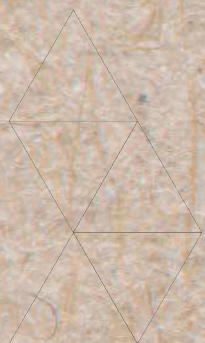
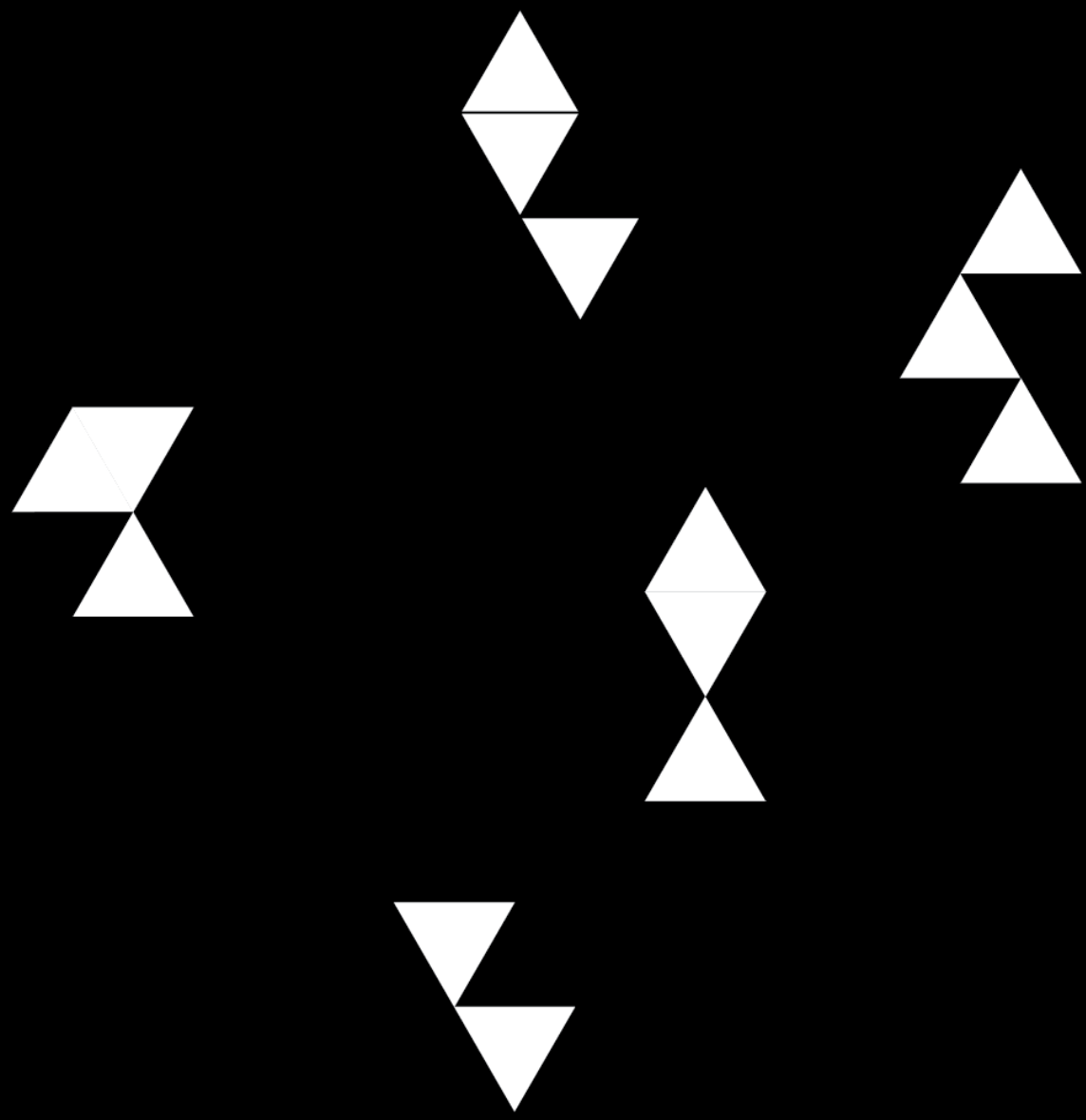


JCBS

— METADESIGN —





UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN

CURSO DE DESIGN

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

JOBS: UMA REVISTA DE METADESIGN

TAÍS BRUNA OLIVEIRA SILVA

SABRINA MAIA

Uberlândia
2017

TAÍS BRUNA OLIVEIRA SILVA

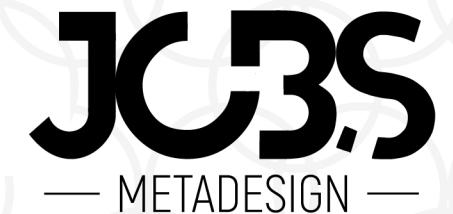
JOBS: UMA REVISTA DE METADESIGN

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao curso de Design, da
Universidade Federal de Uberlândia
como requisito parcial à obtenção do
bacharelado.

Orientador(a): Sabrina Maia Lemos

Uberlândia
2017

EDITORIAL



Quem somos nós?

Nós da Jobs, somos uma editora voltada para o mundo do Design Gráfico. Fundada em 2017, temos o desejo de dar uma mãozinha para pessoas como você: isso, você mesmo, curioso na área de design gráfico e/ou estudante e iniciante na área! Nós, assim como você, já fomos estudantes, e sabemos que às vezes é um pouquinho difícil entender todo o processo do Design nas mais diversas áreas.

O que queremos?

Para tentar acabar com as suas dúvidas, nós desenvolvemos uma revista que te mostra "o caminho das pedras no design". Talvez você esteja se perguntando: "Mas como assim caminho das pedras?"

A nossa missão é ajudar você, te dar um empurrãozinho para começar a criar. Para isso, cada edição dessa revista vai trazer um tema diferente, todos relacionados ao Design gráfico. Assim, você vai conhecer mais sobre esse campo e aprender a fazer um novo projeto a cada lançamento.

O nosso método para te ensinar a projetar, será através do Metadesign, que utiliza o Design para explicar ele mesmo, ou seja, te ensinaremos projetar, projetando junto com você. Olha, se eu fosse você não perderia essa, viu!?

SUMÁRIO



METADesign

Conceito

10
11



O QUE É DESIGN EDITORIAL?

Os personagens do design

12
13



POR ONDE COMEÇAR?

Pesquisas de mercado
Ferramentas de pesquisa
Análise de similares
Softwares

14
14
14
17
36



PLANEJAMENTO EDITORIAL

Organização das sessões e conteúdo
Briefing, verba e custo

40
43
46



PROJETO GRÁFICO

Naming design
Brainstorm
Logo
Elementos do Design
Qual a importância no Design Editorial?
Diagrama à mão ou no software?
Anatomia da publicação
Formato
Grid
Composição/layout
Tipografia
Cor
Imagem

52
53
54
56
60
64
65
67
70
73
78
79
82
86



PRODUÇÃO GRÁFICA

Checklist
Finalização do arquivo
Imposição
Arquivos post script e pdf
Papel
Impressão e acabamento

88
88
89
89
89
91
92



CAPA

Exemplos de capa
Como criar uma capa?
Quais informações colocar?

94
94
96
97



ENCADERNAÇÃO

Hora de imprimir

99
99

METADESIGN

De que maneira esse método de projeto pode ser utilizado

Bem, nós nos apresentamos a você dizendo que utilizaríamos o Metadesign para te explicar o processo de projeto editorial. Mas talvez esse tenha sido seu primeiro contato com essa palavra. Sendo assim, nós vamos explicar agora o que é Metadesign.

Segundo Vassão (*apud Almeida, 2014, p. 62*) "Onck postula o Metadesign como uma modalidade mais abstrata de design, tratando-o como um diálogo que precede o projeto em si."

Sim, mas o que isso quer dizer? Quando o autor intitula o Metadesign como uma modalidade abstrata, ele está se referindo ao fato de que ele

(o Metadesign) trabalha com questões que não são vistas. Ou seja, você vê essa revista pronta, mas não sabe como é que ela foi feita, então esse processo de criação da revista é algo abstrato em sua mente, a menos que te expliquem como ele é.

E é exatamente o que vamos fazer, vamos te mostrar aquilo que você não vê nessa revista, que é o processo criativo em que ela passou desde a capa até a contracapa. Então vem com a gente entender um pouco mais desse processo, temos certeza de que você não vai se arrepender.

CONCEITO

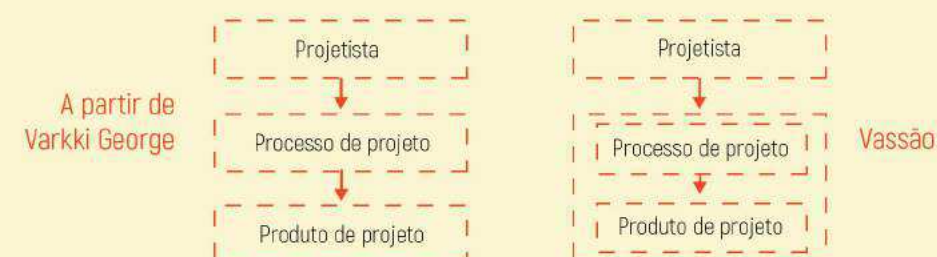
Desde 1960, o Metadesign tem sido usado como disciplina de projeto por Van Onck. Em 1986 retornou através de Youngblood, sendo utilizado como contexto da comunicação e da arte. Em 1990 foi utilizado como crítica socio-cultural por Virílio e no ano 2000, Giaccardi fez seu uso como disciplina que permeia a arte, a arquitetura, o design e a tecnologia. (*apud Almeida, 2014*)

Giaccardi utiliza a mesma definição de metadesign, que foi utilizada por Yongblood. Essa definição era voltada ao contexto da comunicação e da arte. "Para ele, as redes de telecomunicação e de computador permitem que os metadesigners se em-

poderem das comunidades eletrônicas, tornando-se capazes de "controlar o significado e o contexto" [...]" (ALMEIDA, 2014, p.62)

Já Caio Vassão, cria uma discussão do tema através de Paul Virilio que fez críticas acerca da influência da informatização na sociedade. (ALMEIDA, 2014)

Com isso, Vassão propôs um conceito de metadesign que "envolve a discussão dos costumes, a validação dos diálogos sociais e o "controle sutil dos elementos imersos na complexidade desse super-organismo que os teóricos e tecnólogos da Emergência localizam na sociedade urbana contemporânea [...]" (Ibidem).



O QUE É DESIGN EDITORIAL?

Uma vertente do Design Gráfico pra quem ama leitura

Talvez você tenha lido esse título e lembrado de algum livro que você gosta. Mas aqui, nós vamos de te mostrar que o Design editorial não faz somente livros, mas que ele está em toda parte.

O design editorial é uma das áreas dentro do campo do design gráfico. Podemos encontrá-lo de diversas formas, como jornais, revistas, livros e aquelas histórias em quadrinhos que a gente tanto gosta não é!?

O design editorial informa, comunica, instrui e diverte ou então faz tudo isso. (ZAPPATERRA, 2014)

Para a criação dos projetos editoriais, são necessários vários elementos e conhecimentos importantes, que iremos conhecer ao longo da revista.



Outro ponto fundamental para que o Design Editorial aconteça são os profissionais, um grupo de pessoas trabalhando para que a revista ou outro material editorial chegue até nós. Afinal, toda história tem personagens, não é mesmo?

Agora, você vai conhecer os personagens do design editorial e descobrir onde é que você se encaixa nesse roteiro. (ZAPPATERRA, 2014)

OS PERSONAGENS DO DESIGN EDITORIAL



EDITORA

Responsável pelo conteúdo da edição.



PRODUTORA GRÁFICA

Supervisiona o material e define o cronograma de produção.



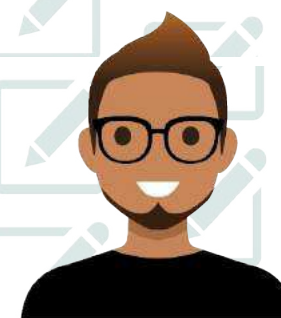
EDITORA DE IMAGENS

Responsável por pesquisar imagens e obter os direitos autorais e garantir a qualidade das fotografias da publicação.



SUBEDITOR-CHEFE

Revisa provas e subedita textos, garantindo a ortografia e a gramática e às vezes diagrama.



DESIGNER

Responsável pelo layout da publicação, diagramando todo o material, seguindo as indicações do diretor de arte.



DIRETOR DE ARTE

Responsável pela solicitação e organização do conteúdo.

Figura 1: Livro, jornais e revistas
Fonte: Cartografia Pessoal (2012)¹

POR ONDE COMEÇAR?

Aqui, nós vamos dar o pontapé inicial no projeto editorial de uma revista e nós garantimos que você vai sair daqui sabendo tudo o que precisa fazer. Então se prepare, e vamos começar!

O primeiro passo é uma pesquisa de mercado, tanto local/regional, nacional e internacional, afinal, você precisa saber o que já existe no mercado, para então iniciar seu projeto. Se ao ler a palavra pesquisa, você já se imaginou indo no Google e já ficou entediado, temos uma boa notícia!

Nós designers costumamos utilizar outras ferramentas para fazer esse tipo de busca e aqui você vai conhecer duas principais: o Pinterest e o Behance.

FERRAMENTAS DE PESQUISA

Pinterest é uma espécie de rede social, em que você cria uma conta, que pode ser vinculada ao seu gmail ou ao facebook e a partir daí você tem acesso a um banco repleto de imagens bacanas de tudo o que você imaginar: ilustração, decoração, design gráfico, design editorial, moda e muito mais.

E o melhor é que você pode criar pastas e salvar tudo o que você achar bacana, para servir de inspiração depois. E ainda seguir seus amigos, ver as pastas deles e salvar as imagens que quiser.

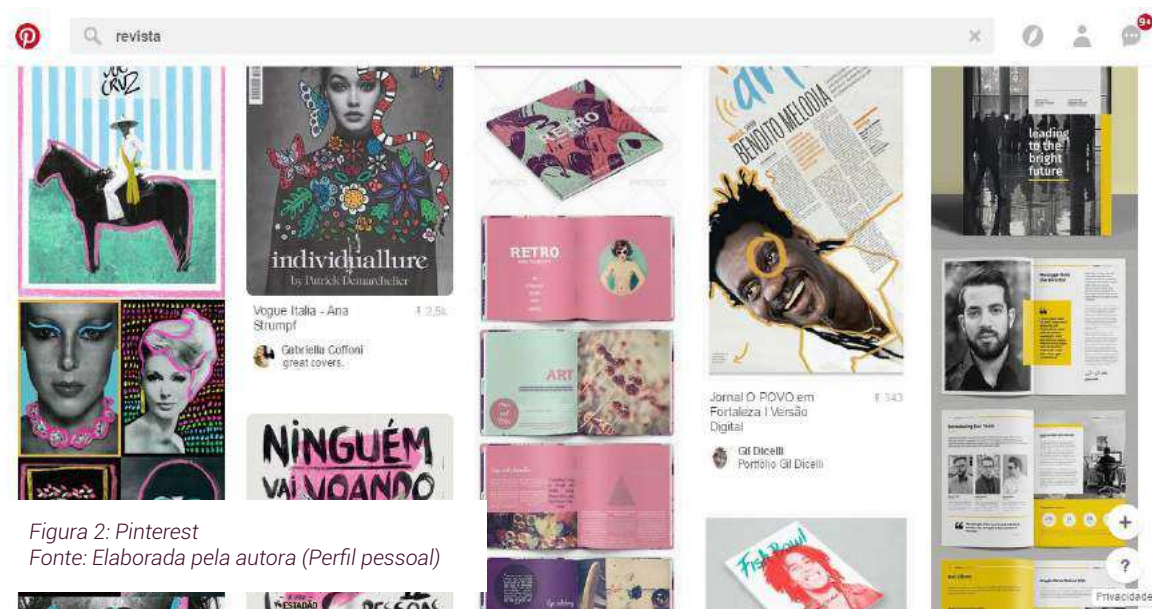
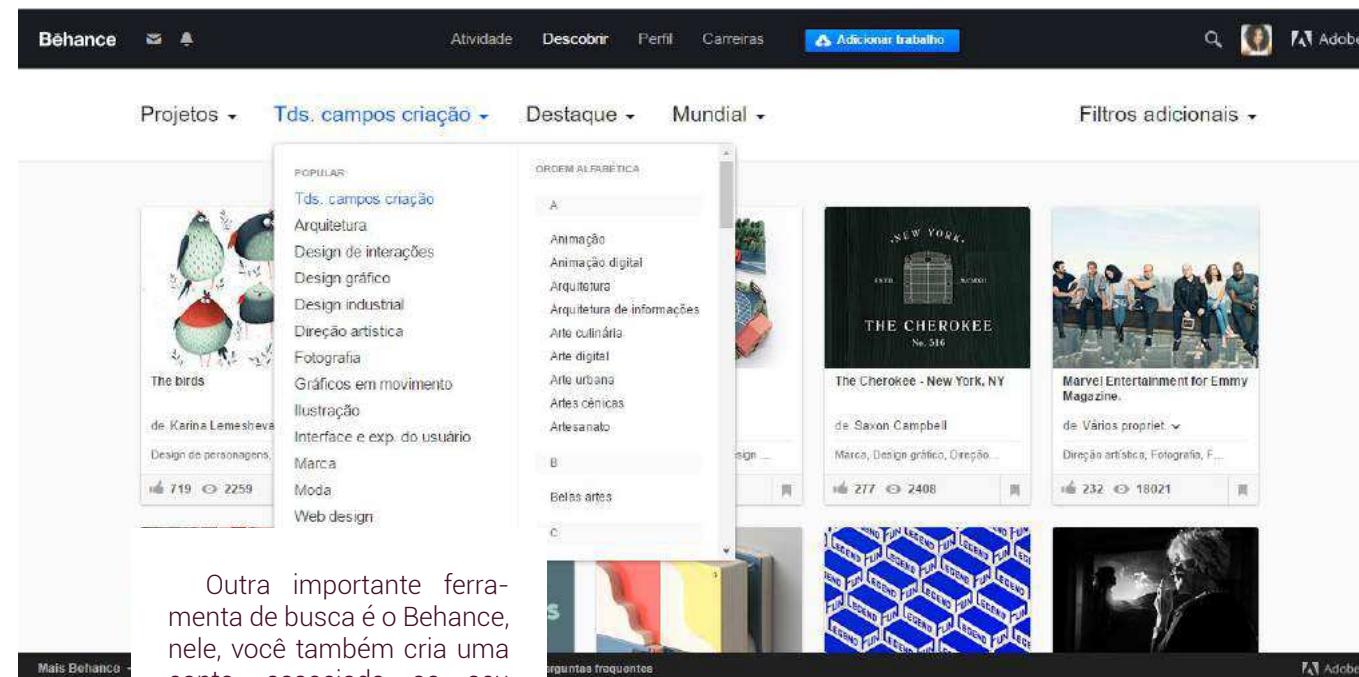


Figura 2: Pinterest
Fonte: Elaborada pela autora (Perfil pessoal)



Outra importante ferramenta de busca é o Behance, nele, você também cria uma conta, associada ao seu email, e cria um portfólio digital, em que você irá colocar seus trabalhos e terá acesso ao trabalho de outros artistas.

Esses trabalhos podem ser localizados através de áreas específicas, assim como no Pinterest e você também poderá salvar os trabalhos em pastas denominadas Coleções.

Figura 3: Behance
Fonte: Elaborada pela autora (Perfil pessoal)

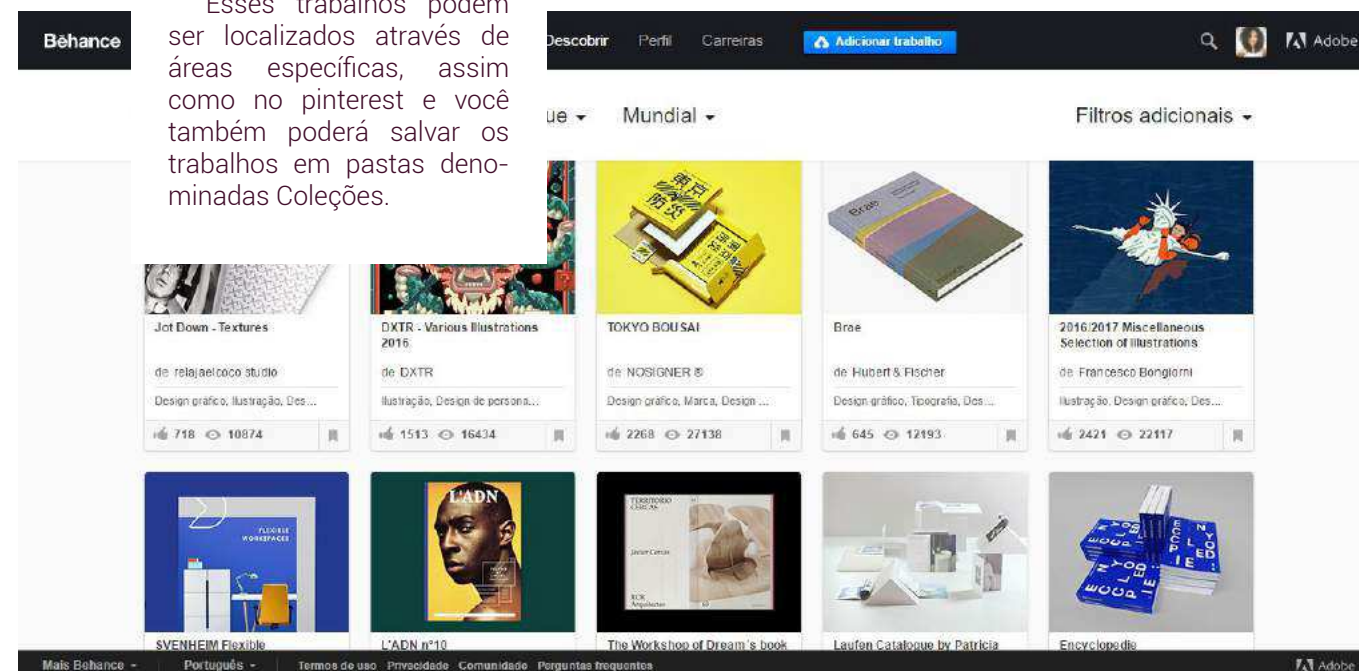


Figura 4: Behance
Fonte: Elaborada pela autora (Perfil pessoal)



OFERTAS ESPECIAIS



Pessoas Físicas

Creative Cloud Todos os Apps

Novo Preço! R\$175,00/mês

Inclui o Photoshop, o Illustrator, o InDesign e muito mais.

Comprar agora

ANÁLISE DE SIMILARES

Um importante passo para se conhecer seus concorrentes

Um passo super importante, é a análise de similares. Conhecer os trabalhos que já existem no mercado e observar os elementos que o compõem é importante para você saber um pouco mais de seus concorrentes e a forma como eles se apresentam diante do público.

Essa análise é feita geralmente com concorrentes mais diretos e, no caso de não existirem, com trabalhos que tenham a mesma temática que a sua, ou similar à sua. No caso, a nossa revista é de design gráfico e o tema desta edição é o design edito-

rial. Com base nisso, vamos analisar 3 revistas que também são de design gráfico, apontando aqui os elementos de design que as compõe.

Os similares não precisam necessariamente ser o melhores do mercado. Você pode analisar um similar que seja muito bom, para entender o porque ele vende bem e é conhecido do público, mas também pode examinar um que seja o oposto disso.

Agora, nós vamos te ensinar o que examinar em cada trabalho, você está pronto? Então vamos começar!

COMPUTER ARTS BRASIL

É uma revista de design gráfico que oferece temas relacionados à criatividade, a projetos e workshops. Temas esses que definem as seções presentes na revista.

"A cada edição, o objetivo da Computer Arts é ajudá-lo a aprimorar sua arte."

COMPUTER ARTS BRASIL, 2013



Figura 4: Computer Arts
Fonte: Europa Digital²



Figura 5: Computer Arts (Imagens acima)
Fonte: Elaborada pela autora

Serviço Oferecido:

A revista oferece um conteúdo com dicas e técnicas para trabalhos manuais e digitais, tendências relacionadas a trabalhos gráficos (texturas, cores, etc).

Apresenta também truques e workshops de diversos temas, por exemplo, como criar texturas, composições atrativas, entre outros. Diversos softwares são utilizados no campo

workshop, dando assim a possibilidade de o leitor adquirir novos conhecimentos e aprender a manipular novas ferramentas.

Público-Alvo:

Profissionais inquietos que trabalham com arte e que pretendem aprimorar seus trabalhos e técnicas.

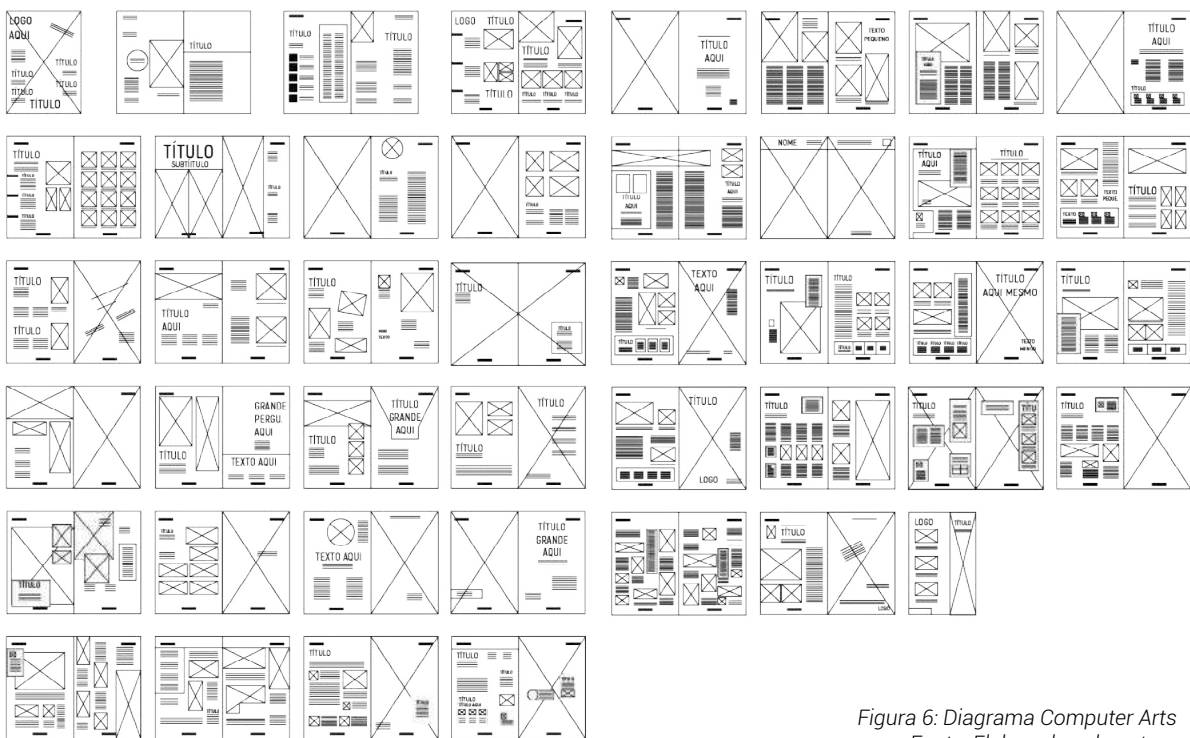


Figura 6: Diagrama Computer Arts
Fonte: Elaborada pela autora

Conteúdo:

A revista é composta de 3 seções, sendo elas: **Criatividade, projetos e workshop**. Dentro dessas seções são apresentadas tendências, novidades, objetos de design, sketchbook (que mostra trabalhos de ilustradores), projetos de identidade visual, ilustração, editoração, entre outros, além de diversas técnicas e dicas de criação com auxílio de softwares.

Elementos do Design:

Cor: Na seção Criatividade é onde encontramos uma paleta de cores mais variada, com preto, branco, azul, cinza, laranja, dependendo da edição e dos temas abordados.

Em Projetos encontramos as cores bege, branco e lilás. E na seção Workshop são utilizados tons de bege.

Composição:

O layout é composto de grids de coluna e modulares, que se adequam de acordo com a necessidade e quantidade de imagens. Existem

margens largas na parte superior das páginas e finas na parte inferior e lateral. Nota-se também a presença de fólios (marcadores) nos cantos superiores e no centro na parte inferior da página. (ZAPPATERRA, 2014)

Tipografia: São utilizadas fontes sem serifa regular e bold. Foram identificadas cerca de 4 a 5 fontes.

Imagens: As imagens utilizadas nas publicações são fotografias em 4 cores, diversas ilustrações e sketches.

Capa Ilustração Digital	2 Melies	3 Editorial	4 Ficha Técnica	5 Senac	6 Sumário	7 Sumário
8 Espaço do Leitor	9 Espaço do Leitor	10 Subverso	11 Subverso	12 David Grey	13 David Grey	14 Iluminação Industrial
15 Iluminação Industrial	16 Expo. Novos Talentos	17 Infnet	18 Vodol	19 André Batista	20 Sketchbook Charles	21 Charles Santoso
22 Portfólio	23 Corrida Espacial	24 Corrida Espacial	25 Thinkstock	26 Elias	27 Redehost	28 Jovem Pan
29 Locaweb	30 Tipografia Fluida	31 Istok	32 Premiação de Arte	33 Camiseta Digital	34 Rock Saudável	35 Noel
36 Hdss	37 Locaweb	38 Técnicas Ilustração	39 Técnicas Ilustração	40 Jean- Sébastien	41 Jean- Sébastien	42 Jean- Sébastien
43 Sang Han	44 Sang Han	45 Yuko Rabbit	46 Yuko Rabbit	47 Tara Mcpherson	48 Tara Mcpherson	49 Tara Mcpherson

50 Tara Mcpherson	51 Tara Mcpherson	52 Tara Mcpherson	53 Tara Mcpherson	54 Casmiclab	55 Designers	56 Penguin Books
57 Clínica Fertilidade	58 Euroday	59 Euroday	60 Rob Gonzalez	61 Sawdust	62 Rob Gonzalez	63 Rob Gonzalez
64 Jonathan Quainton	65 Ricoletto	66 Ollie Munden	67 Ollie Munden	68 Ollie Munden	69 Editora Europa	70 Realise Studio
71 Realise Studio	72 Realise Studio	73 Computer Arts	74 Chris Legaspi	75 Chris Legaspi	76 Zezhou Chen	77 Zezhou Chen
78 Tom Mac	79 Tom Mac	80 Tom Mac	81 Tom Mac	82 Fabian Oefner	83 Fotolia	

Figura 7: Espelho Computer Arts
Fonte: Elaborada pela autora

Espelho e diagrama:

No espelho da revista é possível ver todas as matérias contidas na edição, além de toda a quantidade de publicidade (marcações em verde). No diagrama acima vemos o quanto o grid utilizado possibilitou flexibilidade à diagramação das páginas.

Nome e Logo:

O nome da revista é Computer Arts Brasil. O logo é composto horizontalmente, sempre posicionado no canto superior esquerdo e sofre pequenas alterações de

edição para edição, notada principalmente pela posição da palavra 'Brasil' e pelo fato de algumas edições estarem com a palavra 'Arts' em maiúscula e em outras minúscula.

Formato:

O formato da revista é 20,5 x 27cm. **Papel:** A impressão é feita em papel revista brilhante, gramatura 75g. **Acabamento:** Em lombada canoa, pelo que foi observado no material impresso e pesquisado ao longo do trabalho, a capa provavelmente

recebeu um acabamento em verniz, para garantir proteção e melhor aparência (notou-se que a capa é mais brilhante que o miolo). (AMBROSE; HARRIS, 2009) **Periodicidade:** Mensal. **Preço:** R\$ 15,90.

Impressão:

A revista é impressa no sistema offset 4x4. Nas edições analisadas não havia uso de cores especiais. (AMBROSE; HARRIS)



Figura 8: Edição 70



Figura 9: Edição 82



Figura 10: Edição 88

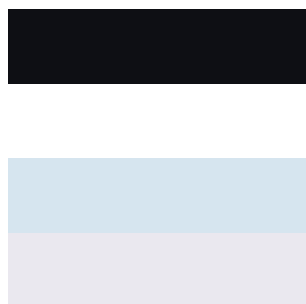
Capas Computer Arts (Imagens acima)
Fonte: Europa Digital³

Nós te dissemos que o logo da revista sofria algumas alterações de edição para edição não foi? Então, para ficar mais fácil de entender como são essas tais alterações, nós separamos essas três capas, que mostram as três variações que o logotipo da revista tem. Outro elemento que muda é a cor, que como você pode ver, são sempre as mesmas da capa (capa amarela e círculo amarelo; fundo azul e laranja e forma laranja com o primeiro nome azul), e assim vai. Sempre seguindo a necessidade da publicação.

Paleta de cores:

Temos abaixo a paleta de cores utilizada em cada seção da revista.

SEÇÃO CRIATIVIDADE:



SEÇÃO PROJETOS:



SEÇÃO WORKSHOP:



ZUPI

É uma revista de brasileira de arte contemporânea, apresentando várias vertentes da arte e do design com foco na criatividade e mostra o melhor da arte existente no Brasil e no mundo. "Contribui para o crescimento da área no país, gerando intercâmbio mundial de idéias e tendências." (ZUPI, 2015)

"Estimula estudantes e profissionais com ideias novas, contribuindo para o fomento da arte e o registro histórico da expressão visual contemporânea."

ZUPI, 2015



Figura 11: Zupi
Fonte: Zupi⁴



Figura 12: Zupi (Imagens acima)
Fonte: Elaborada pela autora

Serviço Oferecido:

A revista oferece um conteúdo que mostra diversas vertentes tanto do design quanto da arte, em nível nacional e internacional.

O conteúdo é dividido nas seções: Bate-papo, Perfil, Artista convidado, Bloody cool, Road trip, Galeria, Voxel e Portfólio. A revista abre espaço para que artistas enviem seus projetos para serem selecionados e expostos na seção galeria. Dessa forma, consegue uma aproximação com o público e aumenta a

quantidade de trabalhos para inspiração do leitor.

Público-Alvo:

"Os Leitores Zupi são todos os criativos, estudantes, profissionais das áreas de design gráfico, ilustração, moda, arquitetura, animação, fotografia, publicidade e marketing, cinema, cenografia e artes visuais em geral." (ZUPI, 2015)

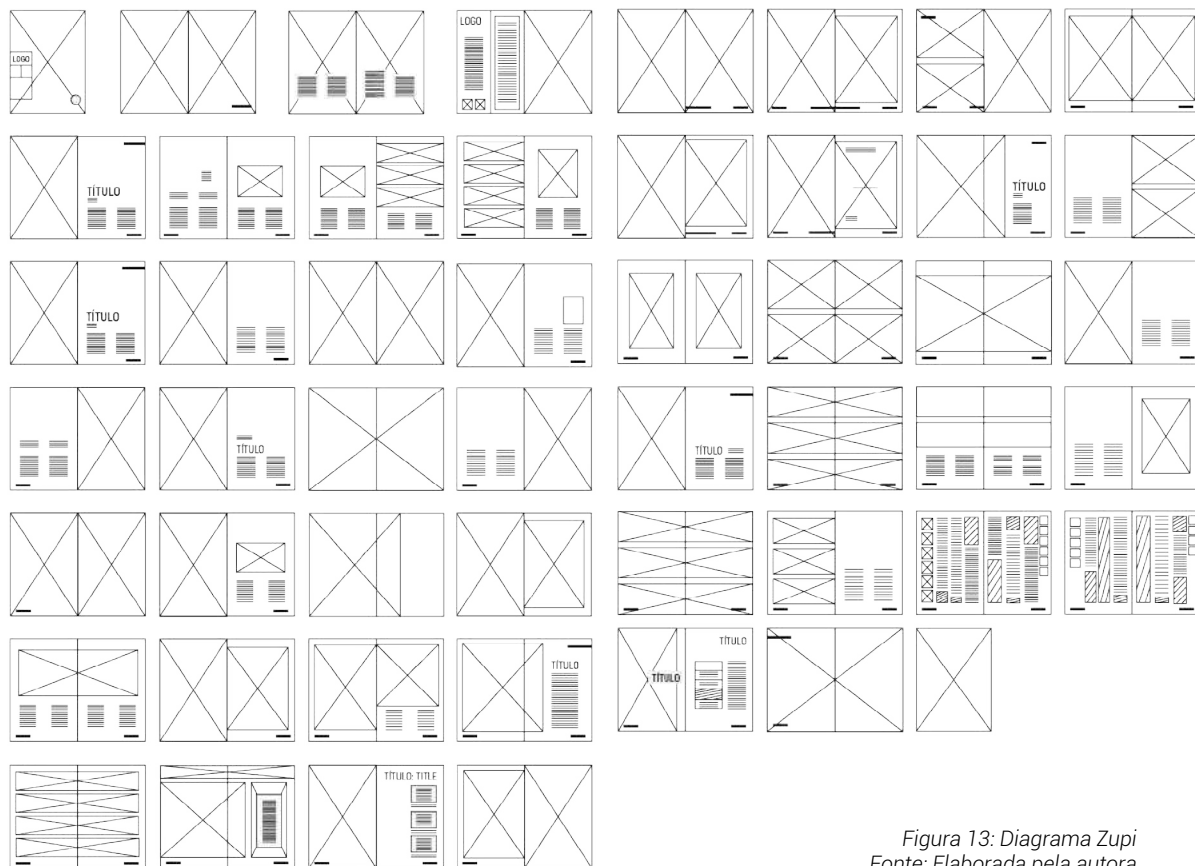


Figura 13: Diagrama Zupi
Fonte: Elaborada pela autora

	Capa Dimas Forchetti	2ª capa Sam Chivers	4 Editorial	5 Editorial	6 Sumário	7 Ilustração		
BATE PAPO								
8 João Montanaro	9 João Montanaro	10 João Montanaro	11 João Montanaro	12 João Montanaro	13 João Montanaro	14 João Montanaro		
BATE PAPO PERFIL								
15 João Montanaro	16 Dimas Forchetti	17 Dimas Forchetti	18 Dimas Forchetti	19 Dimas Forchetti	20 Dimas Forchetti	21 Dimas Forchetti	22 Dimas Forchetti	
PERFIL ARTISTA CONVIDADO								
23 Dimas Forchetti	24 Dimas Forchetti	25 Dimas Forchetti	26 Gustavo Lacerda	27 Gustavo Lacerda	28 Gustavo Lacerda	29 Gustavo Lacerda	30 Gustavo Lacerda	31 Gustavo Lacerda
ARTISTA CONVIDADO BLOODY COOL								
32 Gustavo Lacerda	33 Gustavo Lacerda	34 Gustavo Lacerda	35 Gustavo Lacerda	36 Jason Edmiston	37 Jason Edmiston	38 Jason Edmiston	39 Jason Edmiston	40 Jason Edmiston
BLOODY COOL ROADTRIP								
41 Jason Edmiston	42 Jason Edmiston	43 Jason Edmiston	44 Jason Edmiston	45 Jason Edmiston	46 Alessandra Lemos	47 Alessandra Lemos	48 Alessandra Lemos	
ROADTRIP GALERIA								
49 Alessandra Lemos	50 Alessandra Lemos	51 Alessandra Lemos	52 Matheus Costa	53 Sobre a Galeria	54 Dario Alejandro	55 Dario Alejandro	56 Kael Kasabian	
GALERIA								
57 Kael Kasabian	58 Felipe Prado	59 Mariana Pádua	60 Felippe Souza	61 Felippe Souza	62 Renato Quirino	63 Renato Quirino	64 Marcelo Bastos	
GALERIA				VOXEL				
65 Marcelo Bastos	66 Manoel Quitério	67 Cannes Lions	68 Design Houses	69 Design Houses	70 Design Houses	71 Design Houses	72 Design Houses	
VOXEL							PORTFÓLIO	
73 Design Houses	74 Design Houses	75 Design Houses	76 Design Houses	77 Design Houses	78 Design Houses	79 Design Houses	80 Kobra	
PORTFÓLIO								
81 Kobra	82 Kobra	83 Kobra	84 Kobra	85 Kobra	86 Kobra	87 Kobra	88 Kobra	
PORTFÓLIO								
89 Kobra	90 Kobra	91 Kobra	92 Traduções	93 Traduções	94 Traduções	95 Traduções	96 Traduções	
PORTFÓLIO								
97 Traduções	98 Traduções							

Figura 14: Espelho Zupi
Fonte: Elaborada pela autora

Figura 14: Espelho Zupi
Fonte: Elaborada pela autora

Conteúdo:

A revista é composta de 8 seções, sendo elas: **Bate-papo**, **Perfil**, **Artista convidado**, **Bloody cool**, **Road trip**, **Galeria**, **Voxel** e **Potfólio**. Dentro dessas seções são apresentados trabalhos de diversos artistas (nacionais e internacionais), além de trabalhos dos leitores.

Elementos do Design:

Cor: As cores predominantes na revista são o preto e o branco, são usados o rosa e o azul somente para

descrever pequenas informações, como mostrado nas imagens.

Por ser uma revista visual e conter muitas imagens extremamente coloridas, a escolha pelo preto e branco deixa a publicação harmoniosa e equilibrada.

Composição:

O layout é composto de grids de coluna e modulares, que são usados de acordo com a quantidade de textos e imagens. Existem margens largas nas laterais, e onde há textos, metade da folha

é deixada em branco, com o texto posicionado na parte inferior da página. Nota-se também a presença de fólhos (ZAPPATERRA, 2014) nas extremidades superior e inferior.

Tipografia: São utilizadas fontes sem serifa regular e bold. Foram identificadas cerca de 4 a 5 fontes.

Imagens: As imagens utilizadas nas publicações são fotografias impressas em 4 cores, diversas ilustrações e sketches.

Espelho e diagrama:

Na página anterior, você pode observar todo o conteúdo da revista através do espelho, que mostra o tema de cada página, incluindo as publicidades e no diagrama dá para se ver como foi feita a diagramação dos textos e imagens.

Nome e Logo:

O nome da revista é Zupi. O logo sofre várias alterações

de edição para edição, se adequando ao estilo/temática dos trabalhos contidos na publicação e também é incorporado à arte presente na capa. Vamos ver na próxima página algumas variações e então você vai entender do que estamos falando.

Formato:

O formato da revista é 17x24,5cm. **Papel:** Couché, laminação fosca 250g/m². **Acabamento:** Lombada

quadrada, refle, PUR. **Periodicidade:** Bimestral (fevereiro, abril, junho, agosto, outubro e dezembro). **Preço:** R\$ 15,00. (ZUPI, 2015)

Impressão:

A revista é impressa no sistema offset 4x4 (4 cores frente e verso da página). (AMBROSE; HARRIS, 2009) Assim como na Computer Arts, nas edições analisadas não havia uso de cores especiais.



Figura 15: Edição 02



Figura 16: Edição 23

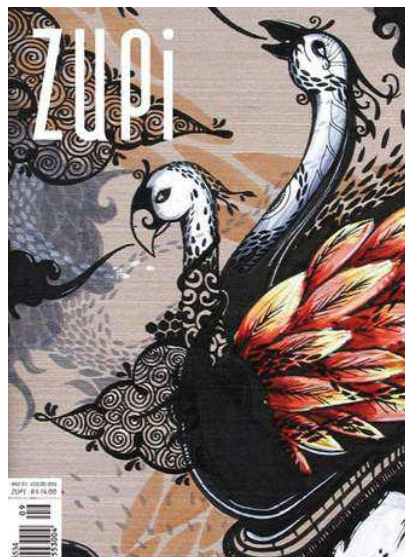


Figura 17: Edição 02

Capas Zupi (Imagens acima)
Fonte: Zupi⁴

Nessas edições, dá para perceber direitinho o que nós dissemos sobre o logo, ele sempre se adequa à arte que é usada na capa e podemos ver isso desde as primeiras edições. Isso acabou se tornando uma característica da revista, a identidade dela, o estilo e a fez uma grande referência quando falamos em revistas de design gráfico. Dá para perceber só de olhar na capa de onde vem tanto sucesso né! Ahh! Você pode conferir outras capas entrando no site: zupi.com.br/as_capas_da_zupi/

Paleta de cores:

Temos abaixo a paleta de cores utilizada em cada seção da revista.

GRANDE PARTE DAS SEÇÕES:



SEÇÃO GALERIA:



ABC DESIGN

É uma revista de brasileira que há 15 anos traz discussões em torno do design como um agente transformador de negócios, lugares e pessoas. Ela foi eleita uma das melhores revistas de design do mundo pelo crítico de design Steve Heller. (DESIGN, 2017)

"Geramos experiência de conteúdo criativo!"
ABC DESIGN, 2017



Figura 18: Abc Design
Fonte: Elaborada pela autora



Figura 19: Abc Design (Imagens acima)
Fonte: Elaborada pela autora

Ela também abre espaço para que obras dos leitores estejam na capa.

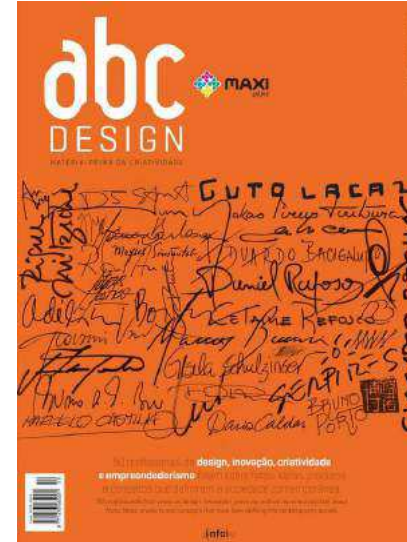
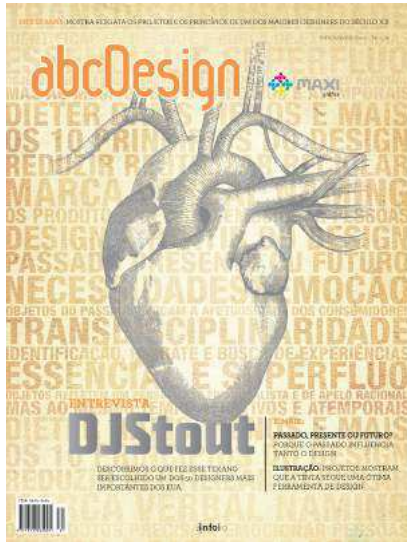
Público-Alvo:

"Os leitores são criativos, interessados em design, cinema, tecnologia e empreendedorismo. Usuários de novas tecnologias, são assíduos nas redes sociais, geradores de opinião e potenciais disseminadores de novas tendências." (DESIGN, 2017)

Serviço Oferecido:

A revista oferece um conteúdo que mostra diversas vertentes tanto do design quanto da arte, em nível nacional e internacional.

O conteúdo é dividido em tópicos e colunas, que são: Pessoas, Negócios e Lugares, Criatividade, Designs de futuro, De_signs, Design export, Papo filosófico, Curtimos e Últimas.



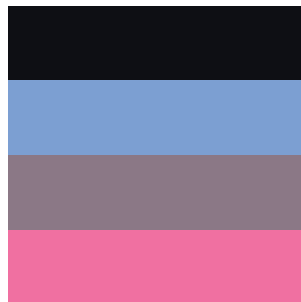
Capas AbcDesign (Imagens acima)
Fonte: AbcDesign⁵

Nas capas acima, podemos observar como o estilo da revista é trabalhado de edição para edição. Em algumas capas são utilizadas ilustrações de leitores ou de artistas presentes em alguma matéria, além de oferecer um “espaço”, uma espécie de painel, que consiste em uma folha dobrável para que obras de leitores sejam expostas. Imagina que bacana ter sua ilustração em uma revista tão conhecida hein! (#FicaaDica)

Paleta de cores:

Abaixo algumas das cores utilizadas na revista.

REVISTA EDIÇÃO 53:



Observando a paleta dá para notar o que dissemos sobre o uso de cores, foram usadas diversas ao longo das matérias da edição.



SOFTWARES

Para iniciar de verdade o projeto, depois das pesquisas e das análises, a gente precisa usar programas/software não é verdade? Então, você deve estar se perguntando: “O que eu posso utilizar?”

Nós te respondemos! Há muitos softwares de Design por aí, de diferentes desenvolvedores. Os mais utilizados são os softwares da Adobe, por serem bem completos e por possuírem grande afinidade entre si, facilitando muito o projeto de design em todas as etapas. Existem 3 softwares essenciais para se fazer um projeto editorial, que no nosso caso é uma revista. Aqui você vai descobrir quais são eles, então fique atento, pegue seu notebook ou vá até seu computador e vamos começar a fazer os downloads!

SOFTWARES DE EDITORAÇÃO

INDESIGN

É o mais essencial de todos, porque é nele que você vai fazer a maior parte do trabalho. Nele você vai montando a diagramação das páginas, colocando todo o conteúdo e começa a ter uma noção de como é que a revista vai ficar. Nele também você finaliza seu arquivo de impressão para enviar à gráfica. Como mostra na imagem, toda a organização do layout é feita já no formato de revista, com as duas páginas lado a lado. As medidas do tamanho da página, das margens e a quantidade de colunas podem ser alteradas conforme o projeto.

Figura 25: InDesign
Fonte: Elaborada pela autora

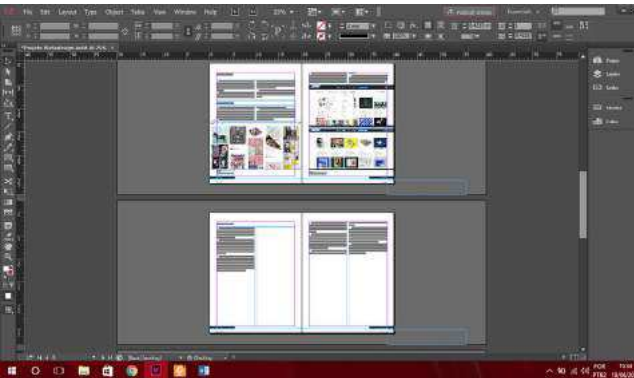


Figura 26: Scribus
Fonte: Fórum Scribus⁶

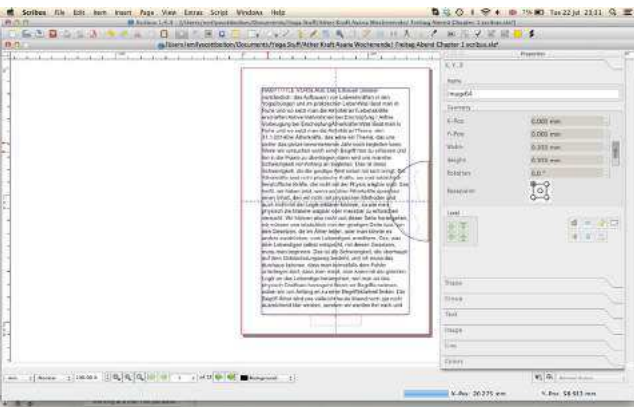


Figura 27: Inkscape
Fonte: Vincent Dupuis⁷

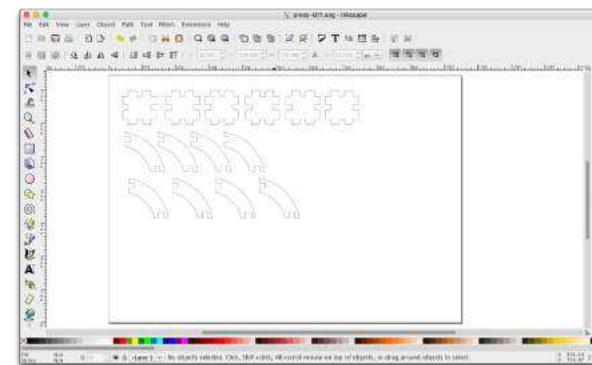
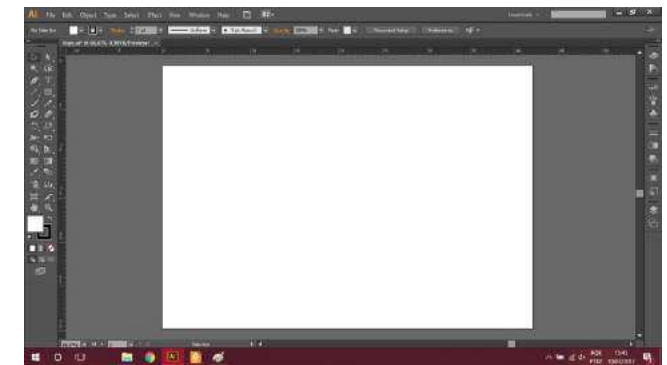


Figura 28: Illustrator
Fonte: Elaborada pela autora



DICA: Outro software vetorial muito utilizado é o Corel Draw, que você também consegue fazer os mesmos trabalhos (logotipos, cartazes, etc) e caso você também não tenha como pagar por nenhum dos dois, uma boa opção é o **Inkscape**, que é totalmente free.

SOFTWARE DE IMAGEM RASTER

PHOTOSHOP

O último é um software de imagens raster. "Uma imagem raster ou gráfico de bitmap é uma matriz de pontos, que representa geralmente uma grade retangular de pixel ou pontos de cor, que podem ser visualizados por meio de um monitor, papel ou mesmo no seu celular." (QUOOS, 2017) Se você queria fazer uma edição diferente, uma montagem, utilizar efeitos de alta qualidade e não sabia o que usar, você pode cogitar esse grande software.

Com o uso desses 3 programas seu trabalho com certeza pode ficar bem interessante. mas lembre-se: design não se resume a software, à técnica e tecnologia! Você tem que saber projetar, trabalhar esteticamente com as linguagens visuais

primeiramente, e os softwares apenas te auxiliam nesse trabalho processual de design.

E se você ainda não sabe manipular nenhum desses programas, não se desespere. Na internet tem vários tutoriais e com certeza você encontra algum curso na sua cidade e logo, logo estará craque!

O segredo para ser bom nos programas e criar um projeto incrível é testar, treinar, pesquisar e se esforçar bastante e com o tempo você pega a prática.

E caso você seja daqueles que preferem um trabalho manual, saiba que é possível sim, criar trabalhos gráficos maravilhosos sem o auxílio de programas. Então solte sua imaginação e mão na massa!

Figura 29: Photoshop
Fonte: Elaborada pela autora

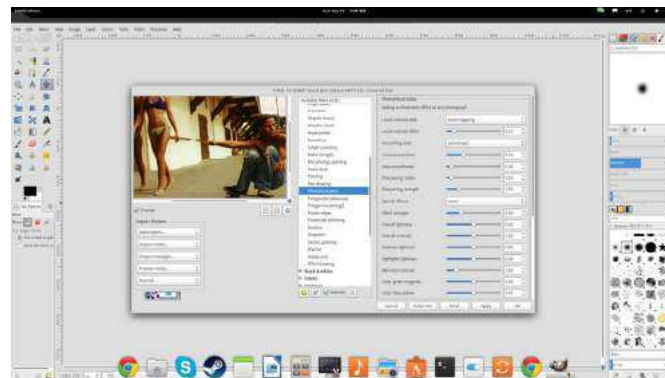
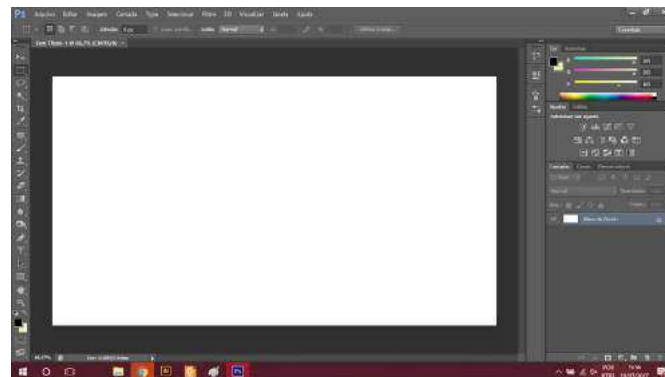


Figura 30: Gimp
Fonte: How to Forge⁸

Dica:

O Gimp é o software free mais próximo do Photoshop caso você precise fazer a substituição.

Ganhe royalties fazendo o que você ama

Tornar-se um colaborador

Opções de compra para atender suas necessidades

3 ativos padrão por mês

Plano mensal
US \$ 29⁹⁹ /mês

10 ativos padrão por mês

Plano anual, cobranças mensais
US \$ 29⁹⁹ /mês

Exibir todos os planos

Vídeos em HD e 4K

A partir de
US \$ 79⁹⁹

PLANEJAMENTO EDITORIAL

Uma revista, um livro ou um jornal, tem muito conteúdo. São várias matérias, imagens, entrevistas, sumário e diversas outras coisas. E antes de todas essas informações tomarem forma de revista é necessário primeiro a criação desse conteúdo e a definição de tudo o que vai fazer parte da edição, certo? Afinal, não existe publicação sem informações, caso contrário teríamos só um monte de folhas em branco.

Lembra lá na primeira seção, quando te mostramos os personagens? Então, o conteúdo é criado pela editora (ou editor) da revista e então ele vai passando pelos outros personagens do

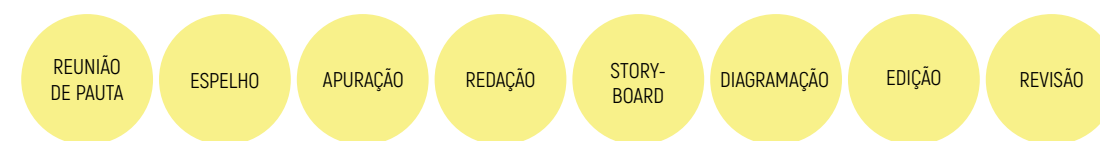
grupo em uma espécie de refinamento, até chegar em nós designers.

Nós somos os responsáveis por organizar todo o conteúdo, levando em consideração o consumidor final: o nosso leitor. E como nós faremos essa organização? Se você se perguntou isso, já vamos te explicar.

O designer é quem pega a informação/conteúdo e organiza ele de forma a atrair o usuário, chamar a atenção dele e fazer com que ele receba todas as informações, as mais e as menos importantes (NEWARK, 2009). E também que o material final seja claro e objetivo (NEWARK, 2009).

Ahh! Nós vamos planejar uma revista, sendo assim, te mostraremos a forma de organização usada em revistas, mas se você quiser tentar um livro, um jornal ou um pôster, nossas dicas vão te ajudar também.

O planejamento editorial possui várias etapas, e todas são importantes para o projeto. No infográfico abaixo você vai ver quais são e qual a ordem dessas etapas.



Infográfico 1: Etapas do processo de edição
Fonte: Medium¹¹
(Adaptado pela autora)



Figura 31: Exemplo de Espelho
Fonte: Medium⁸

PROCESSO DE EDIÇÃO

Na etapa inicial, a **Reunião de pauta**, todos os personagens (equipe) se reúnem e fazem um levantamento dos possíveis temas da publicação, levando em consideração os mais importantes do momento e decidem os responsáveis por cada etapa e os prazos de entrega. (MEDIUM, 2017)

Em seguida é elaborado o **Espelho** da publicação, que contém todas as informações que estarão na edição. A **Apuração** irá pesquisar essas informações e também vai atrás dos elementos gráficos que poderão ser utilizados como ilustrações, fotografias, etc. (MEDIUM, 2017)

Na etapa de **Redação** o material é lapidado e ganha forma de textos, do tamanho determinado pelo espelho editorial (imagem ao lado).

O **Story-board** ou diagrama é a aparência da publicação, é através dele que iremos ver a “cara” que a edição terá, pois é ele quem irá organizar as informações por ordem de importância e relação que elas tem entre si, criando assim o **ritmo editorial**, mostrando onde haverá imagens, textos, anúncios, etc. (MEDIUM, 2017)

Depois de todo este processo, chegamos à etapa de **Diagramação**, que colocará cada informação em seu devido lugar e com o tamanho que for necessário, de forma hierárquica, ou seja, informações mais importantes em tamanhos grandes e informações menos importantes em tamanhos menores (**mas sem que passem despercebidas pelos olhos do leitor**). Na etapa de diagramação também ocorre outra etapa - a **Edição** - que fará as alterações que forem necessárias.

Por último, mas não menos importante (pelo contrário, fundamental para o projeto) temos a **Revisão**. Nessa parte, o material é impresso e revisado, para que não haja erros e se estiver tudo okay, é direcionado para a impressão e por fim é distribuído.

Figura 32: Diagrama (Ao lado)
Fonte: Pinterest¹⁰

ORGANIZAÇÃO DAS SEÇÕES E CONTEÚDO

Um livro é dividido em capítulos e em cada um acontece algo novo na história. Em uma revista, essa divisão é feita em seções com diferentes temas. Por exemplo, a Zupi tem 8 seções e em cada uma traz uma abordagem diferente.

O conteúdo é dividido por temática, então cada seção vai agrupar informações que tenham o mesmo tema. Está difícil de entender? Vamos te dar um exemplo: se temos uma revista que tenha uma seção chamada Ilustração, dentro dela poderá ter entrevistas com ilustradores, fotos de ilustrações, infor-

mações de workshops e cursos que ensinem técnicas e também dicas de como começar a ilustrar.

Dessa forma, fica mais fácil de o leitor entender do que se trata o conteúdo. Imagine se não existissem essas seções, ou se elas tivessem matérias de vários temas diferentes, você está lendo sobre ilustração e em sequência vem uma matéria sobre um fotógrafo famoso que está no Brasil e depois viesse uma entrevista com um ilustrador, ia ser uma bagunça não é verdade?

Pra facilitar ainda mais e deixar claro ao leitor que ele está entrando em uma nova seção da revista, existem as páginas que fazem a separação das seções.

Elas podem ser separadas através de uma página única ou dupla com alguma cor diferente ou uma imagem diferente.

Pra que você entenda o que estamos falando observe as fotos ao lado.

As imagens mostram duas divisões de seção. Elas fazem parte de uma revista sobre grafite e para se fazer as divisões foram usadas fotos de obras de alguns grafiteiros que tiveram seus trabalhos apresentados em uma matéria sobre os principais grafiteiros. Cada seção possuía uma cor diferente (cinza, azul, amarelo...).



Figura 34: Página revista Tag (Projeto próprio)



Figura 35: Página revista Tag (Projeto próprio)



Figura 33: Story-board
Fonte: Medium⁹

PLANEJANDO A JOBS

Esta revista tem como objetivo te ensinar a projetar publicações editoriais, sendo assim, pensamos na melhor forma de torná-la o mais agradável e didática possível, pra que você de fato aprenda a projetar.

Ela está sendo pensada usando como base o metadesign, que nada mais é do que usar o Design pra explicar ele mesmo. Isso te confundiu um pouco?

Nós da Jobs iremos te ensinar a projetar usando a forma mais fácil possível, que é projetando, colocando a mão na massa, ou devo dizer, no mouse e nas canetas.

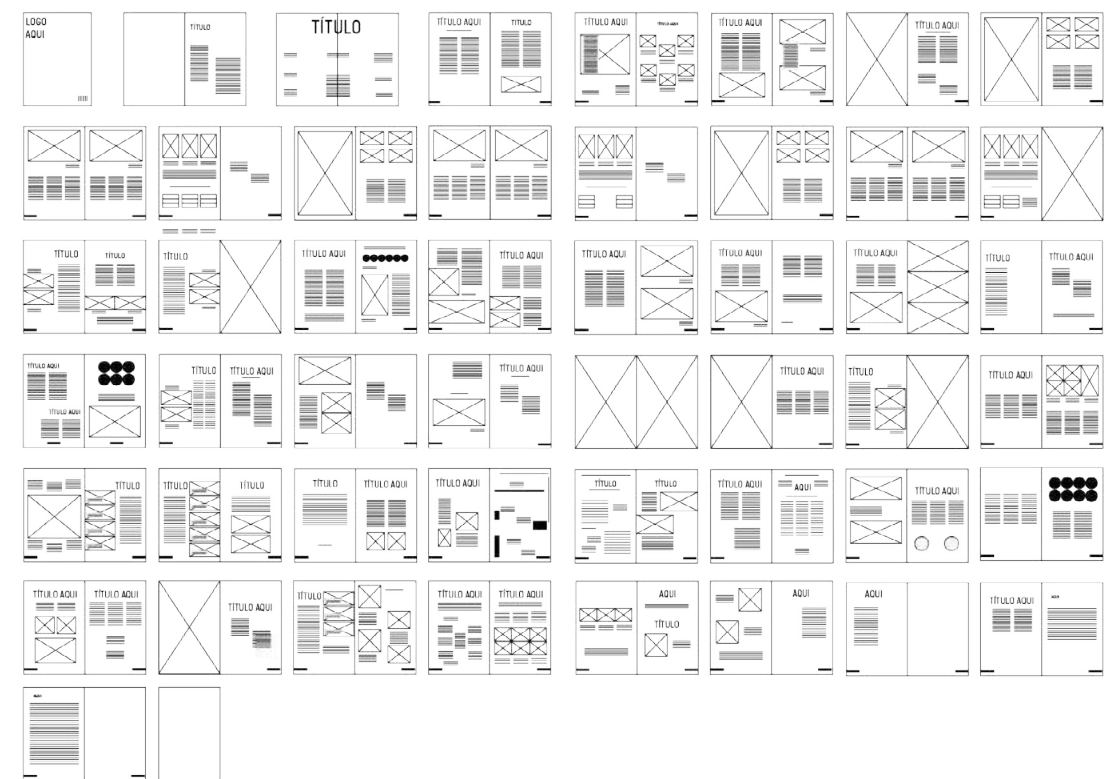
Para que pudéssemos chegar até aqui, além de pesquisa e análise de similares, de acordo com os usuários (iniciantes em design gráfico), o primeiro passo foi o levantamento das informações (planejamento edito-

seções da revista, que são: **O que é Design Editorial?**; **Por onde começar?**; **Planejamento Editorial**; **Projeto Gráfico**; **Diagramação**; **Capa**; **Produção Gráfica e Encadernação**.

Como te dissemos na nossa apresentação lá no Editorial, nós iremos te "mostrar o caminho das pedras", isso quer dizer que faremos um passo a passo com tudo que é fundamental para se criar um projeto de design gráfico, como já estamos fazendo.

E como acabamos de te explicar no tópico anterior, um revista é organizada em seções, que agrupam informações que tenham relação entre si, para que isso facilite a compreensão do leitor. Por isso a nossa revista foi dividida nas etapas que são necessárias para que uma revista tome forma.

Capa JOBS		Editorial		METADESIGN		O QUE É DESIGN EDITO.?		
				4	5	6	7	
				Metadesign	Conceito	O que é design edi.?	Personagens	
POR ONDE COMEÇAR?				POR ONDE COMEÇAR?				
8	9	10	11	12	13	14		
Ferramen. Pesquisa	Behance	Creative Cloud	Computer Arts	Computer Arts	Computer Arts	Computer Arts		
POR ONDE COMEÇAR?				POR ONDE COMEÇAR?				
15	16	17	18	19	20	21	22	
Computer Arts	Computer Arts	Zupli	Zupli	Zupli	Zupli	Zupli	Zupli	
POR ONDE COMEÇAR?				POR ONDE COMEÇAR?				
23	24	25	26	27	28	29	30	31
Abc Design	Abc Design	Abc Design	Abc Design	Abc Design	Abc Design	Floresta Sem fim	Softwares	Softwares
		PLANEJAMENTO EDITORIAL						
32	33	34	35	36	37	38	39	40
Softwares	Adobe	Planeja. Editorial	Processo Edição	Processo Edição	Organiza. Conteúdo	Planejando a Jobs	Diagrama Jobs	Briefing
PLANEJAMENTO EDI.				PROJETO GRÁFICO				
41	42	43	44	45	46	47	48	
Briefing	Verba/ Custo	Pacotes Adobe	Publicidade	Proj. Gráfico	Naming	Brainstorm	Brainstorm	
PROJETO GRÁFICO								
49	50	51	52	53	54	55	56	
Logo Jobs	Logo Jobs	Logo Jobs	Logo Jobs	Elementos do Design	Elementos do Design	Elementos do Design	Elementos do Design	
PROJETO GRÁFICO		PROJETO GRÁFICO						
57	58	59	60	61	62	63	64	
Importância no D.E	Diagrama mão/softw.	Faber- Castell	Anatomia da publ.	Anatomia da publ.	Anatomia da publ.	Formato	Formato	
PROJETO GRÁFICO								
65	66	67	68	69	70	71	72	
Formato Jobs	Grid Retan.	Grid Coluna	Grid Modu.	Elemen. Grid	Lorem Ipsum	Composição/ Layout	Tipografia	
PROJETO GRÁFICO								
73	74	75	76	77	78	79	80	
Lorem Ipsum	Tipografia	Cor	Cor	Paleta Jobs	Cores Especiais	Imagem	Infográfico	
PRODUÇÃO GRÁFICA							CAPA	
81	82	83	84	85	86	87	88	
Produção gráfica	Finalização arquivo	Imposição	Papel	Impressão	Impressão	Capa	Capa	
CAPA			ENCADERNAÇÃO					
89	90	91	92	93	94			
Capa	Capa	Capa	Encadernação	Referências	Referências			



Espelho e diagrama
Fonte: Medium⁹

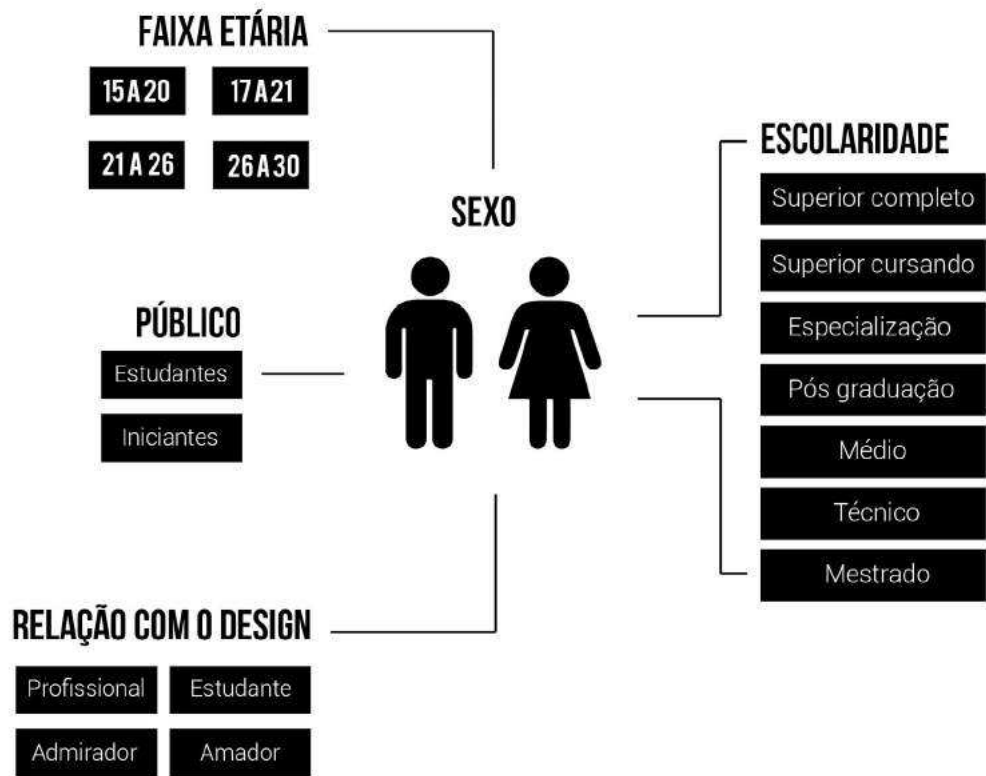
BRIEFING

Bem, agora vamos partir para o briefing. Mas o que é esse tal de briefing hein? Nós já vamos te contar! Nada mais é do que informações sobre o produto, empresa ou pessoa e é a etapa inicial do projeto. “O mais importante é que o briefing contenha todas as informações relevantes aos interessados no projeto.” (PHILLIPS, 2007) Mas como assim?

Antes de projetarmos algo, precisamos de todos os detalhes possíveis, que são passados pelo nosso cliente. Muitas vezes

ele tem uma ideia mas não sabe como explicar, então, cabe a nós como designers iniciarmos uma espécie de questionário com ele para descobrirmos essas informações.

Veremos agora os tópicos de um briefing. Iremos preenchê-lo de acordo com a Jobs e você preencherá de acordo com seu projeto, certo? Então vamos, de acordo com Phillips (2007), um briefing deve conter:



Infográfico Público-Alvo da Jobs
Fonte Elaborado pela autora

Natureza do projeto e contexto:

O nosso projeto é uma revista de meta-design, que se utiliza dessa ferramenta para ensinar estudantes e iniciantes na área de design, a projetar trabalhos de design gráfico.

Análise setorial:

Revistas de design gráfico, como a Zupi, possuem leitores específicos da área de design, sendo tanto estudantes quanto profissionais. Sendo assim, o projeto proposto seria bem recebido por esse público, principalmente para estudantes e iniciantes, que ainda estão dando os primeiros passos na carreira.

Público-alvo:

O público visado pela Jobs, são estu-

dantes e iniciantes na área de Design gráfico, ambos os sexos.

Portfólio da empresa:

A empresa é nova, tendo sido criada no ano de 2017, necessitando assim de um lançamento.

Objetivos do negócio e estratégia de design:

Os objetivos da Jobs são de atrair e ensinar o público alvo usando o próprio design como método de ensino, através de publicações semestrais.

Objetivo, prazo e orçamento do projeto:

O objetivo é de se lançar e se estabelecer em um mercado já existente (o mercado de revistas de design gráfico), em um prazo de 2 anos, porém utilizando uma metodologia diferente dos concorrentes (o metadesign).

Com esses dados, você será capaz de criar um projeto que seja exatamente o que o cliente precisa e caso ache que é necessário mais informações, basta acrescentar, sempre lembrando que o mais importante no briefing é coletar todos os dados que facilitem na execução do projeto. **Observação:** Nem sempre o cliente ficará satisfeito de cara. Alterações podem surgir, nossa dica é: não se desespere!

Ah! Uma pequena observação: esse briefing já estava definido antes mesmo da escolha dos similares, certo? Porque é através dele que são definidos os objetivos do projeto.

VERBA E CUSTO

Veja como 'sustentar' uma publicação

Um fator super importante na hora de projetar é a VERBA, pois ela limitará o que pode ou não ser utilizado no projeto.

Essa verba é definida pelo cliente, afinal, é ele quem irá pagar pelo produto final. Nós também devemos informar a ele caso a verba seja menor que as exigências do briefing, e saberemos disso através de pesquisas.

Está vendo o quanto o trabalho de um designer é importante? E o quanto devemos conhecer as ferramentas, as técnicas de produção e todo o processo do início até a impressão?

É necessário fazer uma pesquisa em várias gráficas e analisar o melhor preço e a melhor qualidade. Para que o cliente fique satisfeito com o resultado final.

Existem também outros custos além da impressão, por exemplo os de publicidade, que envolvem desde banners até notas no site e que possuem diversos valores.

Tudo isso deve ser observado e pesquisado de forma a se encaixar na verba disponível, tentando sempre um consenso entre valor e qualidade.

Agora vamos falar um pouco sobre os valores para se imprimir 100 cópias da

Jobs. Esses valores foram orçados em uma gráfica rápida e na gráfica da UFU.

GRÁFICA RÁPIDA X GRÁFICA DA UFU

R\$ 12.750,00*

R\$ 9.216,00*

Os valores acima são aproximados, e foram adquiridos através de cálculos feitos com base em valores passados pelas gráficas.

A gráfica rápida foi a mesma em que a revista foi impressa para a entrega. O valor foi estimado através dos valores gastos em três cópias e com base no valor de cada página, já com desconto.

Já os valores da gráfica da ufuf foram feitos com base em um orçamento fornecido por ela. O orçamento original levava em conta uma revista tamanho A4, porém como a impressão deve ser feita no tamanho A3, considerou-se o

dobro do valor por página.

Como podemos observar, o valor em gráficas rápidas é bem mais alto e só vale a pena se o projeto for impresso em pouca quantidade.

Ah um detalhe importante sobre esses valores é que eles são para uma revista dobrada e grampeada, pois nenhuma das duas gráficas trabalha com encadernação costurada.

Então, se seu projeto for impresso em pouca quantidade a gráfica rápida é a solução. Agora, se forem necessárias muitas cópias, é melhor procurar uma gráfica maior.



PsADOBE PHOTOSHOP CC

Novidades

Aprendizado e suporte

Versão de avaliação gratuita

Mais produtos

Comprar agora

Encontre o plano ideal para você.

Ps

Aplicativo individual Adobe Photoshop CC

Adquira o Photoshop como parte de um plano da Creative Cloud por apenas R\$71/mês.

Compre agora >

Creative Cloud Todos os Apps

Adquira o Photoshop e o conjunto completo de aplicativos de criação por apenas R\$175/Mês.

Compre agora >

Plano de Fotografia

Inclui o novo Lightroom CC, 20 GB de armazenamento em nuvem, o Lightroom Classic CC e o Photoshop CC. R\$35/Mês.

Saiba mais > | Compre agora >

Plano de Fotografia com 1 TB de armazenamento em nuvem

Inclui o novo Lightroom CC, 1 TB de armazenamento em nuvem, o Lightroom Classic CC e o Photoshop CC. R\$71/Mês.

Saiba mais > | Compre agora >

Escolha um plano

AiADOBE ILLUSTRATOR CC

Novidades

Aprendizado e suporte

Versão de avaliação gratuita

Mais produtos

Comprar agora

Encontre o plano ideal para você.

Ai

Aplicativo individual Adobe Illustrator CC

Adquira o Illustrator como parte de um plano da Creative Cloud por apenas R\$71/mês.

Creative Cloud Todos os Apps

Adquira o Illustrator e o conjunto completo de aplicativos de criação por apenas R\$175/mês.

Estudantes e professores

Economizem 60% no conjunto completo de aplicativos da Creative Cloud. Apenas R\$71/mês.

Empresas

Aplicativos de criação líderes do setor com gerenciamento de licenças simples e fácil implantação. A partir de R\$105/mês.

Escolha um plano

IdADOBE INDESIGN CC

Novidades

Aprendizado e suporte

Versão de avaliação gratuita

Mais produtos

Comprar agora

Encontre o plano ideal para você.

Id

Aplicativo individual Adobe InDesign CC

Adquira o InDesign como parte de um plano da Creative Cloud por apenas R\$71/mês.

Creative Cloud Todos os Apps

Adquira o InDesign e o conjunto completo de aplicativos de criação por apenas R\$175/mês.

Estudantes e professores

Economizem 60% no conjunto completo de aplicativos da Creative Cloud. Apenas R\$71/mês.

Empresas

Aplicativos de criação líderes do setor com gerenciamento de licenças simples e fácil implantação. A partir de R\$105/mês.

Escolha um plano

PUBLICIDADE

Uma forma de arcar com os custos de uma publicação é através da publicidade, sejam de cursos, softwares ou outros que se encaixem ao tema da revista.

Nas revistas que analisamos as publicidades eram de Cursos de animação; Pós-graduação; Cursos relacionados a imagem e ilustração; Bancos de imagens pagas; Concursos; Propagandas da própria editora da revista; Festivais e eventos de design, enfim, tudo que pode despertar interesse no leitor.

Como a nossa revista é sobre design gráfico, mostraremos em nossas edições, publicidades que se relacionem aos nossos temas.

Mas citaremos outro exemplo de publicação e quais publicidades seriam usadas. Em uma revista de moda, por exemplo, as publicidades podem ser de roupas, calçados, relógios, bolsas entre outros.

Para nossa revista, as possíveis publicidades seriam a respeito de cursos, pacotes de softwares e materiais utilizados por estudantes de design, como folhas, canetinhas, entre outros.

Na página anterior, mostramos exemplos de como seriam essas publicações de publicidade e você também pode ir pensando em quais poderiam ser utilizadas em seus projetos.

Ainda está em dúvida de qual publicidade usar na sua revista? Comece primeiro pelo seu tema e se questione que tipo de propaganda se relaciona com o seu tema, depois tente pensar no seu consumidor. O que ele gostaria de adquirir ao ler sua revista?

Os leitores da Jobs, por exemplo, podem se interessar por um kit de aquarelas da Faber-Castell, por cursos de illustrator, photoshop e indesign, por concursos de design gráfico, por eventos e diversas outras coisas relacionadas à área, então teremos uma grande gama de possibilidades.

PROJETO GRÁFICO

Bem, aqui nessa seção vamos te apresentar o processo do projeto gráfico da Jobs. Aqui você verá o que é Naming design, brainstorm, o processo de criação do logo, verá também os elementos do design e um monte de outros tópicos relacionados ao nosso processo. Através dos conceitos que vamos te

ensinar e do passo a passo que vamos mostrar, você irá conseguir fazer o seu projeto gráfico. Ah! Outra coisa importante é que citaremos nomes de alguns autores que podem te auxiliar também, então já pegue seu notebook ou caneta e fique à vontade pra se aprofundar nos temas.

"O design é tão simples. É por isso que é tão complicado."
Paul Rand

NAMING DESIGN

Naming é o projeto de desenvolvimento e escolha do nome de uma marca. (RODRIGUES, 2011)

"O nome revela em parte a origem da marca, aponta para o princípio de sua construção, e a identidade..." (RODRIGUES, 2011)

Escolher o nome de uma marca ou um produto é uma etapa fundamental para o projeto, pois ele será a sua identidade.

Para chegar a possíveis nomes, é necessário uma reunião com a equipe envolvida no desenvolvimento, nessa reunião todos darão suges-

tões que serão avaliadas pelo grupo e então serão selecionados os melhores. Esse processo que acabamos de explicar é chamado de **Brainstorm ou Chuva de ideias**, e serve justamente para facilitar o processo de escolha do nome.

Após o brainstorm e ter sido feita a escolha do nome final, chegaremos a etapa de pesquisa, para saber se o nome já existe no mercado, pois caso exista há a possibilidade de troca do mesmo, antes do lançamento da marca.

PROCESSO DE NAMING DA JOBS

Sozinho a gente não faz nada, concorda? Como explicamos acima, é necessário fazer o Brainstorm para se chegar a possíveis nomes para o projeto. Então, para a criação do seu Brainstorm, você irá pre-

cisar de: UM GRUPO CRIATIVO!

Para escolhermos o nome da Jobs, também contamos com a ajuda de um grupo criativo e iremos apresentá-lo ao lado:



BRAINSTORM

Com a ajuda desse grupo, nós fizemos um **brainstorm** que nada mais é do que literalmente uma "tempestade de ideias". Nesse processo, todas as ideias e sugestões de nomes ou de palavras referentes ao tema são escritas em papéis (post-it) e colados a um quadro ou parede. Nenhuma ideia é considerada errada, todas são válidas e contribuem de uma forma ou de outra para o resultado final, que é a solução do "quebra-cabeças" - problema - inicial.

Figura 38: Brainstorm Jobs
Fonte: Elaborada pela autora

METADESIGN = DESIGN EXPLICA DESIGN
"EXPLICAR DESIGN, PROJETANDO DESIGN."



Figura 39: Revista Job
Fonte: Elaborada pela autora



Figura 40: Revista Job
Fonte: Elaborada pela autora



Figura 41: Revista Job
Fonte: Elaborada pela autora

Depois dessa foto que você viu, comecei a pensar em elementos que fazem parte da vida de um estudante de design, mas dessa vez em dupla.

Então depois de muito pensar, finalmente escolhemos o nome: JOBS.

Mas por que Jobs? Um estudante ao longo de todo o período acadêmico e mesmo depois do fim dele é rodeado de trabalhos.

Como eu sei disso? Fácil! Também sou uma estudante de design. E por experiência própria eu te digo que os Jobs nunca acabam. E isso é bom, afinal, depois de formar você precisa deles para deslanchar na carreira de designer.

O fato do nome ser no plural é realmente para se referir a quantidade de tra-

balhos que nós temos ao longo dessa vida de designer.

Uma importante etapa após a definição do nome é a pesquisa, pois é através dela que você irá saber se já existem concorrentes com o mesmo nome e caso haja, é necessário a mudança.

No nosso caso por exemplo havia-se pensado em utilizar o nome Trampo, mas aqui na cidade já havia um local que trabalha com design gráfico e que tem um nome semelhante, por esse motivo essa ideia foi descartada.

Outra opção que tinha sido pensada foi a do nome Job, mas fazendo pesquisas encontramos algumas páginas na internet de revistas com esse nome, por isso, optamos por usá-lo no plural.

LOGO DA JOBS

Da pesquisa ao projeto

Depois de escolher o nome chega o momento da criação do logotipo. Mas o que é um logotipo? De acordo com Culture (2015), um logotipo são elementos gráficos que simbolizam uma empresa, produto ou serviço. É através do logotipo que os clientes vão se lembrar do seu produto - seja qual for sua espécie -, servindo como uma identidade do mesmo. Por isso é extremamente importante fazer testes, estudos e pesquisas antes de definir o logo final.

Para esclarecer um pouco mais a sua mente vamos citar dois exemplos: A Coca-Cola possui um logo tipográfico conhecido no mundo todo, certamente ele já até passou nesse exato momento pela sua cabeça. Agora, se te perguntarmos que empresa é representada por uma maçã mordida, você rapidamente responderá: Apple!

E sabe o porque disso? Porque eles são a identidade dessas empresas e já estão na memória dos consumidores.

Então, se você quiser ser reconhecido o primeiro passo para isso é criar um logotipo que transmita o que a sua empresa quer passar ao público, por este motivo, você deve conhecer os gostos, costumes e interesses daqueles que irão consumir seu produto, e essas informações você já adquiriu a partir do momento em que preencheu o briefing.

Para iniciar esse processo devemos fazer uma pesquisa para saber o que já existe no mercado e também para te inspirar a criar o seu. Como já fizemos uma análise de similares, usamos eles como referência. Uma boa alternativa é pesquisar as tendências de design, caso você não saiba por onde começar.

Depois dessa pesquisa, partimos para os rabiscos no papel, passando para ele todas as ideias que vierem à mente.

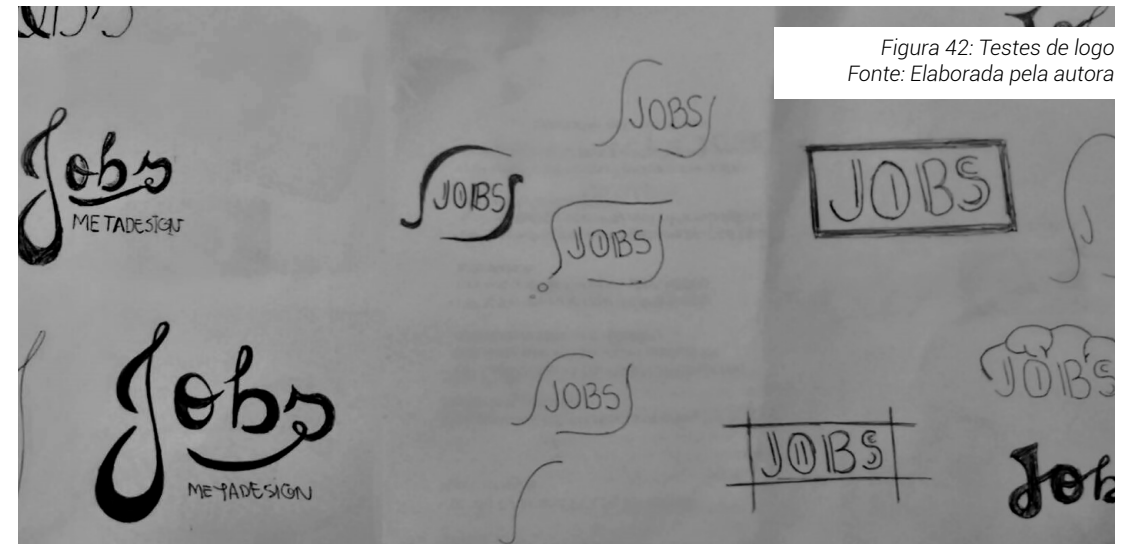


Figura 42: Testes de logo
Fonte: Elaborada pela autora

Na imagem acima, você pode conferir algumas das ideias que surgiram ao longo do processo de criação. Nesses casos sempre surgem ideias distintas umas das outras e que nem sempre são usadas, mas que são importantes como forma de estudo.

Já nas imagens a seguir você verá as possibilidades digitalizadas, que foram feitas até se chegar no logo escolhido. A nossa dica pra você é desenhar todas as ideias que vierem a sua mente e depois ir digitalizando e fazendo as devidas correções.

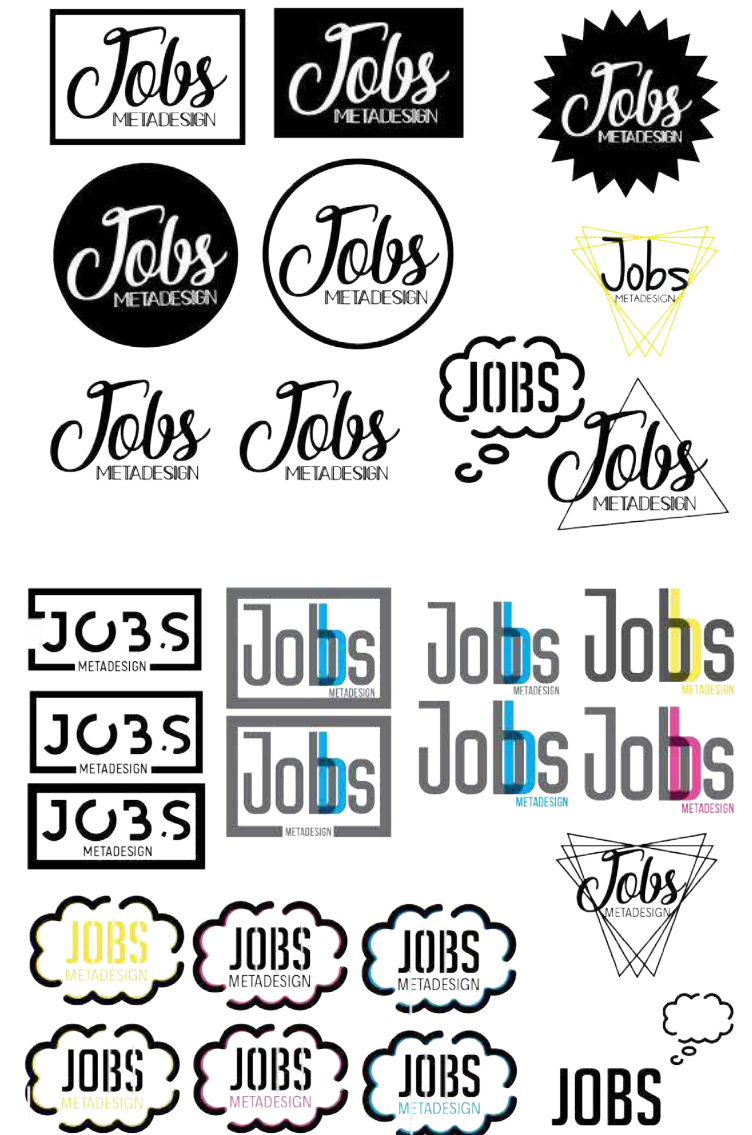


Figura 43: Testes de logo
Fonte: Elaborada pela autora

Durante a criação do logo em todo tempo eu me questionava o seguinte: O que jovens designers gostam? Quais os interesses desses estudantes? Quais os meus gostos como estudante de design? Esses questionamentos são importantes para se chegar a uma solução que agrade o público, pois são eles que irão consumir o seu projeto.

Outra coisa que me ajudou durante a criação foi poder observar de perto meus possíveis consumidores: os meus próprios colegas de curso.

Observei pelos trabalhos que vi, seja para a faculdade ou para eventos do curso, que o meu público gosta de cor, de lettering (olhar os primeiros testes digitalizados), ilustração, entre outras coisas, que mesmo de forma sutil procurei representar no logo.

A proposta escolhida foi a que possui uma fonte "quebrada". A escolha foi feita com a intenção de passar ao público a sensação de que o logo é formado por uma linha contínua. Considerando isso, pegou-se a proposta, retirou-se o contorno/retângulo e então aproximamos todas as letras umas das outras. Mexemos também na "quebra" das letras, para que passasse a ideia de continuidade que havia sido definida.

Com a ajuda de uma malha, deixamos todas as letras com a mesma espessura e inserimos o complemento - metade-sign - e duas linhas, que foram centralizadas em relação à palavra Jobs. Finalmente chegou-se ao logo final, que possuirá a cor preta e poderá ser utilizado também na versão branca quando necessário. O logo final pode ser carimbado em peças como envelope, caixas e diretamente na revista em caso de edições especiais com pouca quantidade de exemplares.

PROPOSTA ESCOLHIDA E ADEQUAÇÃO

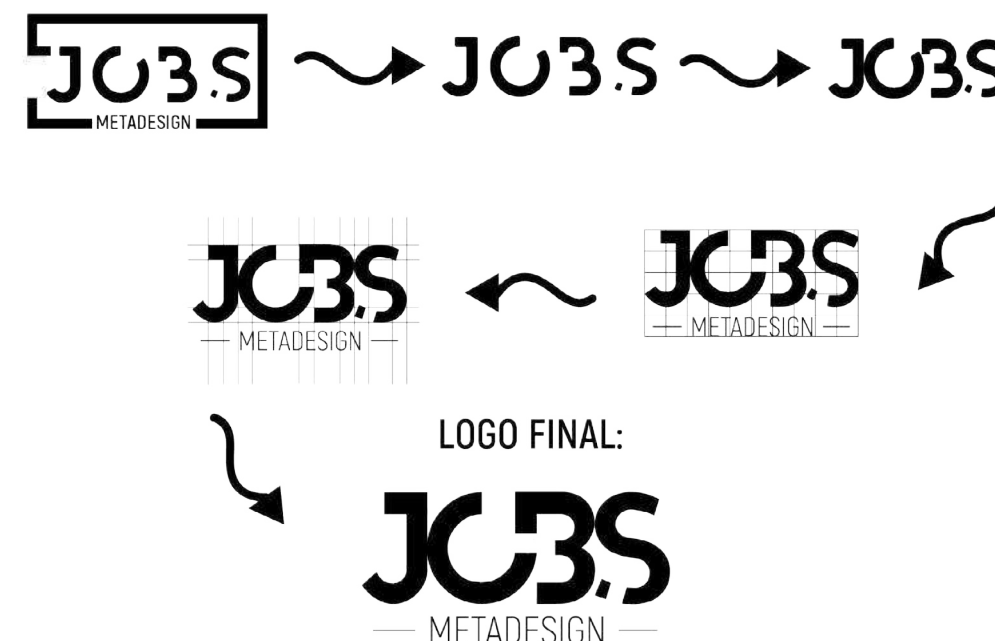


Figura 44: Finalização do logo
Fonte: Elaborada pela autora

ELEMENTOS DO DESIGN

Fundamentais para o processo de projeto

Dentro do design existem ainda processos/elementos utilizados para a criação de peças gráficas, sejam elas quais forem.

Dentre estes processos estão: moodboards, brainstorming, personas, Gestalt (leis da semelhança, continuidade, proximidade, fechamento, unificação e pregnância), hierarchy, Gutenberg Diagram, Golden Ratio e grid systems.

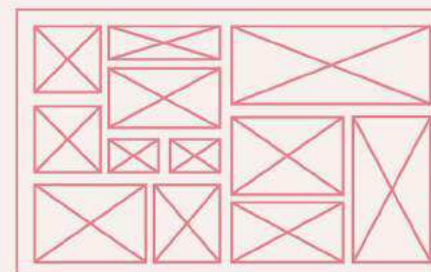
Com o uso desses elementos, podemos criar: folders, cartazes, logotipos, entre outros projetos gráficos. Eles foram estudados e nos ajudam a atrair de forma positiva a atenção do nosso leitor/usuário.

Para exemplificar melhor o conceito desses elementos, criamos um infográfico, ou seja, uma apresentação ilustrativa com uso de ícones para assim você entender como funciona cada um. Na próxima página você confere o infográfico com todos os tópicos que dissemos acima.

Em infográficos é comum as informações serem reduzidas, para assim informar clara e objetivamente, então caso queira que aprofundar e estudar mais esses processos, basta pesquisar mais sobre eles.

MÉTODOS DE CRIATIVIDADE

1. MOODBOARDS



- Também conhecido como painel semântico
- Reúne imagens que servem como referência
- Primeira etapa de projeto

2. BRAINSTORM



- Ou "tempestade de ideias"
- Coleta de ideias para solucionar problemas
- Uma das etapas iniciais de projeto

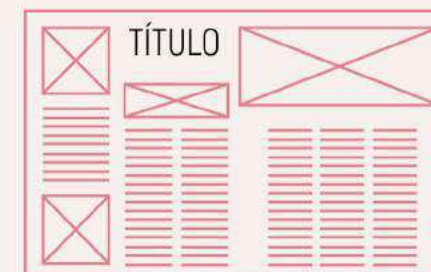
3. PERSONAS



- Personagens fictícios
- Usados para representar diferentes grupos de usuários que vão interagir com uma marca, um site ou um serviço

ELEMENTOS DE DESIGN

1. COMPOSIÇÃO



- Um conjunto de elementos
- Utiliza a Gestalt, diagrama de Gutenberg e golden ratio

1.1. GESTALT



- Estuda como nosso cérebro percebe formas
- "A psicologia das formas"
- Entende que a percepção se dá por forças internas e externas

1.1.1. SEMELHANÇA



- Os elementos semelhantes formam grupos
- Podem ser um todo ou unidades em um todo
- Essa semelhança pode ser forma, cor ou textura

1.1.2. PROXIMIDADE



- Elementos ópticos próximos
- Normalmente se agrupam e são vistos como um todo ou unidades dentro de um todo

1.1.3. CONTINUIDADE



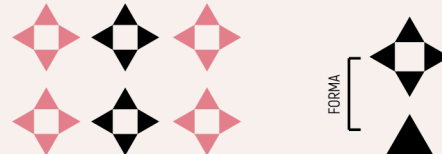
- Elementos próximos que dão sensação de direção
- Repetição ordenada dos elementos

1.1.4. PREGNÂNCIA



- Principal lei da Gestalt
- Quanto mais clara a organização visual da forma, da compreensão, maior a pregnância

1.1.5. FECHAMENTO



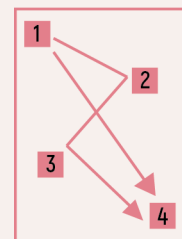
- Estabelece ou concorre para formar unidades
- As forças d organização da forma se dirigem espontaneamente para a ordem espacial

1.1.6. UNIDADE



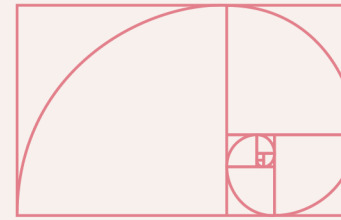
- Pode ser um elemento único, que se encerra em si mesmo, ou como parte de um todo
- Um conjunto de mais de um elemento

1.2. DIAGRAMA DE GUTENBERG



- Mostra os campos em que o olhar do leitor presta mais atenção
- Usado para captar a atenção do leitor

1.3. GOLDEN RATIO



- Proporção entre duas medidas, que resulta 1,618
- Utilizada em áreas como artes, arquitetura e design
- Utilizada no design para criação de identidades visuais, livros, cartazes e layouts de websites

2. COR



- Cores brilhantes se destacam de cores suaves ou tons de cinza
- Atraem a atenção do leitor
- Ajudam a definir o clima de sites

3. TIPOGRAFIA

TÍTULO AQUI SUBTÍTULO

- A escolha da fonte: Negrito, regular ou itálico
- E o tipo: com ou sem serifa ajuda na hierarquia

3.2. DIREÇÃO

CURVA **HORIZONTAL** VERTICAL

- As direções típicas em uma publicação são horizontal e vertical
- Textos com direções diferentes como a curva, se destacam na visão do leitor

3.1. TAMANHO

HIERARQUIA

HIERARQUIA

- Fontes maiores são lidas primeiro
- Deste modo são usadas para destacar informações importantes

4. IMAGEM



- Ilustra textos
- Compõe o layout de uma publicação
- Transmite emoções

INFOGRÁFICO ELEMENTOS DO DESIGN
FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

QUAL A IMPORTÂNCIA NO DESIGN EDITORIAL?

Talvez você ache que são elementos demais para projetar e nem tenha imaginado onde é que isso tudo vai se encaixar no projeto. Para te ajudar a assimilar vamos mostrar a importância de cada um deles no design editorial.

Os moodboards ou painéis semânticos, como preferir, servirão para que você una imagens de revistas que tenham os mesmo tema que a sua; o brainstorm pode servir para se chegar ao nome da revista, caso ela ainda não tenha; as personas te ajudarão a representar os possíveis grupos de pessoas que acessarão sua revista em meio digital, se você disponi-

bilizá-la via web; com os elementos da Gestalt será possível criar projetos incríveis, que faça o leitor olhar e pensar: Eu não acredito que não tinha visto isso antes!

A hierarquia e o tamanho associados te ajudarão a priorizar os dados e assim como citamos lá no início da revista: você irá fazer o seu leitor perceber todas as informações, sabendo quais são as mais e as menos importantes; O espaço e a textura irão tornar o projeto mais agradável. Sabe aquelas revistas que você não se cansa de ler e reler? Isso é porque elas foram pensadas para serem exatamente assim: agradáveis para a

leitura, confortáveis para o olhar, sem todo aquele peso de informações, afinal, os espaços em branco servem para descansarmos um pouco os nossos olhos ao longo da leitura.

A escolha correta da tipografia para cada reportagem e também para destacar informações relevantes; A cor para transmitir sensações (quente, frio, alegre, triste); a direção das palavras como forma de chamar a atenção do leitor e por fim Diagrama de Gutenberg e Golden ratio para utilizar bem os campos da página e para tornar o projeto mais harmonioso.

Diagrama à Mão ou no Software?

"Nem só de software vive um designer" e para provar isso iremos te mostrar agora as possibilidades de criação de diagramas. Você pode utilizar duas maneiras para diagramar um projeto, e o título já diz quais são eles: à mão ou no software. Mas o que são esses diagramas? Nas imagens abaixo, você pode ver como eles são, nele você irá definir o layout das páginas, fazer o desenho delas, como se a revista estivesse aberta e definir onde ficarão as imagens e os textos.

Normalmente as imagens são representadas por uma caixa com um X, enquanto que os textos são representados por linhas, caso seja necessário, você também pode fazer os desenhos que serão usados no design da página.

Esse método de criar diagramas manuais foi muito utilizado antes da invenção do computador e de softwares que fizessem esse trabalho. Caso você não tenha paciência ou não goste muito de trabalhos manuais e queira ir diretamente para o notebook, não tem problema, você terá o mesmo resultado: a diagramação das páginas definidas, para depois partir para outro programa e diagramar o conteúdo.

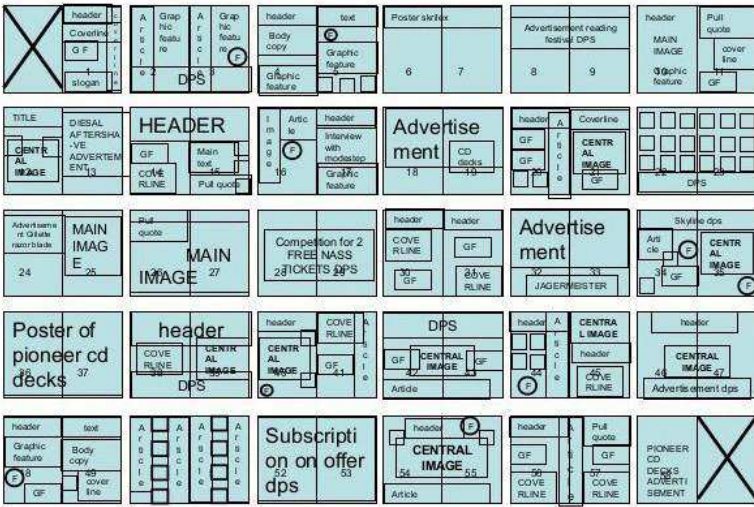


Figura 46: Diagrama no software
Fonte: Medium⁹

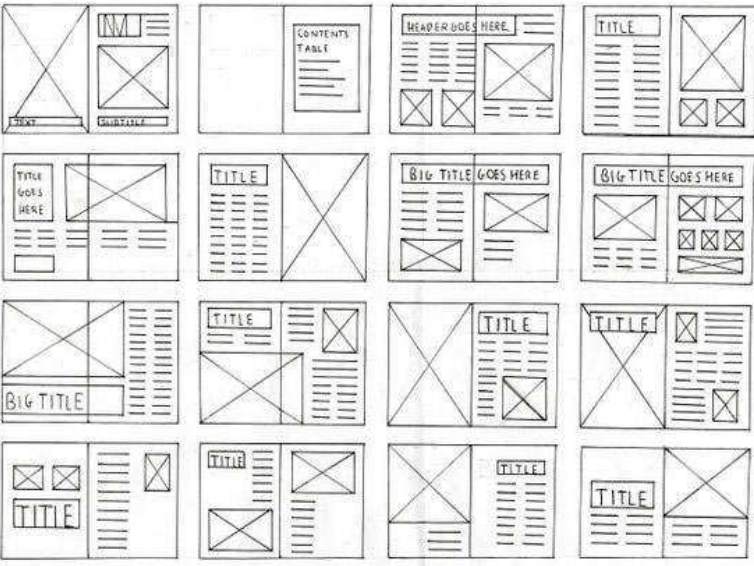


Figura 47: Diagrama à mão
Fonte: Pinterest¹⁰



ANATOMIA DA PUBLICAÇÃO

Como o corpo humano, um projeto editorial também possui partes e assas partes compõem um todo, e são essenciais para um bom resultado final. Assim como os nossos braços e pernas tem determinada função e são fundamentais para o funcionamento do nosso corpo, as partes de uma publicação tem a mesma importância. Agora, nós vamos apresentar cada uma dessas partes e o papel delas na **Anatomia da Publicação**. Fique atento e vamos nessa!

A primeira parte de uma publicação se chama **Sumário** e de acordo com Zapatterra (2014) "Os leitores contemporâneos usam a página do sumário de várias maneiras diferentes: para

encontrar uma reportagem, pesquisar todo o conteúdo da publicação, encontrar seções favoritas ou localizar uma matéria que lembram, vagamente, de ter lido antes." Resumindo, o sumário mostra ao leitor todos os temas que serão abordados ao longo da revista.

Depois vem as **Seções de Frente**, que são páginas destinadas ao editorial da revista que irá conter pistas sobre o estilo da publicação. O como próprio no já diz a **Área de Reportagens** é o local que reúne todas as reportagens da publicação, elas são o elemento mais importante, pois são elas que identificam a marca da revista, juntamente com o estilo, os furos de reportagem exclusivos, análise de um evento entre outras

coisas.

Mais no fim da revista temos as **Seções Finais**, compostas por: comentários, resenhas, listagens, cartas e horóscopos.

Essas seções costumam ter uma paleta de cores, opções de fontes, pesos e estilos pré-definidos e a diagramação é feita por designers juniores. O layout nessa parte também é importante, então, usar ilustrações e imagens podem deixar as páginas vivas. (ZAPATERRA, 2014)

As **Aberturas de Seção** são geralmente páginas duplas que utilizam uma imagem atraente e pouco texto e são bem-vindas aos leitores por proporcionarem um espaço de respiro.



Figura 48: Sumário
Fonte: Slideshare¹¹



Figura 49: Seções de frente
Fonte: Arq. contemporâneas¹²



Figura 52: Seções finais
Fonte: Nico¹⁵



Figura 50: Área de reportagem
Fonte: Agenda A¹³



Figura 51: Abertura de seção
Fonte: Thaís Trizoli¹⁴

Após todas essas partes da publicação, chegamos a um ponto muito importante: A Tipografia. Ela é utilizada no texto, nas tag-lines, manchetes, linhas-finas, entre outros que você verá logo abaixo, então fique ligado (a)!

Texto: Existem vários termos utilizados para se referir a texto dentro do design editorial e o designer tem de conhecer cada uma das terminologias usadas para os diferentes formatos de texto, além de saber quais são esses formatos, como redigir de forma editorial, de que forma

o texto se difere dos outros e por último tem que saber de que maneira isso afeta o design. (ZAPATERRA, 2014)

Tag-lines: Também conhecida como slogan que é associado ao logotipo e que adiciona valor à publicação. "Uma tag-line bem redigida não só informa o leitor o que é a publicação, mas também indica o tom e o público-alvo." (ZAPATERRA, 2014, p.87)

Subtítulos (ou cross-heads): Servem como divisão das colunas densas e são úteis quando usados em

longas notícias. São utilizados também para indicar novas seções ou subdivisões de capítulo.

Janelas, boxes, quadros e infográficos: As janelas são como notícias. As caixas e janelas geralmente trazem textos curtos e simples do que abordagens mais discursivas.

Legendas: Criam uma ponte entre texto e imagem e são importantes elementos de design.

Fólios: Ajudam na orientação do leitor e são compostos por números de página, título da publicação e algumas vezes a seção ou título do capítulo. Reforçam também a estrutura do formato e a marca.

Olhos: São úteis para orientar o leitor e dividir o texto, tornando a reportagem mais atraente e a leitura mais fácil. (ZAPATERRA, 2014)

Linhas de créditos: Em uma revista elas indicam os colaboradores e a equipe, especialmente quando usam um famoso escritor, fotógrafo ou ilustrador.



Figura 53: Revista Mais
Fonte: Nécessaire¹⁶

Manchetes: Ela é responsável por persuadir o leitor a ler uma matéria, além de criar um vínculo com o público, mostrando que a publicação e ele possuem os mesmos gostos/interesses/humor/referências. (ZAPATERRA, 2014)

Corpo do texto: "o design atrairá o leitor, mas se o conteúdo textual não corresponder às expectativas, as vendas cairão, os anunciantes irão parar de anunciar e a publicação poderá fechar." O designer então terá uma dupla função quanto ao texto: primeiro terá de lidar com os principais requisitos e características, usando a seleção de fontes e a colunagem para refletir a marca e transmitir-las ao público e ajudar com ideias e tendências culturais. (ZAPATERRA, 2014)

Linhas-finas: O conteúdo dela é mais importante que a manchete, pois é ela que dá o tom depois da manchete, mostrando ao leitor a intenção da matéria. "deve contextualizar a manchete, mas também resumir e vender a matéria para o leitor." (ZAPATERRA, 2014)

FORMATO



Figura 54: Dobra Sanfona
Fonte: Equipgraf¹⁷



Figura 55: Dobra Janela
Fonte: Futura Express¹⁸



Figura 56: Página Desdobrável
Fonte: Pinterest¹⁹



Figura 57: Dobra Francesa
Fonte: Callum Dawes²⁰

Agora nós vamos falar um pouquinho sobre os formatos que podem ser utilizados na criação de um livro, uma revista ou em outros trabalhos gráficos e editoriais. No Brasil, o formato padrão de papel é 21x28. Mas existem também os formatos mini 7x e gigante 35x28, que podem ser utilizados para criação de edições especiais. (AMBROSE; HARRIS, 2009) Outro elemento pertencente ao formato da revista são as dobras. Abaixo você pode conferir os tipos existentes e que são mais comuns utilizados revistas:

Dobra-sanfona:

Consiste em dobrar a folha de forma paralela duas ou mais vezes. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Dobra-janela:

As folhas de tamanho maior que as demais são dobradas para dentro, encontrando-se no centro da página. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Página desdobrável:

Uma folha tipicamente maior e com papel diferente, que é dobrada em direção ao interior da publicação. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Página desdobrável para cima:

Método utilizado para se inserir uma imagem grande à publicação, sendo que a página possui tamanho maior para que seja dobrada e anexada à publicação. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Dobra francesa:

"Uma folha de papel normalmente impressa em um dos lados e dobrada com duas dobras em ângulo reto para formar um caderno não-reflado de quatro páginas. O caderno é costurado ao longo da dobra e as bordas superiores permanecem dobradas e não-refladas." (AMBROSE; HARRIS, 2009, p.67)

Há também outros elementos importantes ao formato que são os tipos de acabamento. "O acabamento abrange vários processos que dão o toque final a um projeto depois que o suporte foi impresso, como corte especial, impressão em relevo seco, hot stamping, envernizamento, serigrafia, entre outros." (AMBROSE; HARRIS, 2009, p.67) Conheça alguns dos acabamentos existentes:

Verniz:

Substância incolor aplicada sobre o produto impresso, servindo para proteger de desgastes e resíduos e melhorar a aparência. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Laminação:

É um fino filme aplicado sobre o impresso em um ou nos dois lados, fornecendo brilho ou esmalte, maior rigidez e estabilidade e proteção contra a umidade. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Corte especial:

É um processo que corta uma parte específica de um impresso, com uma faca de aço, o que decora e realça a peça. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Impressão de borda:

Neste processo imprime-se o miolo de uma publicação com uma cor diferente. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Serrilha:

Picote que permite que uma folha seja destacada. (AMBROSE; HARRIS, 2009)



Figura 58: Capa Envernizada
Fonte: Expansiva²¹



Figura 59: Laminação
Fonte: Vallilo²²



Figura 60: Corte Especial
Fonte: Elo 7²³



Figura 61: Impressão de borda
Fonte: Remind²⁴



Figura 62: Serrilha
Fonte: Plural²⁵

FORMATO DA JOBS

Você também pode criar uma revista com formatos diferentes dos citados anteriormente. O formato da Jobs por exemplo é 18x26 cm. E chegamos a esse tamanho analisando duas tabelas de aproveitamento de papel, que são utilizadas para impressões em larga escala, e são elas: Tabela AA e BB.

Com a ajuda dessas tabelas, consegue-se criar projetos que aproveitem ao máximo o papel, evitando assim o desperdício e contribuindo com a natureza. O formato escolhido para a Jobs, foi retirado da tabela BB, na imagem abaixo é possível ver todos os formatos disponíveis, inclusive o que utilizamos: 28x38 cm. Mas talvez você tenha percebido que as medidas finais ficaram um pouco diferentes, porque tiramos 1 cm de cada lado, tanto em cima quanto embaixo, chegando ao tamanho 26x36 (a revista aberta).

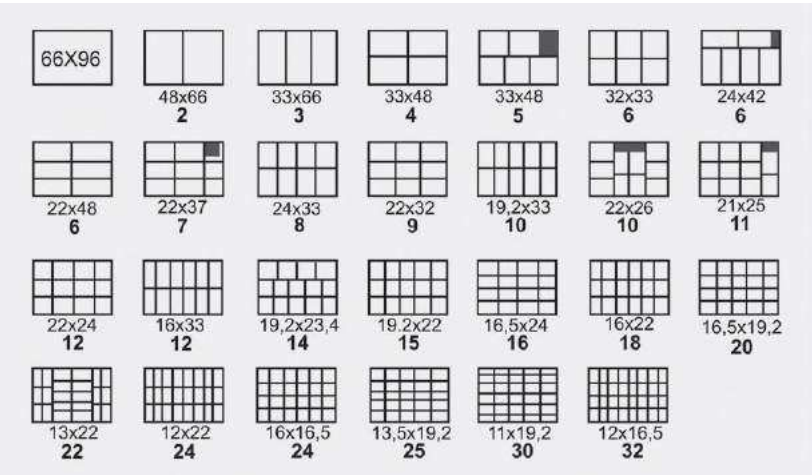
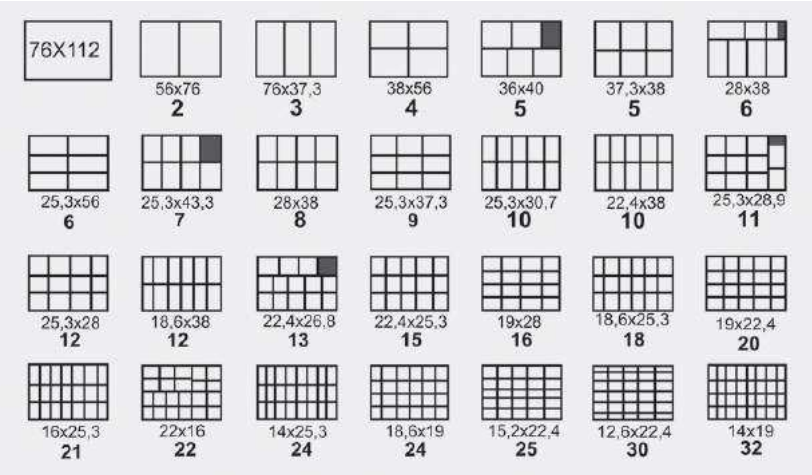


Figura 63: Tabela 66x96
Fonte: InovaGraph²⁶

Figura 64: Tabela 76x112
Fonte: InovaGraph²⁶



GRID RETANGULAR

O grid, nada mais é do que uma espécie de malha que compõe o layout das páginas e é utilizada para organizar imagens e textos, seja em folders, jornais, revistas ou livros. Existem vários tipos de grid e você pode escolher levando em consideração o seu projeto, pois cada um dos grids irá te atender de forma diferente. Se você ainda não é habituado ao uso de grid ou nunca tinha ouvido nem falar, mais uma vez seremos camaradas e te explicaremos quais são esses tipos e onde é que eles podem ser utilizados.

Também falaremos um pouco sobre margens, marcadores, guias horizontais, entre outros elementos importantes para se compor um layout. Ah e caso você ainda não saiba o que é layout, te explicamos também: layout consiste na organização da página, onde você irá inserir os textos, as imagens, os infográficos e assim montar seu projeto.

Bem, vamos começar pelo mais comum dos grids: o **grid retangular**. Você percebeu que essa página está um pouco diferente das outras? O texto está corrido e ocupando toda a página, parecendo até que você está lendo um liv... Opa, quase contamos demais! Um **grid retangular** é o mais simples dos grids. O texto é disposto de forma corrida, podendo tornar a leitura um tanto cansativa. (DESIGN, 2017)

Nós demos uma dica, mas provavelmente você já sabe onde esse tipo de grid é mais utilizado, não é mesmo?! Pois bem, acertou quem disse livro! É muito comum comprarmos livros e termos essa estrutura de organização dos textos, e como foi dito a leitura pode cansar um pouco o leitor e é por isso que se usa margens nas laterais e espaços vazios nas passagens de capítulo, para que assim quem está lendo possa descansar um pouco o olhar.

Agora vamos para o próximo tipo de grid porque a nossa intenção é explicar e não te cansar, certo?! A próxima página te espera!

Não pule esta página.

GRID DE COLUNA

Vamos falar agora de outro grid muito comum: o **grid de coluna**. Nele você pode organizar tanto textos quanto imagens de forma bem proporcional, deixando ambos com a mesma largura. Com ele você pode organizar as imagens e textos em duas ou mais colunas, deixando o conteúdo menos cansativo. É um grid flexível, podendo organizar a informação de diversas maneiras. (DESIGN, 2017)

Mais uma vez reforçamos a importância de você analisar o seu projeto antes de escolher o grid. Com as informações que vamos te passar, você conseguirá ver como é que eles (os grids) ficam quando aplicados, para assim escolher a melhor opção para o seu trabalho. Quando usar esse tipo de grid, não se esqueça de que como as informações acabam sendo 'divididas' é necessário observar se a

sequência de leitura está correta. Mas como assim? Caso você esteja escrevendo um texto e resolva interrompe-lo com o uso de uma imagem, se certifique de que o leitor saberá de onde deve continuar a fazer a leitura.

Ou seja, coloque o restante do texto logo abaixo da imagem, pois a ordem de leitura de um texto distribuído em coluna se dá da seguinte forma: O leitor lerá a primeira coluna do início ao fim da página para depois ir para a segunda coluna. Parece um pouco óbvio agora, mas nas imagens abaixo você pode ver que é possível sim cometer alguns erros que confundirão o leitor.

Ah e caso o texto termine em uma página e vá continuar na coluna do verso, informe isso ao leitor. Agora é só aproveitar as dicas e colocar a mão na massa.

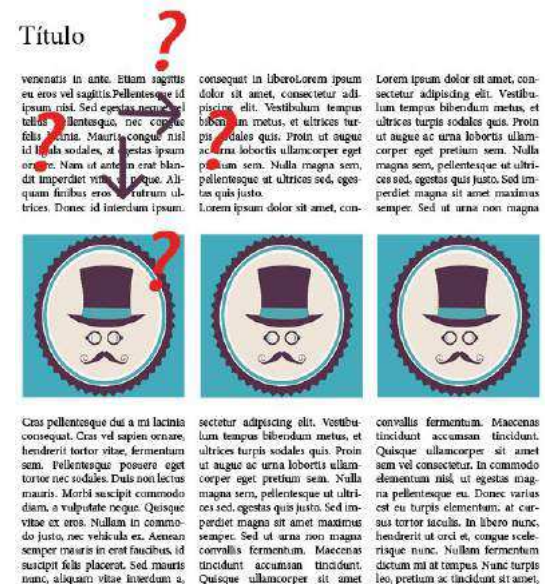


Figura 65: Sequência errada
Fonte: Chief of design²⁷

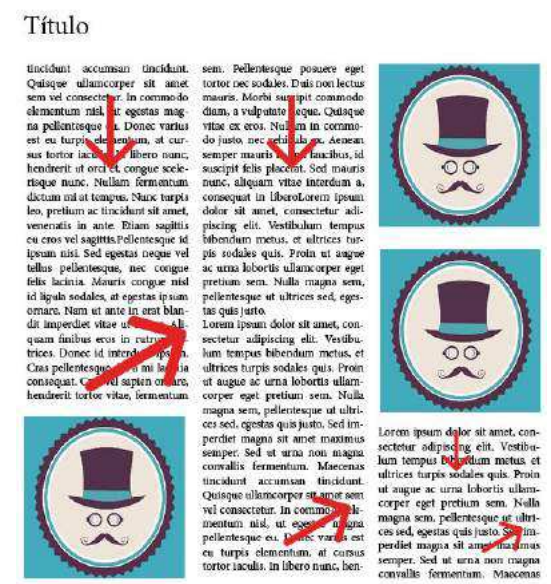


Figura 66: Sequência correta
Fonte: Chief of design²⁷

GRID MODULAR

Nosso próximo tipo de grid é o modular. Um **grid modular** é composto de colunas verticais e linhas horizontais, que formam módulos onde são colocadas as informações. (DESIGN, 2017). Com um grid modular tem-se uma liberdade maior na distribuição das informações, dando a possibilidade de se trabalhar com colunas de texto mais finas ou mais largas, além de se conseguir vários tamanhos para as imagens, podendo ser maiores ou menores em uma mesma página.

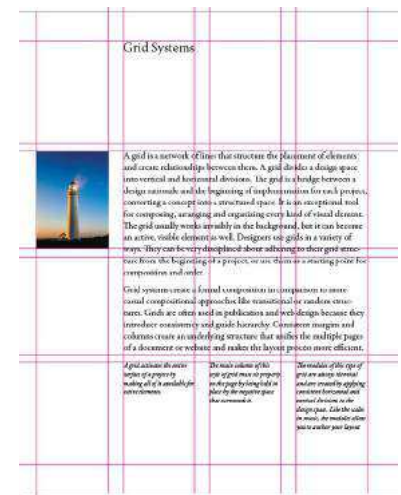


Figura 67: Exemplo de grid modular
Fonte: BC Open Textbooks²⁸

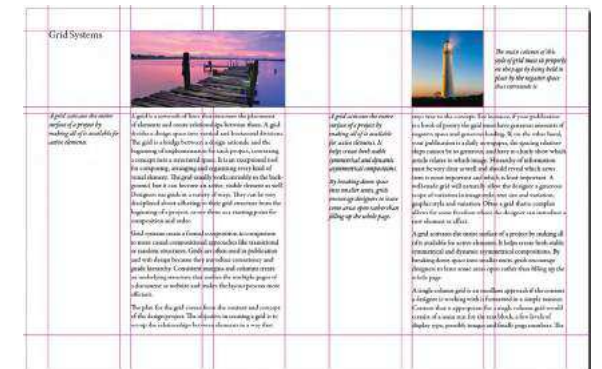


Figura 68: Exemplo de grid modular
Fonte: BC Open Textbooks²⁸

O lado bom de se usar este tipo de grid é que também é possível definir a quantidade de linhas e colunas e consequentemente a de módulos. Este foi o tipo de grid que escolhemos para a Jobs. A necessidade do projeto era a de um grid que fosse flexível o suficiente para acomodar a quantidade de informações que a revista terá. Então para isso criamos uma malha de 6x6 módulos.

Margens são os espaços que ficam em torno do grid. Servem como ponto de fuga para

Guias horizontais são linhas que conduzem o olhar do leitor, auxiliando-o na leitura do texto. (DESIGN, 2017)

Módulos são quadrados formados pela união das guias com as colunas. (DESIGN, 2017)

Aqui nesta área temos uma zona espacial. Que é a união de vários módulos. Essas zonas podem ser utilizadas para se organizar as informações e imagens de maneira hierárquica. (DESIGN, 2017)

Uma estreita coluna está sendo construída aqui. As colunas são grids verticais que trespassam as guias horizontais e criam divisões entre as margens (DESIGN, 2017).

Os marcadores servem para se colocar informações que serão repetidas ao longo das páginas. (DESIGN, 2017)

descanso dos olhos do leitor e em alguns casos para se colocar pequenas informações (DESIGN, 2017).

Na composição da Jobs fizemos o uso do grid modular.

LOREM IPSUM

"Neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit..."

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent massa orci, feugiat at volutpat eget, venenatis non libero. Nulla auctor dolor ac elit efficitur, sed vulputate justo blandit. Nulla ut enim vel nunc dignissim volutpat. Quisque a pellentesque nibh, et aliquet lectus. Fusce ultrices eros quis orci commodo sollicitudin. Donec tellus purus, venenatis vitae ipsum vitae, sollicitudin finibus leo. Praesent sit amet magna diam. Duis vulputate id diam vel sagittis. Duis nunc arcu, finibus vel tempor non, dapibus ac libero. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.

Nam molestie maximus felis ac pharetra. In commodo, lorem id rutrum pharetra, ante nunc elementum nibh, at hendrerit sem nisi vel magna. Aliquam erat volutpat. Proin in tempus nisi, vitae condimentum felis. Phasellus rutrum urna non blandit pretium. Fusce feugiat placerat magna eu vulputate.

Grid Modular

Um grid flexível

Mais fácil para organizar o conteúdo

Nunc eu pulvinar nisi. Nulla feugiat mattis elementum. Donec aliquet tellus scelerisque auctor mollis. Maecenas pellentesque lacus eu risus dapibus, vitae dapibus arcu convallis. Nullam bibendum dignissim purus, aliquam venenatis dolor bibendum sit amet. Aliquam ante elit, eleifend vitae iaculis eget, egestas sed metus. Suspendisse imperdiet mi et cursus iaculis. Vivamus aliquam luctus egestas. Proin a ultrices massa.

Integer viverra et massa ut auctor. Integer feugiat tincidunt scelerisque. Curabitur id orci eros. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Curabitur fringilla risus urna, placerat dignissim quam placerat ut. Fusce quis mi a quam fringilla scelerisque. Nam accumsan leo neque, nec placerat nibh venenatis tempor.

As colunas podem ter duas ou mais larguras

COMPOSIÇÃO/LAYOUT

Uma publicação editorial é composta por vários elementos como você pôde perceber até agora, e a união de todos eles cria um Layout. Você provavelmente já ouviu esse termo em outras áreas do design, como na de interiores em que ele é comumente utilizado. Aqui, o termo tem basicamente o mesmo significado, consiste na junção de todas as informações que ficarão nas páginas, sejam elas imagens, textos, infográficos, etc.

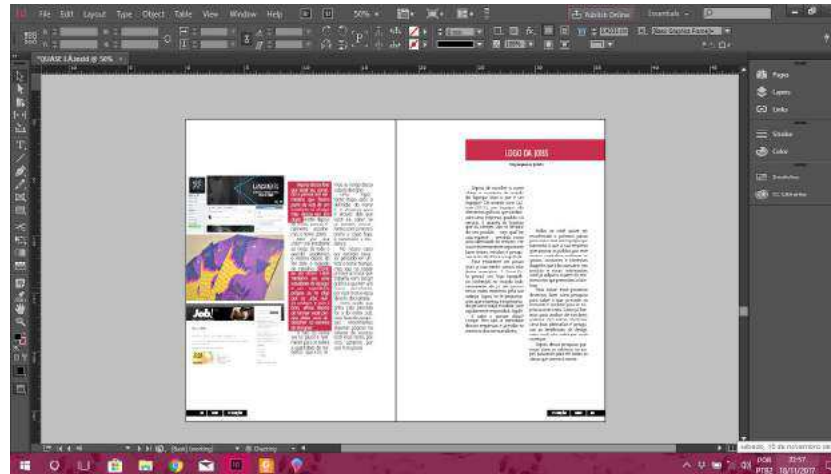


Figura 68 Layout
Fonte: Elaborada pela autora

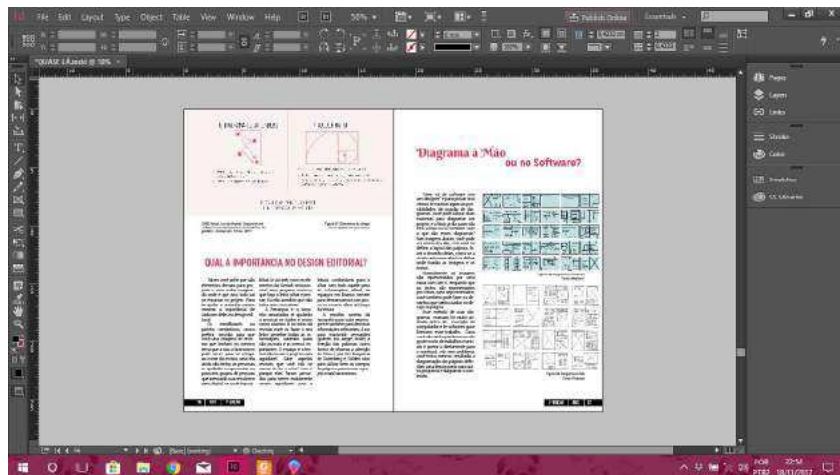


Figura 69: Layout
Fonte: Elaborada pela autora

Nessa etapa sempre surgem várias opções de posicionamento das imagens e dos textos e o grid ajuda nessa organização. Para compor o layout da Jobs por exemplo, usamos o grid modular e fomos testando, posicionando as informações de forma livre, descobrindo com um arrasta-aqui, um estica ali onde é que elas se encaixavam melhor.

Aqui nessa etapa se encaixam também os diagramas, que você viu lá atrás, neles são definidos os layouts das páginas para que posteriormente elas sejam diagramadas com a ajuda de softwares. Na composição da Jobs, cada página teve um layout diferente, que foi definido com as experimentações que foram feitas na hora da diagramação.

TIPOGRAFIA

Chegamos a um dos pontos principais de um layout: A tipografia, ela tem papel fundamental na construção de qualquer projeto gráfico, tanto que existem trabalhos que são puramente tipográficos.

A tipografia tem o poder de chamar a atenção do leitor, pode representar poder, luxo, mas também pode ser despojada, grunge, vintage, enfim pode incorporar diversos estilos.

Há inclusive designers que trabalham exclusivamente com a criação de fontes, de todos os estilos que você imaginar e existem diversos tipos de fontes: light, regular, black, itálico.

Esses designers inclusive compartilham suas criações com o resto do mundo, através de sites, algumas delas vem em um único tipo normalmente o regular, mas existem outras que vem com a família tipográfica completa, incluindo todo os outros estilos que citamos e até mesmo outros.

Ao lado faremos alguns testes e mostraremos essas famílias. Ah! Quase esquecemos de citar que existem dois tipos de fonte: com e sem serifa e há também as fontes script, conhecidas como manuscritas. E se você ainda não sabe o que é serifa, vai aprender logo, logo, agora vamos aos testes.

Esta é uma fonte regular com serifa tamanho 12
Esta é outra fonte regular com serifa tamanho 11

Aqui temos uma fonte thin sem serifa tamanho 12
Aqui temos uma fonte extralight sem serifa tamanho 12
Aqui temos uma fonte light sem serifa tamanho 12
Aqui temos uma fonte regular sem serifa tamanho 12
Aqui temos uma fonte semibold sem serifa tamanho 12
Aqui temos uma fonte bold sem serifa tamanho 12
Aqui temos uma fonte extrabold sem serifa tamanho 12
Aqui temos uma fonte black sem serifa tamanho 12

ESSA FRASE ESTÁ ESCRITA EM AKROBAT CAIXA ALTA TAMANHO 12
ESSA FRASE ESTÁ ESCRITA EM BEBAS NEUE CAIXA ALTA TAMANHO 12

Essa frase está escrita com uma fonte script tamanho 18
Essa frase está escrita com uma fonte script tamanho 11
Essa frase está escrita com uma fonte script tamanho 10

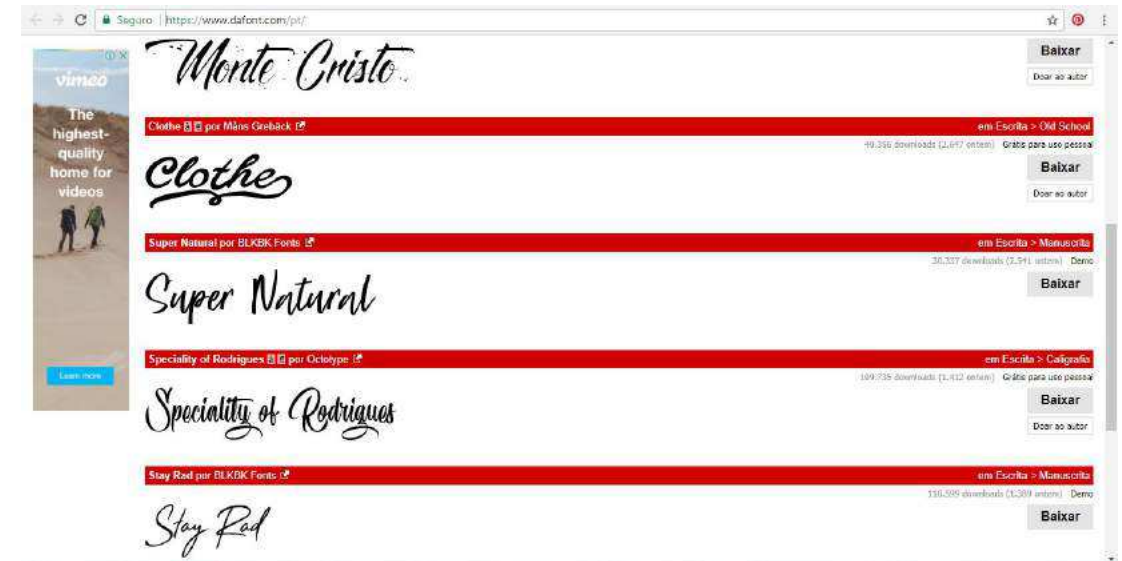
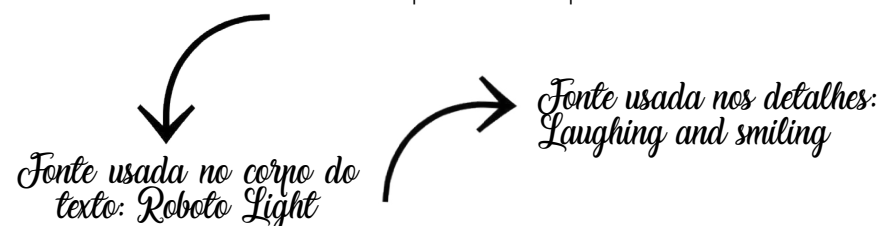
Na Jobs utilizamos três tipos de fonte em três situações diferentes.



Lorem ipsum do-
lor sit amet, consec-
tetur adipiscing elit.
Praesent massa orci,
feugiat at volutpat
eget, venenatis non
libero. Nulla auctor
dolor ac elit efficitur,
sed vulputate justo
blandit. Nulla ut enim
vel nunc dignissim
volutpat. Quisque a
pellentesque nibh, et
aliquet lectus. Fusce
ultrices eros quis orci
commodo sollici-
tudin. Donec tellus
purus, venenatis vi-
tae ipsum vitae, sol-
licitudin finibus leo.
Praesent sit amet
magna diam. Duis
vulputate id diam vel
sagittis. Duis nunc
arcu, finibus vel tem-
por non, dapibus ac
libero. Interdum et
malesuada fames ac
ante ipsum primis in
faucibus.

Nam molestie
maximus felis ac
pharetra. In commo-
do, lorem id rutrum
pharetra, ante nunc
elementum nibh, at
hendrerit sem nisi
vel magna. Aliquam
erat volutpat. Proin
in tempus nisi, vitae
condimentum felis.
Phasellus rutrum
urna non blandit pre-
tium. Fusce feugiat
placerat magna eu
vulputate. Nunc eu
pulvinar nisi. Nulla
feugiat mattis el-
ementum. Donec
aliquet tellus sceler-
isque auctor mollis.
Maecenas pellen-
tesque lacus eu risus
dapibus, vitae dapi-
bus arcu convallis.
Nullam bibendum
dignissim purus,
aliquam venenatis
dolor bibendum sit
amet. Aliquam ante

elit, eleifend vitae
iaculis eget, eges-
tas sed metus. Sus-
pendisse imperdiet
mi et cursus iaculis.
Vivamus aliquam
luctus egestas. Proin
a ultrices massa.
Integer viverra
et massa ut auctor.
Integer feugiat tin-
cidunt scelerisque.
Curabitur id orci
eros. Orci varius na-
toque penatibus et
magnis dis parturi-
ent montes, nasce-
tur ridiculus mus.
Curabitur fringilla
risus urna, placer-
at dignissim quam
placerat ut. Fusce
quis mi a quam frin-
gilla scelerisque.
Nam accumsan leo
neque, nec placerat
nibh venenatis tem-
por.



Uma notícia boa para você, é que é possível baixar fontes com ou sem serifa, fontes manuscritas ou decorativas em sites como o dafont. E se você digitar, por exemplo, "100 best free fonts" no google aparecem vários outros sites e blogs com várias fontes para você baixar. Então vamos aos down-loads!

Figura 70: Dafont
Fonte: Elaborada pela autora

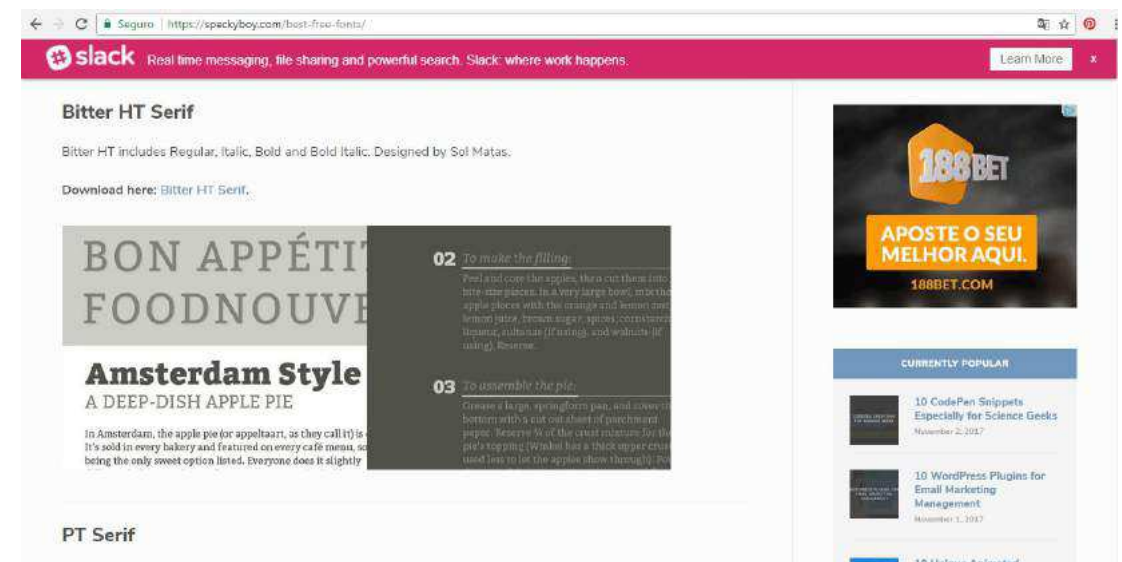


Figura 71: Free fonts
Fonte: Elaborada pela autora

COR

A cor é outro elemento importante em projetos de revistas, folders e jornais, pois neles se fazem muito o uso de imagens que geralmente são coloridas e muitas vezes em contraste com as páginas brancas atraem mais a atenção do leitor.

Nesses projetos, exceto nos jornais, usa-se também a cor como um elemento de destaque, seja em títulos, em vetores ou até mesmo para dar cor em toda a página.

Nos cases (similares) que analisamos, a cor se fazia muito presente e vimos isso através das paletas de cores

que extraímos. Mas há também a possibilidade de se fazer um projeto P&B. Novamente ressaltamos que é importante analisar o seu público para saber os gostos dele e investir nisso. Seu público gosta de cor? Use cor. Seu público gosta de coisas em P&B? Use P&B.

Assim que começamos a fazer o estudo de cor, vemos a existência do círculo cromático que reúne todas as cores e relembramos também algo que aprendemos na infância: as cores primárias secundárias e terciárias.

E conforme vamos apren-

dendo mais, descobrimos também a existência dos sistemas de cor e da psicodinâmica das cores que explica como as cores podem se relacionar com nossas emoções e sentimentos.

Existem dois sistemas de cor no design. Iremos conhecê-los e saber quando devem ser usados. O primeiro deles é o **RGB (Red, Green e Blue)** que é utilizado para produções gráficas para Web. E o segundo é o **CMYK (Ciano, Magenta, Yellow e Black (Key))** este sistema é utilizado para as produções que serão impressas

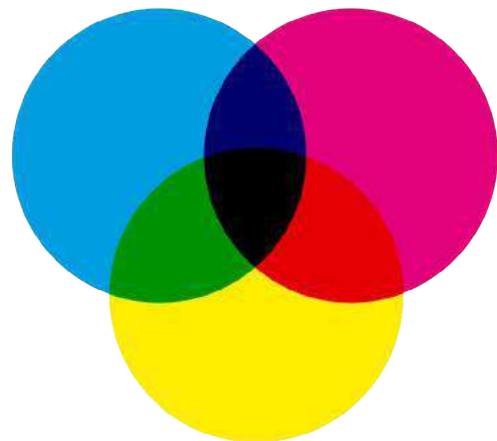


Figura 72: CMYK
Fonte: Wikimedia commons²⁹

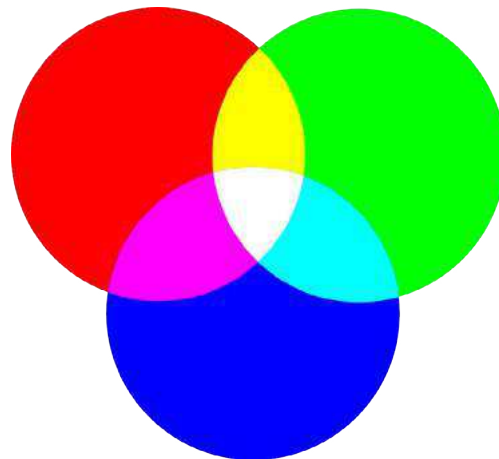


Figura 73: RGB
Fonte: Colegio Web³⁰

Para que o produto final tenha alta qualidade, é necessário conhecer os sistemas de cor, para evitar erros de impressão.

As cores também são responsáveis por reações emocionais. Então é importante conhecer também essas reações para que o objetivo do projeto seja atingido. Confira abaixo um pouco sobre as cores:

Vermelho: O vermelho é uma cor que estimula o apetite. Estudos indicam que observar essa cor faz o corpo produzir um elemento químico que acelera a respiração, os batimentos e a pulsação. Além disso é prococante e sedutor. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Rosa: O rosa é associado a feminilidade e ao romance. É também uma cor animada e divertida. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Laranja: É uma das cores mais quentes. É extrovertida e chamativa, uma mistura da paixão do vermelho com a alegria do amarelo. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Amarelo: É alegre e brilhante e associado a estações quentes como o verão. Em sua tonalidade clara é associado a felicidade, porém quando esverdeado associa-se a doenças. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Marrom: É neutro e associado a elementos naturais (pedra, madeira) além de possuir apelo robusto. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Azul: Calmante, tem relação com o céu e com os oceanos. É uma cor fria e conhecida universalmente como fria e purificadora. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Verde: Caracteriza natureza, bem-estar e meio ambiente. É a cor da primavera e representa vida, saúde e recomeço. Além disso, o verde é uma cor pacífica e relaxante trazendo estabilidade, harmonia e equilíbrio. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Púrpura: Cor da realeza, uma mistura do frio do azul com o calor do vermelho. É autoritária e denota nobreza e espiritualidade. Possui contextos positivos e nega-

tivos, sendo sabedoria e esclarecimento e crueldade e arrogância, respectivamente. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

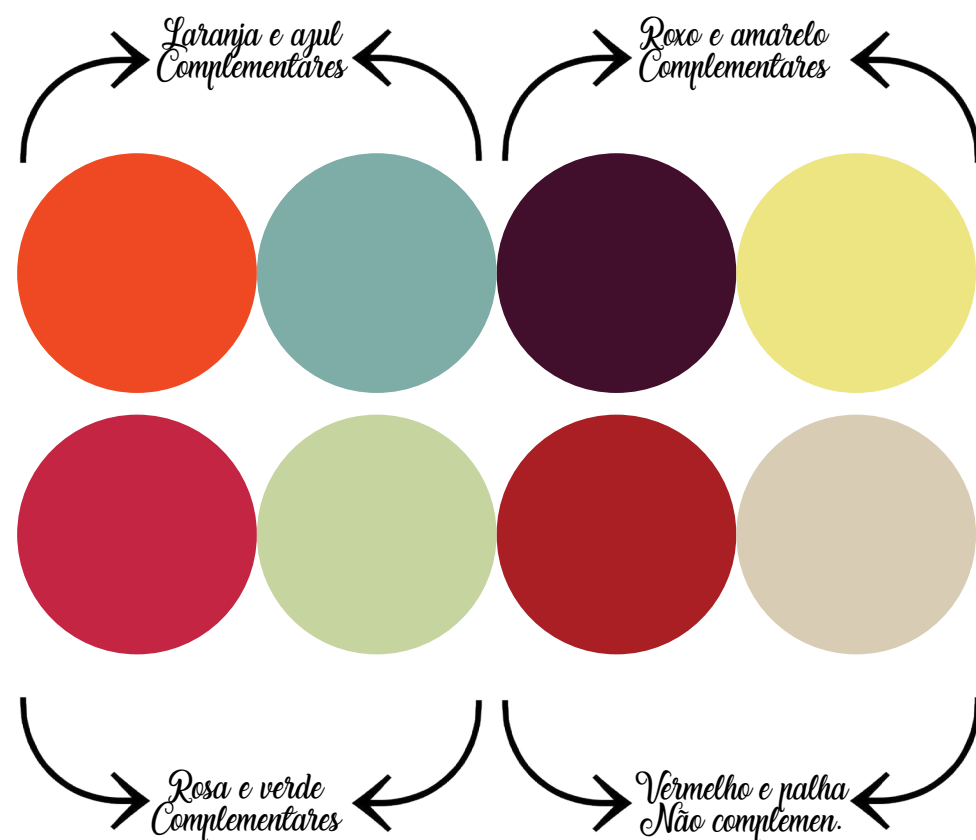
Neutras: As cores neutras são clássicas e discretas. Lidam bem com cores mais fortes, pois são tons tipicamente doces, não causando fortes reações emocionais. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Branco: Associado à pureza, limpeza, bondade e simplicidade no ocidente, sendo também associada a hospitais e médicos, casamentos e noivas e ao celestial. Já no oriente é visto como a cor do luto, sendo associado à morte e a funerais. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Preto: No ocidente o preto é relacionado ao luto. É também uma cor conservadora e séria, sensual, sofisticada e elegante. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Para a paleta de cores da Jobs fizemos o uso de cores complementares, sendo elas: Laranja e azul, roxo e amarelo, Rosa e verde. E para completar as 8 cores: vermelho e bege.

PALETA DA JOBS



A escolha das cores se deu com a intenção de criar contraste entre as seções, por isso elas são complementares, ou seja, opostas no círculo cromático. As cores complementares já são naturalmente contrastantes e harmoniosas. Como a revista é composta por 8 seções, houve a necessidade de completar a paleta que até então tinha somente 6 cores. Por esse motivo escolhemos o vermelho (contrastante) e o palha (neutro).

Além disso, quando chegar a hora de imprimir nós iremos utilizar o sistema offset 4x4, ou seja, as páginas do miolo da revista serão impressas usando as 4 cores (ciano, magenta, yellow e black) tanto na frente quanto no verso.

A capa também será impressa em offset 1x0. Isso significa que das 4 cores ela utilizará uma só: o preto, e o verso não será impresso.

CORES ESPECIAIS

Caso você queira dar um acabamento diferente ao seu projeto, você pode utilizar cores especiais, como o dourado e o prateado ou então cores fluorescentes. Existe um sistema que trabalha especificamente com cores especiais: a Pantone. A Pantone cria cores

únicas e possui uma paleta com diversas tonalidades diferentes. Normalmente essas cores são usadas em detalhes do impresso ou quando se quer uma cor que não é possível ser impressa em CMYK. Abaixo você confere exemplos de cores especiais.



IMAGEM

A qualidade final do projeto acontecerá através do uso de boas imagens. Lembra que falamos do editor de imagens? Então, o papel dele se encaixa aqui nessa parte e é essencial ao projeto. As imagens devem ter boa qualidade, estar salvas no formato e na resolução corretos para evitar problemas na hora da impressão.

Se você não é tão familiarizado com os formatos e tipos de resolução, vamos pincelar um pouco para você.

Existem alguns tipos de formato e provavelmente você já ouviu algum deles, temos o **JPG** ou **JPEG**, o **GIF** e o

PNG, veja mais sobre eles no infográfico que fizemos para você.

Já a resolução se refere a densidade de pixels (pontos impressos).

"A resolução de uma imagem é calculada em **DPI** (pontos por polegada ou "Dots Per Inch" em inglês) e **PPI** (pixels por polegada ou "Pixels Per Inch")". Elas possuem algumas diferenças, enquanto **DPI** diz respeito a documentos impressos, **PPI** diz respeito a pixels na tela. (DESIGN, 2017)

Sempre que for salvar suas imagens para a impressão, não se esqueça de

que elas devem ser salvas em 300 ppi, que é a resolução mais alta e que garante um bom resultado final.

Existe também um formato de imagem muito utilizado, chamado **TIFF**. Ele é utilizado pois possibilita o armazenamento de imagens raster de grande dimensão, sem perder a qualidade.

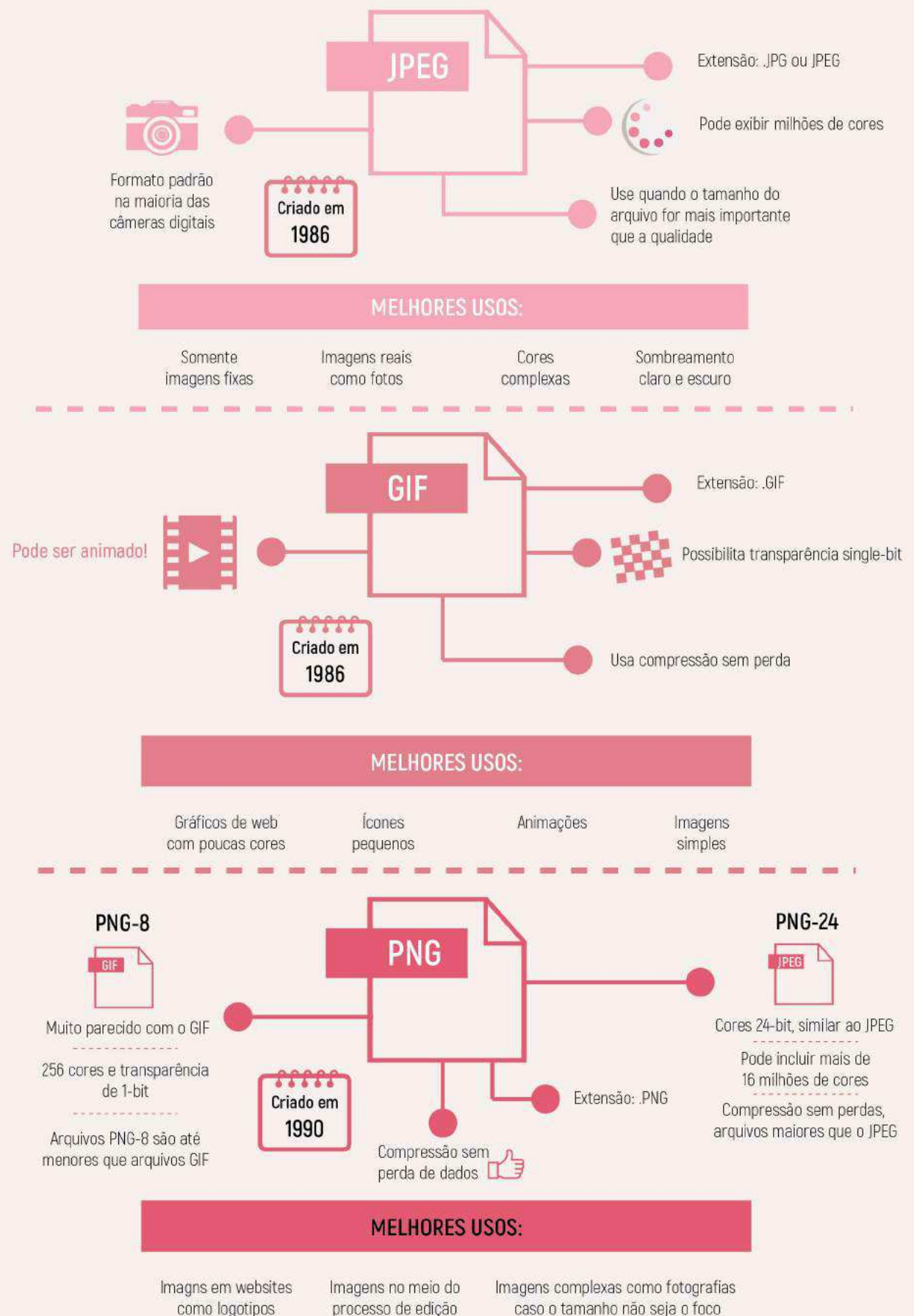
O formato **TIFF** é o que devemos utilizar quando o projeto for impresso. Ao lado ilustramos os mais comuns para a web, mas eles só devem ser utilizados em último caso.

A maioria das imagens usadas na Jobs, por exemplo, foram imagens sangradas.



O infográfico da próxima página é um exemplo de imagem sangrada.

TIPOS DE ARQUIVOS DE IMAGENS



PRODUÇÃO GRÁFICA

Agora vamos falar sobre as etapas finais de um projeto editorial. Aqui você vai aprender a fazer o checklist - a checagem de todas as informações contidas no projeto -, a finalização do arquivo, a fazer a imposição e ver outras coisas importantes.

CHEKLIST

É nessa etapa que conferimos se está tudo okay com o projeto. Se não esquecemos nenhum detalhe ou informação.

O arquivo então passa pelos vários personagens para que eles chequem tudo o que foi feito e assim passe para a próxima etapa.

FINALIZAÇÃO DO ARQUIVO

Após se certificar de que está tudo certo através do Checklist, chega o momento de salvar o arquivo e a forma de salvar vai depender do projeto que você está fazendo.

No caso te mostraremos o processo de finalização de uma revista. A lombada, por exemplo, também irá interferir na forma de salvar. As revistas tipicamente fazem o uso da lombada canoa, que é aquela arredondada em que a revista é grampeada, mas há também a lombada quadrada em que as folhas são coladas e as que são costuradas e que precisam ser salvas em forma de cadernos.

IMPOSIÇÃO

"Imposicionar é ordenar as páginas de uma publicação para que tenham o melhor aproveitamento de papel possível e que formem, depois de serem dobrados, os cadernos que posteriormente serão alceados, grampeados ou colados e refilados." (DESIGN, 2017)

ARQUIVOS POSTSCRIPT E PDF

O sistema Postscript é uma linguagem de representação que descreve para uma impressora ou outro dispositivo de impressão, o layout final da página. Assim, evita-se problemas de diferença entre o que sai na impressora e o que se vê na tela do computador. (GRÁFICA, 2017)

Já o sistema PDF, traz em si todas as informações de um Postscript e pode ser aberto, visualizado e inclusive sofrer pequenas modificações. (GRÁFICA, 2017)

Detalhe importante:

Nós designers sempre devemos salvar nossos arquivos para impressão no formato PDF/x1a:2001.

E sabe por quê?

Porque esse formato evita erros e faz com que o arquivo fique leve e seguro, garantindo assim a qualidade final.

PAPEL

Os tipos de papel fazem parte do acabamento de uma peça editorial, pois existem papéis padrão para cada peça gráfica e papéis especiais caso o projeto seja edição especial. Os papéis existentes no mercado são:

Para a primeira capa da Jobs escolhemos o craft 300g.

Papel Jornal:

Encontrado em forma de rolo e usado em prensas rotativas ou folhas lisas para impressões comuns. É comumente utilizado em impressões de folhetos, jornais e revistas. (EURO CARTÕES, 2017)

Papel Offset:

Como o próprio nome já diz, este tipo de papel é utilizado nas impressões offset, em larga escala, este papel se assemelha ao sulfite mas com qualidade superior. (EURO CARTÕES, 2017)

Papel Couchê:

O papel couchê possui uma camada que proporciona brilho a ele, o que o faz ser muito utilizado para impressões de alta qualidade. Encontrado em duas formas, o couchê brilho que possui revestimento que reflete a luz e é muito utilizado em folders, sacolas, catálogos e cartões de visita. E o couchê fosco que absorve a luz e é utilizado para impressos mais sofisticados, como cartões, flyers e cartazes. (EURO CARTÕES, 2017)

Papel Fotográfico:

O papel fotográfico é um papel couchê mas com acabamento em polietileno. É resistente e durável e imprime fotografias em ótima qualidade. (EURO CARTÕES, 2017)

Papel Reciclato:

É produzido de forma 100% reciclada, sendo derivado do sulfite e do offset. Por ser um papel reciclado possui a cor parda, aspecto diferente dos outros papéis e é mais resistente. (EURO CARTÕES, 2017)

Papel Revista:

Possui alta resistência permitindo rápida impressão, o que é essencial para produção em larga escala. É utilizado em produções gráficas de vida curta, como as revistas. (EURO CARTÕES, 2017)

Nós escolhemos esse papel na gramatura F3 para o miolo da Jobs.

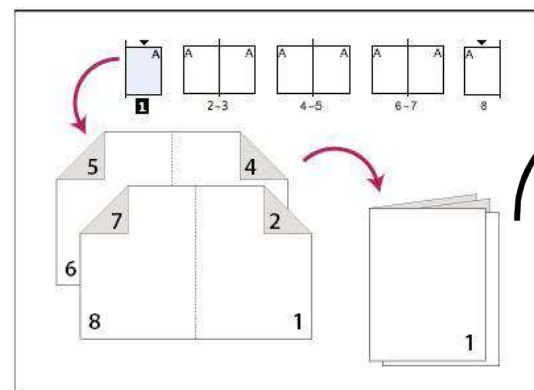


Figura 75: Imposição
Fonte: Adobe³²

2 páginas combinadas grampeadas no centro

"Cria pares de páginas espelhadas lado a lado. Essas páginas são apropriadas para imprimir nos dois lados, agrupar, dobrar e grampear." (ADOBE, 2017)

Folhas impostas

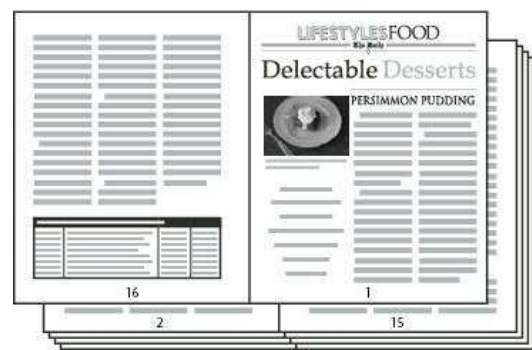


Figura 76: Imposição
Fonte: Freepik³²

2 páginas combinadas encaderna perfeitamente

"Cria pares de páginas espelhadas lado a lado ajustadas ao tamanho da assinatura especificado. Essas páginas são apropriadas para imprimir nos dois lados, recortar e encadernar em uma capa com cola." (ADOBE, 2017)

Figura 78: Imposição
Fonte: Adobe³²

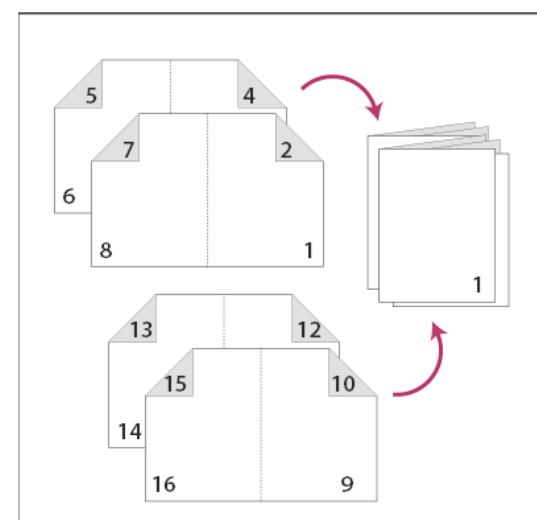
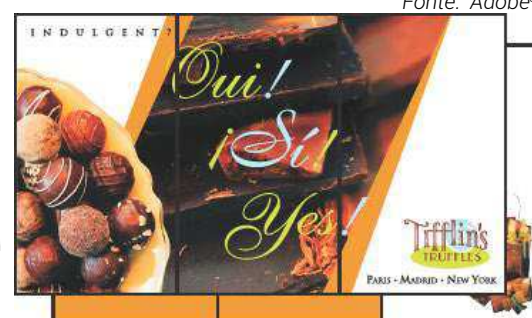


Figura 77: Imposição
Fonte: Adobe³²

Consecutiva

"Cria um painel de duas, três ou quatro páginas apropriado para um folheto ou livreto dobrado." (ADOBE, 2017)



IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Existem diversos tipos de impressão, que variam dos mais simples aos mais complexos. Abaixo veremos quais são e a descrição desses processos:

Alto-relevo

O alto-relevo é o oposto do baixo relevo, criando assim superfícies elevadas. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Figura 79: Alto relevo
Fonte: Conviteria Santa Cruz³³



Impressão em baixo-relevo

Este tipo de impressão é utilizado para a criação de superfícies rebaixadas. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Figura 80: Impressão baixo-relevo
Fonte: Abc Bazar³⁴



Hot stamping

No hot stamping pressiona-se uma fta metálica ou colorida contra um suporte, com uso de calor.(AMBROSE;HARRIS, 2009)

Figura 81: Hot stamping
Fonte: Carvalho print³⁵



Figura 82: Serigrafia
Fonte: Cultura Mix³⁶



Figura 83: Impressão baixo-relevo
Fonte: Precise continental³⁷



Figura 84: Impressão tipográfica-
Fonte: A14³⁸

Serigrafia

Na serigrafia utiliza-se uma tela em um suporte, por onde se passa a tinta para a superfície.

Termografia

A termografia cria textos em relevo no papel, podendo receber até mesmo texturas. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Tipográfica

Neste tipo de impressão, uma forma (superfície) elevada é coberta de tinta e prensada contra um suporte. (AMBROSE; HARRIS, 2009)



Figura 85: Processo 4 cores
Fonte: Web e graphics³⁹



Figura 86: Relevo seco
Fonte: Graf setrp⁴⁰



Figura 87: Linoleografia
Fonte: Amicucci⁴¹

Processo de 4 cores

É comumente utilizado e conhecido como impressão offset. É um processo rápido e produz grandes quantidades. As cores utilizadas são as do sistema CMYK. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Relevo seco

Consiste em um desenho estampado sem tinta ou lamina, criando um relevo. (AMBROSE; HARRIS, 2009)

Linoleografia

Impressão em relevo que é moldada em linóleo (tecido impermeável) que recebe tinta e é colocado em madeira. (AMBROSE ; HARRIS, 2009)

Tipicamente, o miolo de uma revista é impresso em offset, no processo de 4 cores. Mas também é possível utilizar outros processos no caso de páginas especiais e até mesmo na capa para se ter resultados diferenciados.



Estamos na reta final do projeto e agora vamos falar sobre a capa. É ela quem vai chamar a atenção do comprador, por isso temos que saber direitinho o que é necessário para que o consumidor seja atraído pelo seu projeto.

EXEMPLOS DE CAPA

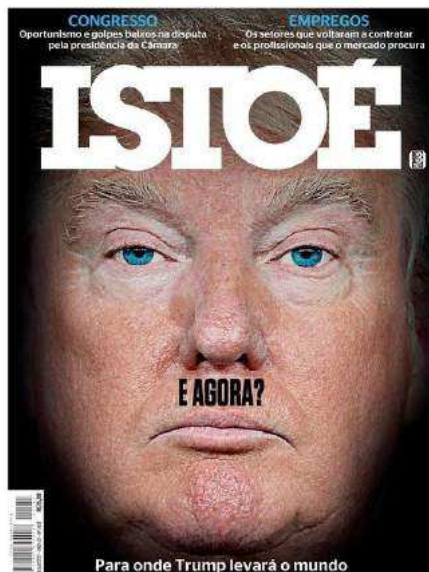


Figura 88: Capa figurativa
Fonte: Isto é⁴²

CAPAS FIGURATIVAS

O uso tradicional de fotos de rostos ou corpos pode se tornar mais atraente se utilizar elementos de originalidade. Um exemplo é a substituição de um rosto sorridente por um rosto com outro tipo de emoção como euforia ou o ódio. Mas essa escolha dependerá da aceitação do público. (ZAPATERRA, 2014) Isso reforça mais uma vez o que estamos falando desde o início da revista: Conheça o seu público!

CAPAS ABSTRATAS

Não são muito usadas em revistas que dependem das vendas em bancas de jornal, mas costumam aparecer de forma regular em publicações exclusivas para assinantes ou que tem interesse especial, suplementos de jornais e em semanários de notícias. São capas que possuem a liberdade de posicionar o logo onde fica melhor no ponto de vista do design e de utilizar poucas informações, já que a visibilidade na prateleira não é o foco. (ZAPATERRA, 2014).

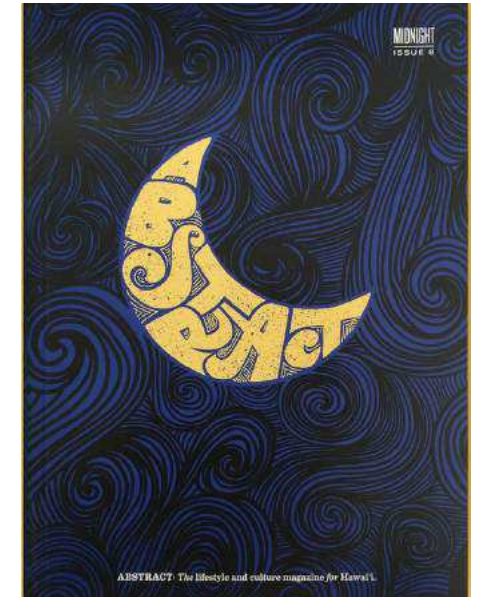


Figura 89: Capa figurativa
Fonte: Acacio Design⁴³



Figura 90: Capa baseada em texto
Fonte: Magazine designing⁴⁴

CAPAS BASEADAS EM TEXTO

Seu uso não é convencional em periódicos contemporâneos, mas alguns designers como Herb Lubalin, na Fact e George Lois, na Esquire, tiveram um brilhante resultado com capas baseadas em texto. (ZAPATERRA, 2014)

CAPA DA JOBS

Por se tratar de uma edição especial de lançamento, a capa da Jobs terá as seguintes informações: o logo e o código de barras, além de um corte especial. Por conta do corte, as chamadas de capa serão dispensadas. Procura-se trazer nessa edição um estilo autoral, que converse com a lombada costurada da revista.

COMO CRIAR UMA CAPA?

Depois de ver os tipos de capa, chegou a hora de criar a sua. Para te ajudar nessa etapa, vamos usar o briefing 2 do livro Design Editorial de Yolanda Zapaterra. Então vamos lá!

Objetivo:

A criação de um cabeçalho e três capas de uma revista feita por você mesmo.

Briefing:

Pegue seu mood board (veja infográfico na sessão 4). Você irá utilizar esse mood board para criar as três capas. Use a tipografia do seu cabeçalho para refletir a filosofia da revista. Procure por uma fonte que se adeque ou então pode criar a sua. Pense e decida se o cabeçalho será discreto ou irá se destacar. Lembre do seu público, para quem será?

Agora é a hora de criar layouts para as suas capas usando como modelo uma página digital. Escolha o formato da revista. As revistas costumam ser mais largas e mais baixas que uma A4. Fotografe imagens ou então digitalize fotos. Escolha o tipo da fonte: com ou sem serifa ou script. A primeira capa será para a edição de lançamento e as demais para as edições mensais. Imprima suas capas para ver como ficarão.

QUE INFORMAÇÕES COLOCAR ?

"O termo "capa" compreende a capa frontal (primeira capa), o verso desta (segunda capa), a face interna da capa traseira (terceira capa) e a capa traseira (quarta capa ou contracapa)." (ZAPATERRA, 2014)

O LOGOTIPO

Um logotipo tem como objetivo transmitir a personalidade da publicação, postura, assunto e atitude para seu público-alvo, sendo que muitas vezes isso acontece de forma subliminar. Ele é o cartão de visitas da publicação, então deve estar visível. É possível também tratar o logotipo como um elemento gráfico móvel, fazendo truques com ele na capa.

COR

O uso e a escolha das cores também é importante para a construção da capa. "Lembre-se que qualquer cor pode ser usada para enfatizar e destacar, e cores específicas podem ser usadas simbolicamente ou provocar emoções e lembranças [...]" (ZAPATERRA, 2014)

CHAMADAS DE CAPA

São usadas exclusivamente em periódicos. "Os títulos vendidos em bancas de revista normalmente apresentarão muitas chamadas de capa em uma tentativa de mostrar que tem mais e melhor conteúdo que a concorrência." (ZAPATERRA, 2014)

A chamada de maior tamanho na capa, se esse for o critério usado para determinar a "importância", normalmente está relacionada à foto de capa. Em jornais, os designers passaram a utilizar o espaço acima do banner para as chamadas de capa. (ZAPATERRA, 2014)

LOMBADAS

A lombada é uma das partes importantes da capa, pois quando está na prateleira, fica mais visível que a própria capa. Essa área pode ser utilizada para reforçar o estilo e a marca.

ENCADERNAÇÃO

Chegamos na etapa final e agora é a hora de imprimir. Nessa parte você vai definir o tipo de lombada, papel e processo de impressão que irá utilizar. Revistas tipicamente utilizam o processo de impressão 4 cores, algumas páginas caso estejam no projeto podem utilizar cores especiais ou papéis diferentes do restante do miolo.

Grandes revistas usam impressão em larga escala, já em casos de poucas impressões costuma-se imprimir em gráficas rápidas. Então quando for imprimir sua revista, leve o arquivo salvo em pdf, com as páginas já em imposição, além de colocar as marcas de corte e sangrias. Esses dois últimos elementos irão garantir que se consiga cortar de maneira adequada para que depois as páginas sejam grampeadas, coladas ou costuradas.

Além do PDF existe também outra forma muito utilizada pelas gráficas para se enviar arquivos. Esse método se chama FTP, e ele é o responsável por enviar arquivos para a web. "É uma forma prática e versátil de transferência de arquivos, e serve basicamente para que usuários possam enviar ou receber documentos da Grande Rede por meio de um endereço no navegador ou um software instalado no PC." (TECTUDO, 2017)

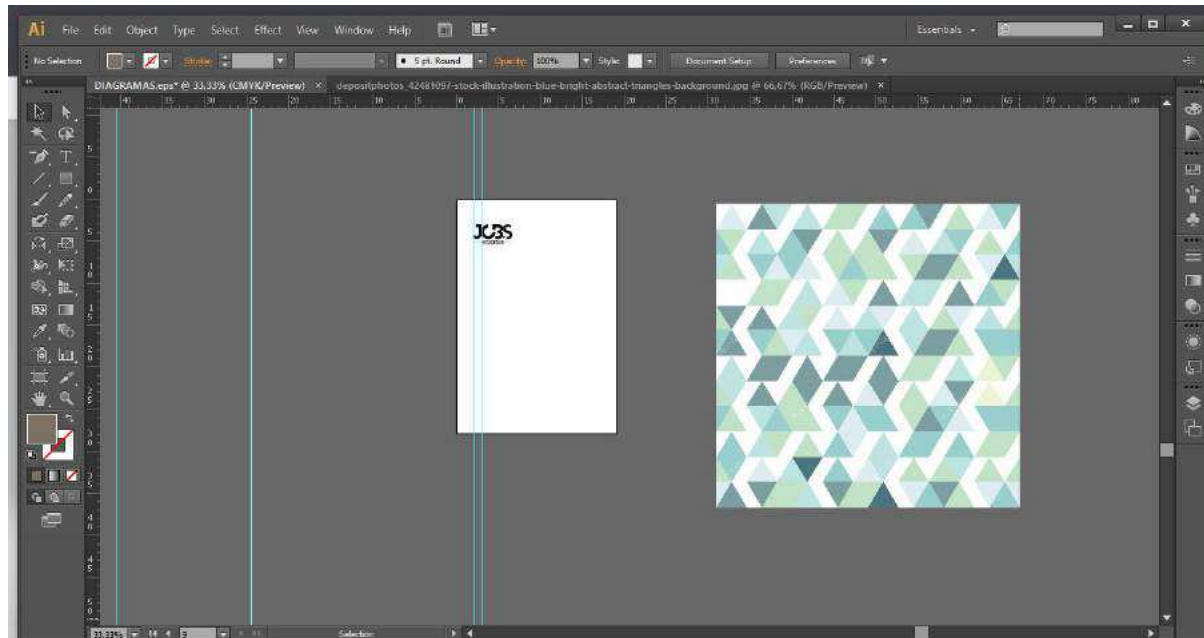


Figura 91: Capa Jobs
Fonte: Elaborada pela autora

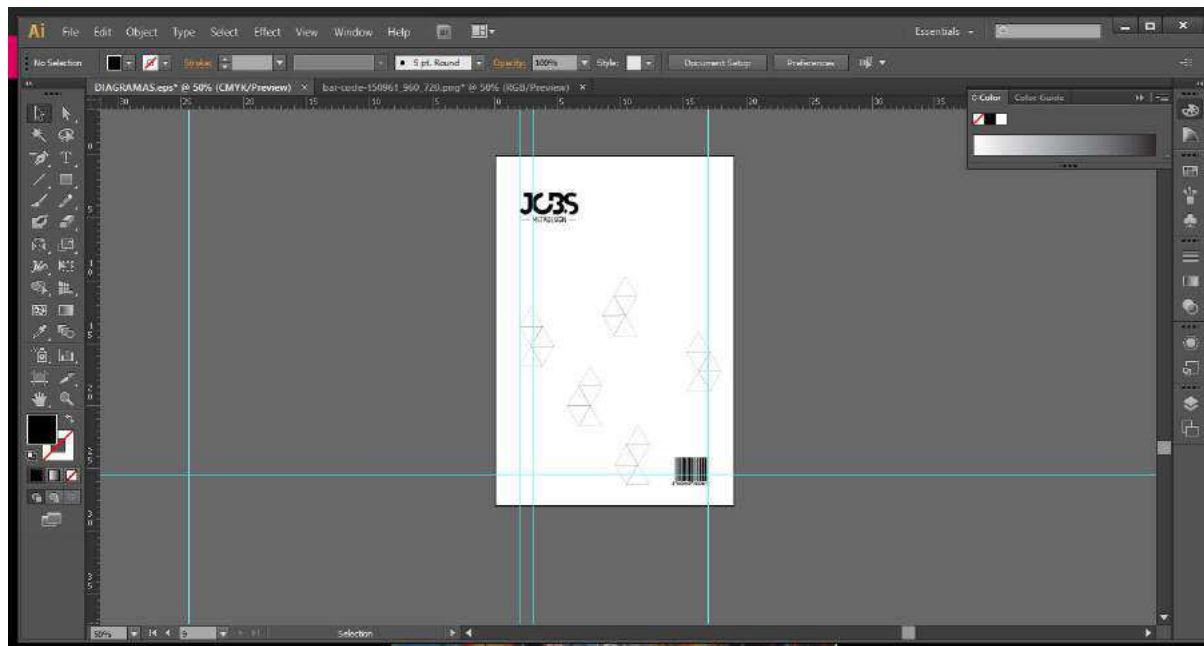


Figura 92: Capa Jobs
Fonte: Elaborada pela autora

Nas imagens acima temos a criação da capa da revista. Para a edição de lançamento optamos por fazer uma capa com alguns cortes em forma triangular.

CONCLUSÃO DA AUTORA



Olá Designer! O objetivo do trabalho desde o início, foi o de criar uma revista, que trouxesse a você de forma resumida um pouco do Design Editorial. Esse desejo surgiu junto com a minha paixão pelo tema, e pela necessidade que eu mesma tinha, de um material que fosse útil na hora de projetar.

Com isso, criamos a Jobs para atender tanto a minha quanto a sua necessidade. E olha, posso finalizar esse projeto com a plena certeza de que aprendi muito: sobre o processo criativo do design editorial, que era bem maior do que eu imaginava; sobre o metadesign e também sobre os custos de uma publicação (pelo menos um pouquinho).

Lá no início da revista eu te falei sobre os personagens por trás de um projeto editorial. Aqui na Jobs, acabei executando todas as tarefas ao mesmo tempo e descobrindo que esse trabalho era autoral, porque um pouco de mim acabou sendo refletido no conteúdo: na linguagem mais informal, no estilo mais limpo (acredito que realmente menos é mais) e principalmente no acabamento, onde usei minhas habilidades de designer com o uso do estilete e da costura.

Acredito que ser designer não é só ficar na tela de um computador, mas principalmente colocar a alma e é claro: a mão na massa! Finalizo aqui, deixando um pouco do que eu senti falta quando descobri o Design Editorial. Acredito que esse material teria me ajudado muito na minha primeira revista, e espero de verdade que te ajude também!

Desejo a você muita sorte e sucesso nessa jornada de designer! ;)

Taís Bruna Oliveira

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Camila Caroline Teixeira de. **O conceito de Metadesign**. 2014. Disponível em: <http://papers.cumincad.org/data/works/att/sigradi2014_200.content.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2017.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design básico: Cor**. Porto Alegre: Bookman, 2009

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design básico: Formato**. Porto Alegre: Bookman, 2009

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design básico: Grids**. Porto Alegre: Bookman, 2009

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design básico: Imagem**. Porto Alegre: Bookman, 2009

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design básico: Impressão e acabamento**. Porto Alegre: Bookman, 2009

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design básico: Layout**. Porto Alegre: Bookman, 2009

CULTURE, Design. **A importância da hierarquia visual**. Disponível em: <<http://designculture.com.br/a-importancia-da-hierarquia-visual/>>. Acesso em: 03 jun. 2017

DESIGN, Abc. **Conheça**. Disponível em: <<http://www.abcdesign.com.br/conheca/>>. Acesso em: 04 dez. 2017.

DESIGN, Chief Of. **Guia sobre Grid**. Disponível em: <<https://www.chiefofdesign.com.br/guia-sobre-grid/>>. Acesso em: 23 maio 2017

DESIGN, Chief Of. **Proporção Áurea: Guia sobre o Número de Ouro no Design**. Disponível em: <<https://www.chiefofdesign.com.br/proporcao-aurea/>>. Acesso em: 05 jun. 2017.

GRÁFICA, Kako. **Arquivos postscript e pdf**. Disponível em: <<http://www.kacografica.com.br/upload/downloads/arquivos-postscript-pdf.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

MEDIUM. **Edição, espelho editorial e diagrama**. Disponível em: <<https://medium.com/design-editorial-satc/edicao-espelho-editorial-e-diagrama-4eb2028b95ab>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

NEWARK, Quentin. **O que é Design Gráfico?** Porto Alegre: Bookman, 2009

PHILLIPS, Peter L. **Briefing : a gestão do projeto de design**. São Paulo: Editora Blucher, 2007.

QUOOS. **As diferenças entre imagem raster e imagem vetor**. Disponível em: <<http://www.quoos.com.br/index.php/geografia/sensoriamento-remoto/fundamentos-da-imagem-digital/37-as-diferenca-entre-imagem-raster-e-imagem-vetor>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

RODRIGUES, Delano. **Naming: o nome da marca**. Rio de Janeiro: 2AB, 2011.

TECTUDO. **O que é FTP e como usar?** Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/07/o-que-ftp-e-como-usar.html>>. Acesso em: 04 dez. 2017.

ZAPPATERRA, Yolanda. **Design editorial**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014

IMAGENS

¹³A, Agenda. **Casa "ecochique" em Maceió é destaque em revista nacional** © 2013 – 2014. Todos os direitos reservados ao AGENDA A. Este material não pode ser publicado, reescrito, redistribuído ou transmitido por broadcast sem autorização do AGENDA A. Leia mais em: <http://www.agendaa.tnh1.com.br/vida/estilo-e-design/5153/2016/03/02/casa-ecochique-em-maceio-e-destaque-em-revista-nacional-veja-fotos-do-interior>. Disponível em: <http://www.agendaa.tnh1.com.br/vida/estilo-e-design/5153/2016/03/02/casa-ecochique-em-maceio-e-destaque-em-revista-nacional-veja-fotos-do-interior>. Acesso em: 04 dez. 2017.

³²ADOBE. **Fazer a imposição de um documento para impressão de livreto**. Disponível em: <https://helpx.adobe.com/br/indesign/using/printing-booklets.html>. Acesso em: 04 dez. 2017.

CARD, Atual. **Leis da Gestalt**. Disponível em: <https://www.atualcard.com.br/blog/leis-da-gestalt/>. Acesso em: 13 nov. 2017.

²⁹COMMONS, Wikimedia. **CMYK**. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:CMYK-color_model.png. Acesso em: 23 maio 2017

¹²CONTEMPORÂNEAS, Arquiteturas. **Policarbonato na Construção Leve** – Luz sem Sombra. Disponível em: <https://arquiteturascontemporaneas.wordpress.com/tag/arquitetura/page/2/>. Acesso em: 04 dez. 2017.

²⁰DAWES, Callum. **Alice's adventures in wonderland**. Disponível em: <http://www.callum-dawes.com/>. Acesso em: 04 dez. 2017.

²DIGITAL, Europa. **COMPUTER ARTS edição 76 (digital)**. Disponível em: <http://europadigital.com.br/computer-arts-brasil/76>. Acesso em: 24 jun. 2017

⁷DUPUIS, Vincent. **Computer Controlled Cutting**. Disponível em: http://archive.fabacademy.org/2016/fablabdigiscope/students/456/W3_computer_controlled_cutting.html. Acesso em: 17 jul. 2017.'

²³ELO7. **Corte Especial**. Disponível em: <https://www.elo7.com.br/lista/convite-corte-especial>. Acesso em: 04 dez. 2017.

¹⁷EQUIPGRAF. **Folder Sanfona Policamp**. Disponível em: <http://www.equipgraf.com.br/portfolio/folder-sanfona-policamp/>. Acesso em: 04 dez. 2017.

¹⁸EXPRESS, Futura. **Quadri-Folder Dobra Janela**. Disponível em: <https://www.futuraexpress.com.br/Promocionais/Folders/Quadri-Folder-Dobra-Janela.html>. Acesso em: 04 dez. 2017.

⁸HOWTOFORGE. **How to extend GIMP with GMIC**. Disponível em: <https://www.howtoforge.com/tutorial/how-to-extend-gimp-with-gmic/>. Acesso em: 17 jul. 2017.

⁹MEDIUM. **Edição, espelho editorial e diagrama**. Disponível em: <https://medium.com/design-editorial-satc/edição-espelho-editorial-e-diagrama-4eb2028b95ab>. Acesso em: 15 jul. 2017.

¹⁶NÉCESSAIRE, Blog. **Moda para Celebrar!** Disponível em: <http://cgn.inf.br/blogs/necessaire/?p=36060>. Acesso em: 04 dez. 2017.

¹⁵NICO. **Horóscopo**. Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/holanico/7074020267/>. Acesso em: 04 dez. 2017.

¹PESSOAL, Cartografia. **Mergulho (kind of...)**. Disponível em: <https://cartografiapessoal.wordpress.com/2012/11/>. Acesso em: 22 maio 2017.

¹⁰PINTEREST. **Layout**. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/288230444882460990/>. Acesso em: 17 jul. 2017.

⁶SCRIBUS. **Topic: Getting the text to flow round picture frame in master document?** (Read 1668 times). Disponível em: <http://forums.scribus.net/index.php>. Acesso em: 17 jul. 2017

¹¹SLIDESHARE. **Revista ModElo**. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/anaelisabaldin/revista-modelo>. Acesso em: 04 dez. 2017.

²⁸TEXTBOOKS, Bc Open. **Tipos de grid**. Disponível em: <https://opentextbc.ca/graphicdesign/chapter/3-3-organizational-principles/>. Acesso em: 04 dez. 2017.

¹⁴TRIZOLI, Thaís. Revista Plug. Disponível em: <http://thaistrizoli.com/portfolio/teste/>. Acesso em: 04 dez. 2017.

²²VALLILO, Gráfica. **Laminação BOPP**. Disponível em: <http://graficavallilo.com.br/laminacao-bopp>. Acesso em: 04 dez. 2017.

³⁰WEB, Colégio. **RGB**. Disponível em: <https://www.colegioweb.com.br/curiosidades/rgb-cmyk-e-pantone-o-que-sao.html>. Acesso em: 04 dez. 2017.

⁴ZUPI. **Revista de Arte e Criatividade Zupi**. Disponível em: <http://www.zupi.com.br/revista-de-arte-e-criatividade-zupi/>. Acesso em: 25 jun. 2017.