANDES⁶

Centro Universitário Fundação Instituto de Ensino para Osasco - UNIFIEO, Osasco,
SP

RESUMO

A revista de bordo Let Jet faz parte de um projeto interdisciplinar, que consiste na criação de uma marca, um manual de identidade visual que orienta seu uso e a própria revista. A cliente é uma empresa aérea fictícia que realiza voos nacionais e internacionais cujo público-alvo é a classe A. Considerando as informações do *briefing*, a pauta e o projeto gráfico da publicação foram elaborados. Conforme pesquisado, todas as revistas entregues durante o voo possuem conteúdo bilíngue e focam-se em seu local de origem – no caso, o Brasil – sugerindo viagens dentro do país, bem como curiosidades e entretenimento. Desta forma, os clientes aprenderiam mais sobre a nossa cultura, sentiriam-se motivados a viajar e poderiam contar com a Let Jet para isso.

PALAVRAS-CHAVE: revista de bordo; editoração; *design* gráfico; Brasil.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Revista Customizada – Avulso.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de *Design* Digital do Centro Universitário Fundação Instituto de Ensino para Osasco - UNIFIEO, email: aarocco@ig.com.br.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de *Design* Digital do Centro Universitário Fundação Instituto de Ensino para Osasco - UNIFIEO, email: herme.ferreira@gmail.com

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de *Design* Digital do Centro Universitário Fundação Instituto de Ensino para Osasco - UNIFIEO, email: vmaiotto@yahoo.com.br.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de *Design* Digital do Centro Universitário Fundação Instituto de Ensino para Osasco - UNIFIEO, email: carlaarisso@gmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de *Design* Digital do Centro Universitário Fundação Instituto de Ensino para Osasco - UNIFIEO, email: vitor@acordodesign.com.br.

1. INTRODUÇÃO

As revistas customizadas diferem de outros tipos de revistas, uma vez que o seu conteúdo e o seu aspecto visual ajustam-se de acordo com o perfil de seu público-alvo. Segundo afirma Marília Scalzo:

“Na década de 1960, essas revistas também se profissionalizaram e investiram em qualidade de texto, fotografia e recursos gráficos. Surgiram então, algumas experiências interessantes, sempre valorizando em suas pautas a arte, a literatura e a cultura”. (SCALZO, 2003, p. 47)⁷

Assim sendo, para as companhias aéreas, é fundamental investir neste tipo de comunicação personalizada. Por tratar de assuntos sobre viagens e lazer, os leitores sentem-se incentivados a experimentar as sugestões dadas em suas matérias e sabem que a companhia aérea em questão pode proporcionar-lhes estes momentos. Desta forma, ela é uma ferramenta de *marketing* eficaz, já que promove a marca da empresa dentro e fora do ambiente aéreo e auxilia nas vendas.

A revista de bordo da companhia aérea fictícia Let Jet foi desenvolvida para o projeto interdisciplinar do 4º semestre do curso de *Design Digital* do UNIFIEO. De acordo com o *briefing*, a identidade visual desta empresa tinha de ser criada, além de um manual de orientação para aplicação da marca e a sua revista de bordo. Destinada a um público com alto poder aquisitivo, que não se importa em pagar mais para desfrutar de mais conforto e qualidade de serviço, a Let Jet preza por status, requinte e exclusividade. Outros conceitos foram acrescentados após o *brainstorm*: de luxo, sofisticação e credibilidade. Somado a isso, o projeto deveria conter algum traço de brasilidade. Acatando as informações citadas, a marca da empresa e os demais itens foram elaborados. Observa-se, portanto, que a revista de bordo faz parte de um projeto muito maior, pois engloba outras peças gráficas.

Seu conteúdo volta-se para o local de origem da Let Jet: o Brasil. Dicas de viagens, hotéis, restaurantes e lazer são citados, além de um infográfico contendo curiosidades relevantes sobre o país e algumas dicas de passeios internacionais. Como a equipe responsável por este projeto é formada por alunos de *Design Digital*, os professores orientadores determinaram que o conteúdo deveria ser extraído de outras fontes, uma vez que seu objetivo era a criação visual da peça.

⁷ SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*.

A linguagem gráfica, planejada segundo os valores e costumes de seu público, é baseada em um *layout* limpo, funcional e atraente, com *grid* estruturado e espaços em branco projetados, os quais possuem o objetivo de proporcionar uma leitura confortável.

Portanto, investir em uma publicação de qualidade, que une informação e prestação de serviço aliadas a uma experiência visual marcante, é essencial para situar a nova companhia aérea no mercado, conceder-lhe personalidade e conquistar seu público.

2. OBJETIVO

Criar uma revista de bordo que se enquadre na identidade visual desenvolvida para a Let Jet, considerando suas características e as de seu público-alvo, encontrando no *design* gráfico/editorial um fator determinante na promoção da sua marca, na construção da sua imagem e no seu posicionamento no mercado da aviação e do turismo.

3. JUSTIFICATIVA

Partindo da premissa de que a Let Jet é uma nova companhia aérea de luxo no mercado, faz-se necessário o uso de meios de comunicação personalizados para situá-la diante de seus concorrentes e ajudá-la a conquistar o público a quem se destina. Logo, a revista customizada adequa-se perfeitamente a este propósito, visto que sua finalidade é estabelecer uma comunicação eficaz e direta com seus clientes e colaboradores, além de auxiliar a empresa a construir sua imagem institucional dentro do mercado.

A revista de bordo contém matérias destinadas ao público da classe A, com sugestões de viagens na alta-temporada, restaurantes da alta-gastronomia, hotéis luxuosos, entre outros assuntos. Tais temas funcionam como uma amostra do que a Let Jet pode oferecer, tendo como objetivo levar o indivíduo a vivenciar novas experiências e a realizar seus sonhos, esteja o sujeito viajando a trabalho ou a lazer.

Todavia, a publicação não funcionaria se o seu projeto gráfico fosse negligenciado. É imprescindível que o conteúdo esteja organizado de forma harmônica e que os elementos da página respeitem uma hierarquia visual. Assim, o leitor é capaz de distinguir as informações contidas no *layout* e tem o seu olhar conduzido ao longo da leitura.

De acordo com Marília Scalzo:

“*Design* em revista é comunicação, é informação, é arma para tornar a revista e as reportagens mais atrativas, mais fáceis de ler. Tanto os jornalistas quanto os *designers* devem estar preocupados o tempo todo

com a melhor maneira – a mais legível – de contar uma boa história”.
(SCALZO, 2003, p. 67)⁸

Como se trata de uma publicação customizada voltada para um público específico, a experiência visual proporcionada ao interagir com a revista pode (e deve) ser mais notável. Pelo fato de o leitor viajando em uma cabine de primeira classe, acomodado em um local extremamente confortável dentro de um ambiente personalizado, ele terá tempo para lê-la, apreciá-la e, posteriormente, levá-la para casa, mostrá-la aos amigos e familiares e guardá-la como um item colecionável, afinal o seu formato e a qualidade de sua impressão conferem durabilidade à peça. Verifica-se, portanto, que a revista de bordo também circulará fora do ambiente aéreo. Aqueles que a folhearem terão a oportunidade de conhecer a empresa e, inclusive, contratá-la para suas próximas viagens. A revista, então, divulga os serviços da Let Jet diretamente ao seu público de forma atraente e funcional.

Portanto, levar em consideração o perfil do leitor para que a linguagem gráfica da revista seja construída é muito importante. O repertório do público-alvo somado às características da empresa definem as fontes, as cores, as formas, as imagens e o *grid* a serem utilizados. Por isso, o projeto gráfico da Let Jet caracteriza-se por ser elegante e fino, já que seus leitores possuem alto poder aquisitivo e prezam por produtos de qualidade.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A revista de bordo Let Jet foi produzida entre setembro e novembro de 2012, sob a supervisão das disciplinas Editoração Eletrônica e Metodologia de Projeto II, ministradas pelos docentes: Carla de Araujo Risso e Vitor de Castro Fernandes, respectivamente.

Como dito anteriormente, a revista faz parte de um trabalho interdisciplinar que visava à criação de uma identidade visual para uma nova companhia aérea fictícia de alto-padrão, o manual da marca e a própria revista. Por isso, o primeiro passo é compreender este projeto como um todo.

Pesquisar sobre as concorrentes da Let Jet para aumentar o conhecimento da equipe sobre o assunto é fundamental. Analisar seu público-alvo, compreender suas características e descobrir suas necessidades e vontades para poder atingi-lo e surpreendê-lo também é importante. Segundo Bruno Munari:

“Também no campo do *design* não se deve projetar sem um método, pensar de forma artística procurando logo a solução, sem antes fazer uma

⁸ SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista.

pesquisa sobre o que já foi feito de semelhante ao que se quer projetar sem saber que materiais utilizar para a construção, sem ter definido bem a sua exata função”. (MUNARI, 2002, p. 10-11)⁹

Deste modo, a partir do *briefing* e da pesquisa desenvolvida, o *brainstorm* foi feito e três novos atributos, além de status, requinte e exclusividade, foram adicionados: luxo, sofisticação e credibilidade. Uma pesquisa visual em torno de cada adjetivo foi feita, e os painéis imagéticos com as referências foram montados. Cada característica da companhia aérea foi abstraída em forma, cor e tipografia. Com base nas informações citadas, a marca foi desenvolvida.

4.1 A marca Let Jet e seu comportamento

Levando em consideração a essência do Brasil, pode-se visualizar, nas Figuras 1 e 2, a marca da Let Jet. Cada elemento seu remete a uma característica do nosso país¹⁰, que se mistura formando luxuosos arabescos com elaborados movimentos, combinado com as matizes amarela e azul profundo, ambas presentes na bandeira nacional.



Figura 1: símbolo da Let Jet



Figura 2: logotipo da Let Jet

No manual de identidade visual, encontram-se as diretrizes para a aplicação da marca, no capítulo do código gráfico (com as versões e o comportamento cromático da marca, os usos incorretos, alfabetos, elementos gráficos etc). Existe, também, uma seção que trata do emprego da marca em alguns objetos de papelaria, serviço de bordo, frota, identificação de funcionários, materiais para *web* e impressos e, inclusive, a própria revista, que podem ser vistos na Figura 3.¹¹

⁹ MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas.

¹⁰ Os elementos definidos no *brainstorm* para conferir brasilidade à marca da Let Jet são: as curvas da mulher brasileira, as pernas dos jogadores de futebol, as ondas do mar, a costa litorânea, a fauna e a flora; os movimentos das lendas do folclore e das danças típicas; o calor do clima tropical e o calor humano do povo brasileiro; além do movimento e forma da turbina do avião.

¹¹ Para visualizar o manual de identidade visual completo, acesse:
<http://www.slideshare.net/amandagondimdesign/miv-let-jet>



Figura 3: algumas peças com aplicação da marca da companhia aérea

4.2 A revista de bordo

Colocando em prática o que Bruno Munari diz¹², uma pesquisa sobre outras publicações de bordo foi realizada, para, assim, aumentar o repertório da equipe sobre o assunto e inspirá-la em novas criações. Em seguida, uma reunião de pauta foi feita e os temas do exemplar foram definidos. Por fim, houve uma análise da diagramação das revistas de bordo já existentes e o projeto gráfico da Let Jet começou a tomar forma, sempre levando em consideração à identidade visual da companhia, que foi descrita anteriormente.

Obras como *Grid – Construção e Desconstrução*, de Timothy Samara, *Pensar com Tipos e Novos Fundamentos do Design*, ambos da Ellen Lupton sendo o último em parceria com Jennifer Cole Phillips, e *Sinais e Símbolos*, de Adrian Frutiger, foram essenciais para nortear a equipe no que diz respeito às cores, formas, tipografia e diagramação, auxiliando, portanto, na criação de um *layout* atraente que atenda às necessidades do *briefing*.

Nota-se, destarte, que trabalhar com *design* requer muita pesquisa, planejamento e disciplina para solucionar, da melhor forma, o problema do cliente. Estes são os pilares da metodologia que devem ser respeitados para obter um resultado de sucesso.

¹² Vide nota de rodapé número 9.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Em todo projeto de *design*, organizar imagens, símbolos, massas de texto, títulos e grafismos é um desafio. Como a experiência visual é um dos diferenciais da revista customizada, seus elementos devem se reunir de maneira satisfatória para transmitir a informação desejada, mostrar sua identidade e seu posicionamento no mercado e conquistar o público-alvo, que possui bastante repertório. Assim sendo, elaborar um *grid* é o primeiro passo, seguido da definição dos elementos textuais e da linguagem dos demais itens.

A revista Let Jet possui em sua totalidade 32 páginas. Quando fechada, seu tamanho é A4 (210x297mm); quando aberta, A3 (297x420mm). Destas 32 páginas, duas estão reservadas para a capa e a contracapa, e outras duas para anúncios de página inteira.

5.1 Estrutura

Com a finalidade de tornar o *layout* mais eficiente para o *designer* e para o leitor, o *grid* foi estruturado em seis colunas, das quais quatro ocupam o espaço com o conteúdo em português e duas, em inglês, ocasionando ritmo e dinamismo à composição, além de leveza e clareza. O *grid* de múltiplas colunas é bastante flexível e amigável ao olhar, guiando o posicionamento de todos os itens inseridos na página. Além disso, linhas-guia na horizontal foram criadas para auxiliar no alinhamento das imagens, títulos e legendas.

A fim de não deixar a revista visualmente pesada, há espaços em branco propositais, que são tão importantes quanto o conteúdo, afinal “O espaço aberto na página pode ter tanta presença física quanto às áreas impressas” (LUPTON, 2009, p. 75)¹³. De fato, eles funcionam como um respiro visual para o leitor e, ao mesmo tempo, estimula-o e envolve-o, deixando a página sofisticada, fazendo jus às características da Let Jet e de seu público.

5.2 Tipografias

A tipografia Garamond foi escolhida devido ao seu caráter funcional, já que proporciona excelente legibilidade em textos corridos. Suas serifas romanas e suas transições grosso-fino bem desenhadas transmitem um ar limpo e uma elegância ímpar, que guiam o olhar na leitura da linha e encaixam as palavras umas nas outras com solidez. Sua versão itálica é aplicada no conteúdo em inglês para que o leitor consiga distinguir a mudança de idioma com facilidade.

Conforme Simon Garfield afirma:

¹³ LUPTON, Ellen. Pensar com tipos.

“O alfabeto (*da Garamond*) é pleno de contraste e movimento, mas com uma precisão de linhas e serifas elegantes, e, por isso, se quisermos algo respeitável, porém cálido, a Garamond é uma ótima escolha.” (GARFIELD, 2012, p.100)¹⁴

Para compor títulos, legendas, linhas-finas e olhos, a Calibri foi o alfabeto escolhido. Por ser uma fonte sem serifa arredondada, ela cria um contraste de formas com a Garamond sem perder o requinte. São utilizadas suas seguintes versões: versalete, para o título; regular, para as linhas-finas; caixa-alta, para os olhos e chapéus; e itálica, para os conteúdos em inglês, estabelecendo um diálogo com o itálico da Garamond.

Portanto, ambas as fontes são atemporais e coerentes ao projeto, adequando-se perfeitamente à sua finalidade.

5.3 Imagens

Uma revista sem imagens, ou com fotografias aplicadas inadequadamente, não conquista o seu leitor devido à ausência de um atrativo visual e ao aspecto amador que recebe. Isso implica em falta de confiabilidade na informação e a consequente perda de leitores e, neste caso, de clientes. Por isso, de nada adianta possuir um excelente conteúdo se a forma a qual ele é combinado com os demais elementos da página estiver malfeita.

Segundo Marília Scalzo: “Fotos provocam reações emocionais, convidam a mergulhar num assunto, a entrar numa matéria. Por isso, ter fotos boas em mãos é fundamental.” (SCALZO, 2003, p.69)¹⁵

Para criar uma diagramação interessante ao olhar, a revista Let Jet utiliza imagens grandes em sangria, com cores vivas e contrastantes, que, juntamente com a massa de texto e os espaços em branco, torna a composição harmoniosa.

5.4 Capa

A capa sempre trará uma imagem de um local turístico ao invés do habitual retrato de pessoas famosas, comumente encontrado em outras revistas de bordo, em virtude de que o público-alvo da Let Jet não possui demasiado interesse nas celebridades.

Na parte superior, há o nome da revista e, na parte inferior, o destaque da edição. A ausência de tantas chamadas é proposital, pois deixa a capa com um visual mais limpo e elegante. Dado que se trata de uma publicação customizada, não há a necessidade de

¹⁴ GARFIELD, Simon. Esse é meu tipo.

¹⁵ SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista.

mencionar os demais conteúdos ali, porque ela não estará concorrendo com outras revistas em uma banca de jornal. Entretanto, para chamar a atenção do leitor/cliente, a escolha de uma fotografia de qualidade é essencial. Como Marília Scalzo fala:

“Em qualquer situação, uma boa imagem será sempre importante – e é ela o primeiro elemento que prenderá a atenção do leitor. O logotipo da revista também é fundamental, principalmente quando ela é conhecida e já detém uma imagem de credibilidade junto ao público.” (SCALZO, 2003, p.69)¹⁶

No caso da Let Jet, como sua imagem institucional vem sendo construída, uma capa benfeita com o seu logotipo presente, auxilia-a na construção de sua imagem no mercado, uma vez que a revista circulará por outros ambientes.

5.5 Pauta

Conforme foi observado na pesquisa, o conteúdo deste tipo de publicação foca-se em lazer. Por esta razão, as matérias da Let Jet priorizam assuntos sobre o mercado de entretenimento de luxo, já que seu público-alvo possui alto poder aquisitivo.

A maior parte dos textos foca-se no Brasil, local de origem da empresa. Foi verificado pela equipe que as companhias aéreas de alto-padrão estrangeiras fazem o mesmo, com a finalidade de promoverem o que há de destaque em seu país. Assim, seus clientes conhecem mais sobre o local em questão e sentem-se motivados a visitá-lo, sejam eles da mesma ou de diferentes nacionalidades. Por isso, há dicas de hotéis, restaurantes, atividades culturais e curiosidades locais.

A matéria de capa sobre o Carnaval em Salvador é veiculada na edição de Novembro, mês que se inicia a alta temporada de verão. Nesta época, os pacotes de viagem para a região nordeste do Brasil têm seus preços elevados. Desta maneira, o público sentir-se-á incentivado a viajar para a Bahia neste feriado e, além disso, há uma enorme possibilidade de este indivíduo contratar a Let Jet para isso. Esta matéria é, deste modo, uma espécie divulgação da marca e de seus serviços.

Ressalta-se, novamente, que os autores deste projeto são estudantes de *Design Digital*. Assim sendo, foi determinado pelos professores orientadores que o conteúdo deveria ser retirado de outras fontes, pois o foco principal era o aspecto visual da peça. Não

¹⁶ SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista.

havia, também, condições para pagar um jornalista que cobrisse as matérias *in loco* e tampouco para enviar os membros do grupo até os locais desejados para fazer a cobertura.

6 CONSIDERAÇÕES

Em suma, pode-se concluir que aliar um projeto gráfico bem-elaborado ao seu conteúdo é um fator extremamente importante na concepção de qualquer revista customizada, sobretudo se a empresa estiver ingressando no mercado agora. Ao falar diretamente com um público segmentado e conhecer profundamente suas necessidades, vontades e hábitos, a revista de bordo serve como uma ferramenta eficaz de *marketing* para divulgar os serviços da Let Jet, situá-la no mercado e conquistar mais clientes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COLE-PHILIPS, Jennifer; LUPTON, Ellen. **Novos fundamentos do design**. São Paulo. Cosac Naify, 2008.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais e símbolos**. São Paulo, Martins Fontes, 2001.

GARFIELD, Simon. **Esse é meu tipo: um livro sobre fontes**. Rio de Janeiro. Zahar, 2012.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**. São Paulo, Cosac Naify, 2009.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo, Martins Fontes, 2002.

SAMARA, Timoty. **Grid: construção e desconstrução**. São Paulo, Cosac Naify, 2011.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo. Ed. Contexto, 2003.

<<http://www.aberje.com.br/monografias/revistas%20customizadas.pdf>> acesso em 18/12/2012

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/46639341021219304105819145468341402510.pdf>> acesso em 10/12/2012