



A concepção artística, identitária e visual da Revista *Prisma*¹

Lucas Pereira KATO²
Graziele de Oliveira SILVA³
Laene MUCCI DANIEL⁴
Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

Este trabalho apresenta a importância dos recursos visuais de uma revista impressa para estimular o interesse do leitor por este produto e para o estabelecimento de um canal facilitador e eficaz da compreensão do conteúdo exposto. Abordando a temática da diversidade cultural percebida em Viçosa (MG) com um caráter artístico, a produção da revista *Prisma* se baseia nas técnicas do *design* gráfico para criar uma identidade visual que possa abranger os hábitos, pontos de vista, estilos e as preferências daqueles que se reconhecem como jovens nessa cidade.

PALAVRAS-CHAVE: design gráfico; elementos visuais; identidade visual; revista impressa.

INTRODUÇÃO

A *Prisma* é uma revista de edição única produzida por alunos de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa (MG) durante o 3º período do Curso para a disciplina Editoração Gráfica. Nesse projeto experimental, encontram-se os conhecimentos sobre produção de matérias, entrevista, fotografia, diagramação, design gráfico e produção gráfica adquiridos no decorrer da graduação.

A revista utiliza a cultura como tema principal e busca contextualizar, a partir de suas editorias, valores culturais percebidos em Viçosa quando as características locais e os regionalismos trazidos por jovens universitários de outros lugares do Brasil e do mundo se misturam, permitindo a criação de uma nova cultura vasta.

Desta forma, o conteúdo da *Prisma* abrange ciberespaço, cinema, televisão, música, dança, literatura, estilo, gastronomia, opinião e humor, e, com essas partes da

¹ Trabalho submetido à categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Design Gráfico (avulso) do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. semestre do Curso de Comunicação Social, email: lucas_kato@yahoo.com.br.

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social, email: graziele.silva@ufv.br

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social, email: laenemucci@gmail.com.



cultura, pretende justamente abordar a diversidade de gostos encontrada na cidade universitária e incitar o jovem leitor morador de Viçosa a reconhecê-los.

Ao definirmos o tema principal, vem a pergunta: Como caracterizar a cultura de Viçosa em uma revista? Com tantos sons, cores, movimentos e expressões, qual é a cara da cidade? Começa, o apreço pela criação da identidade visual do produto; “assim o *design* gráfico surgiu da necessidade de se combinar e criar relações entre elementos visuais textuais e não textuais para comunicar uma mensagem previamente planejada na intenção de motivar, persuadir ou até mesmo vender um produto ao seu leitor”. (BRAGA, 2011).

Partindo dessa ideia, o *design* gráfico pode admitir áreas como a editoração gráfica. O *design* atua na identificação visual da revista e na conquista de possíveis leitores através da imagem, criando elementos representativos capazes de gerar uma resposta instintiva em cada leitor.

OBJETIVO

Segundo Tylor (1871), a cultura é algo natural e intrínseco a todo e qualquer indivíduo e sociedade, “aquele todo complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade” (TYLOR apud LARAIA, 1871). Assim, a cultura torna-se universal mesmo que dentro de cada sociedade surjam práticas e valores específicos adquiridos através de processos históricos, mitos, crenças, guerras, comportamentos, modos de falar, personagens simbólicos, por exemplo.

Partindo da premissa de que Viçosa é um centro cultural diverso, para onde pessoas de diversos locais levam consigo suas bagagens de estilo de vida, a revista *Prisma* surge com a proposta de mostrar traços da cultura com ênfase na cidade, trazendo reportagens com conteúdo variado e que apresentem diferentes visões e angulações da composição de hábitos culturais percebidos no cenário viçosense.

Entendemos que o constante aperfeiçoamento dos meios de comunicação amplifica o espaço para a mídia digital, que conta com alcance, acessibilidade e utiliza elementos predominantemente visuais. Mas como concordamos que grande parte do que sentimos, aprendemos, compramos, desejamos e no que acreditamos tem relação intrínseca com a apreensão de elementos visuais com os quais temos contato



diariamente, o suporte revista, ainda que dentro da comunicação impressa, pode até superar o ambiente digital pela liberdade de criação que permite no sentido visual.

Com tantas abordagens possíveis devido à diversidade que a revista encontra no tema, objetivamos uma identidade visual que busca a soma de ações e de percepções de mundo das pessoas sem que isso signifique meramente um reflexo dos padrões comuns estabelecidos nas sociedades. Desejamos uma identidade que possa ser harmônica e de amplas representações, já que, segundo Laraia (1932), as pessoas, mesmo que pertencentes à mesma comunidade, passam por processos de endoculturação particulares e absorvem os padrões de formas distintas.

Nesse sentido, o projeto gráfico da *Prisma* tem o interesse de proporcionar essa assimilação da identidade visual da revista através do uso de princípios do *design* gráfico que dialogam com elementos metafóricos, líricos e imagéticos, remetendo ao onirismo de se viver em uma cidade com tantas manifestações culturais.

JUSTIFICATIVA

Dentro de uma infinidade de signos, símbolos, linguagens, conotações e objetos que utilizamos para conceituar um pensamento, há diferentes processos cognitivos que envolvem a forma de interpretação. Observar, compreender, examinar e reconhecer faz parte da representação desse pensamento, mas quantos de nós realmente vê?

Como seres humanos, estamos sempre em busca de algo que se mostre próximo das experiências reais e pessoais que vivenciamos; então, nosso comportamento parece buscar o caráter mais direto da informação e faz isto por meio de um reforço visual que o complementa.

É a partir da utilização de dados visuais que nos tornamos aptos à experiência direta de assimilação da informação e de realidade de sua natureza. Além de atuar como uma ferramenta, o reforço utilitário proporcionado pela imagem procura na arte a motivação para a produção do que pode ser considerado belo. As artes visuais, através do domínio da estética, focam na percepção sensorial para que esta experiência da produção aconteça.

Se por um lado o suporte revista é uma mídia impressa que utiliza a palavra e a linguagem como elementos fundamentais, por outro, é uma mídia que permite uma abertura criativa quando pensamos nos fatores visuais, os quais, no caso da *Prisma*, dialogam diretamente com os textos criado pelos alunos.



A visão envolve algo a mais do que o mero fato de ver ou de que algo nos seja mostrado, ela compõe também o processo de comunicação visual ao permitir a compreensão da mensagem por meio do reconhecimento de cores, formas, texturas, alinhamentos, por exemplo. É a composição destes elementos assimilados pela visão que funciona como um canal facilitador de transmissão e de entendimento de uma informação.

Dondis (2007) sugere que a associação entre estrutura verbal e estrutura visual é perfeitamente compreensível, pois:

(...) os dados visuais possuem três níveis distintos e individuais: o *input* visual, que consiste de miríades de sistemas de *símbolos*; o material visual *representacional*, que identificamos no meio ambiente e podemos reproduzir através do desenho, da pintura, da escultura e do cinema; e a estrutura *abstrata*, a forma de tudo aquilo que vemos, seja natural ou resultado de uma composição para efeitos intencionais. (DONDIS, 2007, p. 11)

Percebemos que a reação instintiva a um pensamento e a uma interpretação está relacionada ao que vemos e criamos, sendo ela “composta por elementos visuais básicos que representam a força visual estrutural, de enorme importância para o significado e poderosa no que diz respeito à resposta. (...) É energia visual pura, despojada.” (DONDIS, 2007).

Pensando nisso, a *Prisma* trabalha sua identidade visual a partir de estudos realizados sobre a Lei da *Gestalt*, utilizando as regras: Semelhança, Proximidade, Continuidade, Pregnância, Fechamento e Unidade. Para isto, o projeto gráfico procura um conceito padrão com o qual a significação de formas, objetos, cores, texturas, entre outros, proporcione a sensação de harmonia e possa transmitir a ideia da revista à compreensão desta pelo público.

Em todos os estímulos visuais e em todos os níveis da inteligência visual, o significado pode encontrar-se não apenas nos dados representacionais, na informação ambiental e nos símbolos, ou na linguagem, mas também nas forças compositivas que existem ou coexistem com a expressão factual e visual. Qualquer acontecimento visual é uma forma com conteúdo, mas o conteúdo é extremamente influenciado pela importância das partes constitutivas, como a cor, o tom, a textura, a dimensão, a proporção e suas relações compositivas com o significado. (DONDIS, 2007, p. 13)



A importância das pesquisas da *Gestalt* para a produção da *Prisma* se encontra justamente nessa perspectiva da assimilação de um todo (produto revista) a partir de suas partes (*design* gráfico) pela percepção visual humana.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A revista *Prisma* aborda, sob uma ótica ampla, a cultura na cidade de Viçosa. As matérias são pensadas de modo que assuntos culturais nacionais e internacionais possam dialogar com os hábitos e os pontos de vista das fontes entrevistadas na cidade, bem como com a opinião dos próprios alunos produtores da revista, que também são moradores de Viçosa. A equipe da revista é composta por 18 integrantes, sendo estes alunos do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV.

Nas primeiras reuniões, decidimos a temática que seria abordada, as pautas das matérias, as possíveis fotografias e ilustrações para os textos, e os subgrupos de alunos responsáveis por cada editoria contemplada pelo produto, sendo elas: ciberespaço, cinema e séries de TV, música e dança, literatura, estilo, gastronomia, opinião e humor. Cada uma delas traz matérias e elementos relacionados à cultura de forma geral e também as suas representações no contexto da cidade.

Com as matérias prontas e revisadas, e com as imagens editadas, damos “cara” à revista com a forma e a mensagem visual que queremos transmitir para o leitor. É pensado e posto em execução um projeto gráfico que remete a um aspecto mais lúdico e imagético e que pretende fazer com que o leitor entre pela capa da *Prisma* e viaje entre as cores refletidas de cada editoria, assim como nos processos imigratórios que os universitários realizam para Viçosa, contribuindo para a diversidade cultural percebida na cidade.

O *insight* para o nome do produto ocorre durante a diagramação, por meio do *brainstorm* feito pelo designer. A incidência de cores em cada editoria acaba remetendo a capa e o nome da revista a um prisma, cujas editorias refletem as diversas vertentes culturais de Viçosa. O nome também remete às capacidades físicas da luz e aos seus princípios de reflexão – as artes visuais são possíveis e apenas existem, pois nossos olhos captam a incidência luminosa refletida nos objetos.

Concordamos que cultura é um tema recorrente e sua abordagem pode se tornar clichê e repetitiva, por isso, criamos uma forma de apresentação de conteúdo que expõe



as múltiplas culturas de Viçosa de uma maneira visualmente *clean*, para que atenda e, até mesmo, possa superar as expectativas do nosso público alvo.

A tentativa de se criar algo próximo ao inédito faz parte do processo criativo que consiste na busca de imagens mentais através do nosso subconsciente, o qual nos leva às descobertas mais originais. Este processo é definido por Arthur Koestlerem na obra *The Act of Creation* (1964), na qual ele afirma que “o pensamento por conceitos surgiu do pensamento por imagens, (...) assim como a escritura fonética surgiu, por processos similares, dos símbolos pictóricos e dos hieróglifos” (KOESTLEREM apud DONDIS, 1964).

Desta forma, optamos por utilizar, em toda a diagramação, a imagem (planos de fundos para a disposição de matérias e como painel de apresentação de cada editoria; fotografias, ilustrações, charge e arte em madeira para a complementação do conteúdo informado e preenchimento de espaços livres) como ferramenta diferencial da *Prisma* para além do diálogo com o público por meio exclusivo da linguagem escrita, aplicando analogias desta na informação visual.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

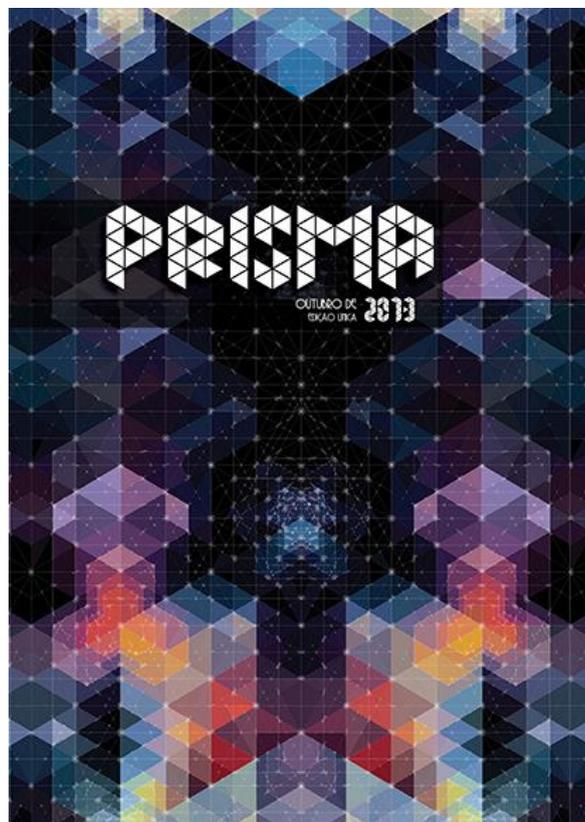


Figura 1: Capa da revista *Prisma*

A *Prisma* é uma revista de tiragem única, com 60 páginas impressas no papel couché fosco no formato a4. Todo o processo de construção visual ocorre dentro das ferramentas dos produtos da Adobe CS6 e a diagramação é feita no aplicativo Indesign; para a produção de artes de *design* gráfico, utilizamos o Photoshop; e a edição das imagens é realizada no Lightroom e Picasa3.

O corpo dos textos segue um padrão estabelecido, sendo utilizada a família tipográfica *Geosans*. Os títulos têm fontes diversas, de acordo com cada matéria e editoria, abrindo um espaço maior para a criatividade e criação do designer. A capa da revista apresenta o nome *Prisma* na fonte *Prism* e o plano de fundo trabalha diversas formas geométricas que reforçam a essência do produto e o próprio título.

O início de cada editoria possui uma entrada – de páginas duplas – que nos leva ao seu conteúdo; este elemento foi pensado para criar uma dinâmica de leitura exclusiva da revista e provocar o sentimento de fluidez na sequência das reportagens. É também este plano de apresentação que convida o leitor a mergulhar e viajar pelo conteúdo. Sua estrutura é composta por uma imagem ao fundo, que sugere o assunto abordado nas próximas páginas; títulos e subtítulos com uma linguagem lírica; e cores diversas que remetem ao reflexo do prisma.



Figura 2: Páginas de entrada da editoria de cinema e séries de TV

Trabalhamos as quatro leis do *design*, que são técnicas da comunicação visual: repetição, proximidade, alinhamento e contraste. Elas nos auxiliam na disposição e manipulação dos elementos visuais necessários para atingir o objetivo das mensagens que são transmitidas e incorporadas na editoração. Há opção pela semelhança entre esses elementos, com cores chapadas que podem despertar a atenção do leitor e proporcionar harmonia e espaço para a própria leitura.

Diversos símbolos também são criados e dispostos de acordo com as leis da *Gestalt*, fazendo com que aquilo que está diante dos olhos do leitor se correlacione aos diversos gostos culturais que os alunos produtores da revista apresentam nas matérias.



Figura 3: Formas geométricas, cores chapadas, entre outros elementos utilizados na revista

CONCLUSÃO

Após a pesquisa teórica sobre a influência dos elementos visuais na assimilação de uma idéia, notamos que a composição entre estes e os recursos textuais na revista *Prisma* funciona como um canal de transmissão da mensagem de diversidade cultural percebida em Viçosa para os jovens. Pensando na criação de uma revista que fale sobre aqueles que se reconhecem como jovens, e utilizando recursos de caráter visual que contribuem para o interesse, a apreensão e interpretação do conteúdo textual exposto para esses próprios jovens, percebemos a possibilidade de aprimoramento das técnicas do *design* gráfico durante a produção da *Prisma*.

Ao contarmos com esse embasamento do *design* gráfico, abrimos espaço para criarmos, por nós mesmos, a concepção e criação da identidade visual da revista. O



conceito do *design* surgiu por meio do exercício criativo, artístico, onírico e emocional, a partir do qual cada página da *Prisma* torna-se um quebra-cabeças que espera ser montado ao final de sua leitura.

Dessa forma, a *Prisma* fornece um conteúdo informativo atual sobre pontos de vista, preferências, hábitos, manifestações culturais – encontrados em Viçosa e trazidos para esta cidade por pessoas de outras regiões do Brasil e do mundo – ao incitar o desejo de leitura no público por meio do olhar, do instinto, do subjetivo, do imagético e do que pode ser considerado belo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAGA, Marcos. **O papel social do design gráfico: história, conceitos & atuação profissional.** São Paulo: Senac, 2011.

CAUDURO, Flávio. **Design Gráfico e pós-modernidade.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 13, p. 127-139, 2000. Disponível em:
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3088/2364>>
Acesso em: 15 jan. 2014.

CESAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda.** São Paulo: Futura, 2000.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual.** 3ª edição. São Paulo. Martins Editora, 2007.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um conceito antropológico.** 14ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

APÊNDICES



