

Luma Pinheiro dos Santos

**PROJETO GRÁFICO-EDITORIAL DE UMA REVISTA COM
FOCO EM MULHERES NO DESIGN E NO CAMPO DA ARTE**

Projeto de Conclusão de Curso
submetido(a) ao Curso de Design da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do Grau de
Bacharel em Design
Orientador: Prof. Dr. Luciano Patrício
Souza de Castro

Florianópolis
2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

A ficha de identificação é elaborada pelo próprio autor
Maiores informações em:
<http://portalbu.ufsc.br/ficha>

Luma Pinheiro dos Santos

**PROJETO GRÁFICO-EDITORIAL DE UMA REVISTA COM
FOCO EM MULHERES NO DESIGN E NO CAMPO DA ARTE**

Este projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design e aprovada em sua forma final pelo Programa Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 19 de junho de 2017.

Prof^ª Marília Matos Gonçalves, Dr.^a
Coordenadora do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Luciano Patrício de Souza Castro, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^ª Mary Vonni Meurer de Lima, M^a
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^ª Luciane Maria Fadel, Dr.^a
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado ao meu orientador, meus professores, amigos, colegas de classe e minha querida família, que estiveram presentes e que acompanharam e incentivaram o meu amadurecimento como pessoa e como profissional no campo do Design.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais, que durante toda a minha vida apoiaram e acreditaram na minha minha escolha profissional. À minha avó e minha madrinha, que sempre me deram suporte e incentivo na educação e nos estudos. Aos meus colegas de faculdade que me fizeram enxergar o mundo com as suas diversas realidades e verdades. Ao meu parceiro que sempre me motivou e acreditou no meu trabalho, além de ser uma das minhas maiores referencias e inspiração como profissional e como pessoa. Um reconhecimento especial ao meu orientador Professor Luciano, que foi a fundo nessa jornada comigo, compartilhando toda sua experiência, e que me encorajou dar inicio a esse projeto que me fez amadurecer tanto como designer, quanto como mulher. Meus sinceros agradecimentos à banca examinadora, composta pelas professoras Mary e Luciane, pelas contribuições durante a fase preliminar do projeto. E por último, não menos importante, gostaria de agradecer a todos que participaram indireta ou diretamente da minha formação profissional.

Muito obrigado!

RESUMO

Este trabalho propõe a união entre o design e a cultura através de um projeto gráfico editorial de uma revista, pautada na importância da exteriorização e relevância da presença feminina no campo do Design e da Arte.

Palavras-chave: Design Gráfico, Design Editorial, Mulheres designers, Mulheres artistas.

ABSTRACT

This work proposes the combination between design and culture through an editorial design project of a magazine based on the importance of the externalization and relevance of the feminine presence in the field of Design and Arts.

Keywords: Graphic Design, Editorial Design, Women designers, Women artists.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia de Archer citada por Fuentes.....	25
Figura 2 – Revista de Interesse Geral.....	28
Figura 3 – Revista Segmentada.....	28
Figura 4 – Revista Customizada.....	29
Figura 5 – Questão 01 do Questionário.....	40
Figura 6 – Questão 02, 03 e 04 do Questionário.....	41
Figura 7 – Questão 05 do Questionário.....	42
Figura 8 – Questão 06 do Questionário.....	43
Figura 9 – Questão 07 do Questionário.....	43
Figura 10 – Questão 08 do Questionário.....	44
Figura 11 – Questão 09 do Questionário.....	44
Figura 12 – Questão 10 do Questionário.....	45
Figura 13 – Questão 11 do Questionário.....	46
Figura 14 – Questão 12 do Questionário.....	47
Figura 15 – Questão 13 e 14 do Questionário.....	47
Figura 16 – Questão 15 e 16 do Questionário.....	48
Figura 17 – Cruzamento de dados.....	48
Figura 18 – Questão 17 do Questionário.....	49
Figura 19 – Questão 18 do Questionário.....	50
Figura 20 – Questão 19 do Questionário.....	50
Figura 21 – Revistas: <i>Computer Arts</i> , <i>ABC design</i> e <i>Zupi</i>	52
Figura 22 – Capas da revista <i>Zupi</i>	53
Figura 23 – <i>Spread</i> 1 da revista <i>Zupi</i>	54
Figura 24 – <i>Spread</i> 2 da revista <i>Zupi</i>	54
Figura 25 – <i>Spread</i> 3 da revista <i>Zupi</i>	55
Figura 26 – <i>Spread</i> 4 da revista <i>Zupi</i>	55
Figura 27 – Capas de uma das edições especiais da <i>abc Design</i>	56
Figura 28 – Materiais de uma edição especial da <i>abc Design</i>	57
Figura 29 – Capas da revista <i>abc Design</i>	57
Figura 30 – <i>Spread</i> 1 da revista <i>abc Design</i>	58
Figura 31 – <i>Spread</i> 2 da revista <i>abc Design</i>	59
Figura 32 – <i>Spread</i> 3 da revista <i>abc Design</i>	59
Figura 33 – <i>Spread</i> 1 da revista <i>Computer Arts</i>	60
Figura 34 – <i>Spread</i> 2 da revista <i>Computer Arts</i>	61
Figura 35 – <i>Spread</i> 3 da revista <i>Computer Arts</i>	61
Figura 36 – Capas da revista <i>Computer Arts</i>	62
Figura 37 – Página da revista <i>Computer Arts</i>	62
Figura 38 – Capas da revista <i>idN Design</i>	63
Figura 39 – <i>Spread</i> 1: Edição cores e representações gráficas.....	64

Figura 40 – <i>Spread 2</i> : Edição cores e representações gráficas....	64
Figura 41 – <i>Spread 3</i> : Edição cores e representações gráficas....	65
Figura 42 – <i>Spread 4</i> : Edição cores e representações gráficas....	65
Figura 43 – <i>Spread 5</i> : Edição cores e representações gráficas....	66
Figura 44 – <i>Spread 6</i> : Edição sobre tipografia e <i>lettering</i>	67
Figura 45 – <i>Spread 7</i> : Edição sobre tipografia e <i>lettering</i>	67
Figura 46 – <i>Spread 8</i> : Edição sobre tipografia e <i>lettering</i>	68
Figura 47 – <i>Spread 9</i> : Edição ilustrações feitas com padrões....	68
Figura 48 – <i>Spread 10</i> : Edição ilustrações feitas com padrões...	69
Figura 49 – Capa revista Farpa.....	70
Figura 50 – Site <i>Woman Who Draw</i>	71
Figura 51 – Site <i>Woman Who Draw</i>	72
Figura 52 – <i>Quadro de estratégias</i>	73
Figura 53 – <i>Representação do tamanho da página sobre papel BB</i>	77
Figura 54 – <i>Tabela e alfabetos para a definição da tipografia</i> ...	78
Figura 55 – <i>Testes tipográficos realizados com as fontes</i>	79
Figura 56 – <i>Teste tipográfico e teste de tamanhos das fontes</i>	79
Figura 57 – <i>Alfabeto HK Grotesk</i>	80
Figura 58 – <i>Tipografia x idade</i>	81
Figura 59 – <i>Testes impressos de entrelinha e teste de tamanho da fonte HK Grotesk</i>	81
Figura 60 – <i>Cálculos para definição do formato final da página</i>	82
Figura 61 – <i>Disposição dos módulos pela página</i>	83
Figura 62 – <i>Representação da escala modular</i>	84
Figura 63 – <i>Cálculo da largura do alfabeto</i>	85
Figura 64 – <i>Tabela de composição de caracteres e largura de colunas</i>	85
Figura 65 – <i>Representação do diagrama de 1 coluna</i>	86
Figura 66 – <i>Representação do diagrama de 2 colunas</i>	87
Figura 67 – <i>Elementos gráficos-editoriais com a fonte HK Grotesk</i>	89
Figura 68 – <i>Títulos das matérias com fontes displays</i>	89
Figura 69 – <i>Entretítulos em caixa alta</i>	90
Figura 70 – <i>Espelho da publicação</i>	91
Figura 71 – <i>Exemplo de elementos gráfico-editoriais não textuais</i>	92
Figura 72 – <i>Elemento gráfico - Aspas</i>	93
Figura 73 – <i>Fios utilizados ao longo da publicação</i>	93
Figura 74 – <i>Proposta cromática institucional Strike!</i>	94

Figura 75 – <i>Capa da revista Strike!</i>	95
Figura 76 – <i>Marca gráfica Strike!</i>	96
Figura 77 – <i>Representação dos diagramas de 1 coluna e 2 colunas na mesma composição</i>	97
Figura 78 – <i>Representação do diagrama de 1 coluna</i>	98
Figura 79 – <i>Representação do diagrama de 1 coluna</i>	98
Figura 80 – <i>Representação do diagrama de 2 coluna</i>	99
Figura 81 – <i>Representação do diagrama de 2 coluna</i>	100
Figura 82 – <i>Representação do diagrama de 2 coluna</i>	100
Figura 83 – <i>Representação do diagrama assimétrico</i>	101
Figura 84 – <i>Representação lombadas emparelhadas</i>	103
Figura 85 – <i>Capa planificada com medidas</i>	104
Figura 86 – <i>Protótipo capa e contracapa</i>	105
Figura 87 – <i>Protótipo miolo</i>	106
Figura 88 – <i>Protótipo miolo</i>	106
Figura 89 – <i>Protótipo miolo</i>	107

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	23
1.1 OBJETIVOS.....	24
1.1.1 Objetivo geral.....	24
1.1.2 Objetivos específicos.....	24
1.2 JUSTIFICATIVA.....	25
1.3 DELIMITAÇÃO DO PROJETO	25
2 METODOLOGIA.....	25
3 FASE ANALÍTICA	28
3.1 TIPOS DE REVISTA.....	28
3.2 REVISTA SEGMENTADA POR INTERESSES	31
3.3 BRIEFING.....	32
3.3.1 Contextualização.....	33
3.3.2 Ordenação	38
3.3.3 Público	41
3.4 ANÁLISE DE SIMILARES E MERCADO	53
3.5 ESTRATÉGIAS DE DESIGN	74
3.5.1 Tipografia	75
3.5.2 Diagrama, grade ou grid	76
3.5.3 Cores	76
3.5.4 Imagens.....	76
3.5.5 Composição e layout.....	77
3.5.6 Acabamentos especiais	77
4 FASE CRIATIVA.....	77
4.1 ESTRUTURAÇÃO GRÁFICA	78
4.1.1 Predefinição da página.....	78
4.1.2 Definição da tipografia.....	79
4.1.3 Estabelecimento da entrelinha.....	82
4.1.4 Determinação do módulo	84

4.1.5 Dimensionamento da forma da página e construção do grid	84
4.1.6 Criação de uma escala modular	85
4.1.7 Representação do diagrama.....	86
4.1.8 Configuração e ativação da linha de base.....	90
4.2 ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS	90
4.3 ESPELHO DA PUBLICAÇÃO	92
4.4 ELEMENTOS GRÁFICO-EDITORIAIS NÃO TEXTUAIS.....	94
4.5 PROPOSTA CROMÁTICA.....	95
4.6 IMAGENS	96
4.7 CAPA E LOGOTIPO	97
4.3.1. Capa.....	97
4.3.2 Logotipo	98
5 FASE EXECUTIVA	99
5.1 DIAGRAMAÇÃO.....	99
5.2 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS.....	103
5.2.1 Miolo	103
5.2.2 Capa	104
5.2.3 Fechamento de arquivo	106
5.3 PROTÓTIPO	107
6 CONCLUSÃO.....	109
7 REFERÊNCIAS.....	113
8 ANEXOS.....	119

1 INTRODUÇÃO

O Design Gráfico exerce um papel fundamental em qualquer jornal ou revista. É trabalho do designer reunir todos os elementos necessários para que a mensagem seja comunicada de maneira eficaz e eficiente e num layout consistente.

Apfelbaum e Cezzar (2014) argumentam que o design editorial vai muito mais além do que apenas organizar a tipografia e as imagens dentro de uma página. Um bom projeto editorial é nada menos do que o resultado da empatia do leitor combinado com o desejo do designer de criar belas experiências. Projetar uma experiência editorial demonstra que atingir a alta qualidade e resultados consistentes requer um grande investimento em estratégia, talento, tecnologia e experimentações. Especialmente para as revistas, que tem um tanto mais de liberdade e espaço para experimentação, o Design editorial demanda um intenso processo criativo devido ao seu poder constante de se reinventar. É um elemento fundamental para fazer com que leitores em potencial da publicação se tornem consumidores reais.

Ali (2009) afirma que o design em si não é o fator que fará o leitor comprar ou não uma revista, mas sim o equilíbrio entre diversos elementos (mensagem, linguagem, imagens, tipografia, espaço, cor) para que se atinja a comunicação ideal. O leitor enxerga a revista em apenas uma estrutura completa. Mesmo matéria mais incrível pode deixar de ser lida se o design falhar na sua missão de emocionar, surpreender, encantar e convencer o leitor de que a informação contida na publicação vale a pena ser lida. O design “é o meio de levar as ideias da página para a mente do leitor, silenciosamente, claramente, memoravelmente. O texto sozinho não consegue isso” (ALI, 2009).

Além de ser um dos mais antigos meios de comunicação registrados na história, a revista também pode atuar como um agente social e realizar um papel importante na nossa cultura. As revistas reforçam valores, agregam conhecimento, levam em consideração os desejos e expectativas do leitor, mostram o que acontece ao redor do mundo. E são nessas perspectivas que este projeto tem como objetivo abordar um tema de razão cultural: a exteriorização e a valorização da presença feminina no ramo do Design e da Arte.

A intervenção das mulheres, a luta feminista, tanto no passado quanto atualmente, é constantemente ignorada. Não muito diferente da história de outros países, o contexto histórico brasileiro é marcado por uma estrutura extremamente patriarcal e conservadora. Por mais que a

desigualdade de gênero esteja diminuindo ao passar dos anos, ainda são extremamente marcantes no Brasil.

Num período como o século XXI, que vem trazendo a necessidade da mudança de valores e paradigmas, o debate sobre design e gênero é de extrema importância para contribuir na reestruturação e no aprimoramento deste campo. Por mais desconstruído que se apresente para o mundo, no campo do design e da arte ainda persistem problemas de gênero, tanto no universo acadêmico como no mercado de trabalho. O debate não está apenas atrelado à luta feminista, mas também é visto como uma maneira de aproveitar a perspectiva feminista para refletir sobre design.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho é desenvolver o projeto gráfico editorial de uma revista com foco em mulheres da área do Design e do campo da Arte de diversas partes do mundo.

1.1.2 Objetivos específicos

- Organizar e estabelecer conteúdos que expressem com êxito a missão da revista;
- Projetar uma estrutura gráfica de acordo com as definições e justificativas apresentadas;
- Aplicar a estrutura gráfica desenvolvida para assim inspirar e incentivar profissionais da área;
- Exteriorizar nacionalmente, possivelmente internacionalmente, os trabalhos feitos por mulheres artistas e designers.

1.2 JUSTIFICATIVA

A preferência de executar um projeto editorial neste trabalho se deu pela afinidade da autora com a área e pelo fato de que durante o período acadêmico não pôde executar um projeto gráfico editorial, especificamente, de uma revista. Desde o princípio, sua formação teve foco no campo do design gráfico e grande interesse na área de editoração.

A proposta do projeto editorial de uma revista, deu-se pela necessidade de um meio de comunicação que permitisse abordar assuntos específicos e que possuísse uma predisposição a segmentação de temas. Por ser um meio de comunicação que permite esse fracionamento de conteúdo, a proposta e produção de uma revista enquadrou-se no objetivo deste projeto. Trata-se de um tema específico, sobre mulheres no campo do design e da arte, que necessita de uma mídia que permita a abordagem integral do assunto, que possa ser incluído facilmente na sociedade e compartilhado por todos os seus leitores.

1.3 DELIMITAÇÃO DO PROJETO

O projeto é delimitado a uma revista impressa com possibilidade de ser incluída no meio digital através do site de uma possível editora, apenas para assinantes. Deve possuir uma comunicação e sistema de identidade visual própria. Inicialmente pensada para uma distribuição nacional. Os conteúdos da revista serão de matérias já existentes. Todo conteúdo será desenvolvido por artistas e designer mulheres.

2 METODOLOGIA

Mesmo após anos de pesquisa, não se pode afirmar que exista apenas uma única metodologia para o desenvolvimento dos diversos projetos existentes no ramo do Design Gráfico.

Através das definições encontradas no Dicionário Aurélio básico de língua portuguesa (1994-95), o método é “1. Maneira de ordenar a ação segundo certos princípios. 2. Ordem seguida na investigação, no estudo, na persecução de quaisquer objetos. 3. Modo de agir com disciplina, técnica e organização”.

[...] ordem que se segue na investigação da verdade, no estudo de uma ciência ou para alcançar um fim determinado; marcha racional da inteligência para chegar ao conhecimento ou à demonstração de uma verdade; processo ou técnica de ensino; modo de proceder; tratado elementar; prudência; circunspeção; modo judicioso de proceder (BUARQUE, 1994-95).

A metodologia é definida como “o tratado de métodos”. Segundo Panizzi (2004), cada metodologia servirá de guia para determinados projetos, e que poderá também, auxiliar na criação de novos métodos. Devido as características peculiares de cada projeto, os métodos podem ser adaptados, personalizados a partir de uma estrutura base, trazendo mais facilidade na execução do projeto em questão. A metodologia, se mantém constante durante o processo, pois é a direção a ser seguida, um conjunto de princípios em ordem lógica que irão reger o funcionamento da projeção. Consiste no estudo das etapas do projeto.

Porém, de acordo com Melo (2004), pode haver uma superposição ou uma grande mistura das etapas devido a intervenções imprevistas. Contudo, não significa que não haja a necessidade de atribuir estágios recorrentes nas metodologias na maior parte dos projetos.

Diferente de alguns pré-conceitos estabelecidos por profissionais da área, como a possível interferência no processo criativo, a metodologia é uma excelente e poderosa ferramenta de criação. Fuentes (2006) cita em seu livro *A prática do design gráfico – uma metodologia criativa*, que o designer, tendo conhecimento dos métodos base para a criação de um projeto, pode adaptar/criar a sua própria metodologia, de forma que ela favoreça a sua linguagem de design.

Para este projeto de material gráfico-editorial, devido a sua maleabilidade, foi empregada a metodologia projetual citada por Fuentes (2006), do autor Bruce Archer. Os métodos utilizados por ele têm como base a definição do design como “selecionar os materiais corretos e dar forma para o projeto para satisfazer as necessidades funcionais e estéticas dentro das limitações da produção disponível”. A metodologia de Bruce Archer consiste em três etapas: a fase analítica, fase criativa e fase executiva.

A fase analítica é investigativa, nela foi desvendado os problemas a serem resolvidos deste projeto editorial. Foi feito o briefing, o qual

recompila informações teóricas requeridas e necessárias para o conhecimento do projeto da revista e suas necessidades. Nessa fase foi analisado o contexto em que a revista estará inserida, incluindo também neste momento a pesquisa de similares e/ou concorrentes atuantes no mercado. Na fase analítica definiu-se a estrutura e a hierarquização dos elementos da revista, criou-se um conceito editorial e as estratégias de design, identificou-se as limitações, urgências e as condições para a resolução deste projeto editorial.

Durante a fase criativa, ocorreu a formulação das ideias diretoras e a iniciação da parte prática, com base nos dados recolhidos na fase anterior para se chegar numa solução ideal. Foi feita a formalização da ideia deste projeto e a sua adequação e verificação. Consistiu na escolha dos elementos gráficos que irão compor a revista, como por exemplo a escolha das famílias tipográficas, forma da página, proposta cromática, diagrama, entre outros componentes.

Figura 1 – Metodologia de Archer citada por Fuentes.



Fonte: Desenvolvido pela autora

A fase executiva equivale a última etapa desta metodologia. Nela ocorreu a valorização das críticas e o ajuste da ideia do projeto, junto ao orientador deste; o desenvolvimento, o processo iterativo, seguido da materialização da revista e o estudo da sua viabilidade de produção. Enfim, realizar a apresentação deste projeto editorial e conquistar a aprovação final da banca.

3 FASE ANALÍTICA

3.1 TIPOS DE REVISTA

As revistas entraram em circulação após os jornais para ajudar na contemplação da educação, no aprofundamento de assuntos, na segmentação, no serviço utilitário que podem oferecer aos seus leitores. Scalzo (2003b) afirma que a revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Ela se diferencia por ajudar o leitor no seu cotidiano; possui mais informações pessoais, com o objetivo de informar com qualidade como qualquer outro meio de comunicação.

Segundo Ali (2009), existe um universo vasto de publicações que podem ser separadas e classificadas. Além daquelas dirigidas para um grande público, as revistas se dividem em três grupos específicos: revistas de consumo, profissionais e de empresas e organizações.

As revistas de consumo se direcionam para uma comercialização mais popular. Elas são divididas em três grupos: revistas de interesse geral, segmentadas por público e por interesses. As de interesse geral são revistas de notícias, televisão ou de celebridades, e pratica a periodicidade semanal. Aquelas dirigidas para públicos determinados são as revistas segmentadas por público, destinadas como, por exemplo, para professores, mulheres, homens, jovens, crianças, entre outros. Revistas de automobilismo, culinária, computadores, fotografia, atividades em geral, são denominadas como revistas segmentadas por interesse.

Existem também as revistas profissionais que são direcionadas a públicos de determinadas profissões ou para áreas profissionais, como por exemplo, a área do transporte, da informática, comunicação, entre outras áreas. As revistas de empresas e organizações têm como funcionalidade a comunicação interna, dirigidas para os funcionários, clientes, associados e organizações de determinadas áreas de atividade. Revistas patrocinadas por uma empresa, são classificadas como revistas sob medida ou customizadas, que possuem objetivos promocionais, geralmente distribuídas entre os clientes. Revistas institucionais, também chamadas de *house organ*, são publicadas para obter a comunicação com seus funcionários, clientes, mercado financeiro, governo, e outras empresas do setor. Revistas de associações, também servem para a comunicação com os membros de uma entidade, seja ela associação, órgão do governo, hospital. Também se enquadram nessa categoria as revistas de universidades e escolas, usadas por professores e

pesquisadores para compartilhar informações acadêmicas. Geralmente essa categoria de revista é distribuída gratuitamente.

Poucos jornais brasileiros possuem os chamados de suplementos de jornais. São revistas semanais atribuídas ao jornal, geralmente distribuídas nas edições de domingo. Nos grandes jornais dos Estados Unidos, há suplementos de extrema qualidade, como é o caso do jornal *New York Times*.

As Zines, revistas com temas como celebridades, videogames, história em quadrinhos, música, ou qualquer outro assunto de interesse de alguém ou de um pequeno grupo. São de baixo custo, geralmente criadas em um computador pessoal.

Com a intervenção da tecnologia em inúmeros segmentos do mercado, a internet proporcionou à informação um caráter universal, a qual é acessada instantaneamente por milhões de indivíduos ao redor do globo com apenas um clique. Ao contrário da discussão sobre a eliminação das publicações com a entrada da internet na rotina da sociedade, ela ajudou a engrandecer e enriquecer o conteúdo editorial com a ajuda de grandes profissionais de diversos países.

Nos anos 1990, profetizaram que a digitalização acabaria com as revistas. Não acabou. [...] No ano 2000 previram que a internet acabaria com as revistas. Não acabou. E permitiu um contato direto e imediato com o leitor como nunca foi possível antes e tornou-se um meio para a venda de assinaturas; ajudou a enriquecer o conteúdo editorial com a colaboração instantânea de profissionais em qualquer parte do mundo; com a interatividade com os leitores, pesquisa de informações, compra de fotos, clip-arts e fontes tipográficas. (ALI, 2009, p.22)

Revistas sem papel que circulam exclusivamente na internet, como é o caso da revista *Slate*, revista de interesse geral, diária, publicada pelo mesmo grupo do jornal americano *The Washington Post*.

Figura 2 – Revista de Interesse Geral



(Fonte: Google Imagens)

Figura 3 – Revista Segmentada



(Fonte: Google Imagens)

Figura 4 – Revista Customizada



(Fonte: Google Imagens)

Para este projeto, foi definido que o tipo da revista a ser criada se encaixa nas revistas segmentadas por interesse, por se tratar de um tema específico, no caso, sobre Design e Artes.

3.2 REVISTA SEGMENTADA POR INTERESSES

As revistas surgiram no Brasil no século XVII. Segundo Scalzo (2003a) a primeira delas surgiu em 1812, na Bahia, com o nome de *As variedades*. Em 1817, no Rio de Janeiro, *o propagador das ciências* é tida como a primeira revista segmentada. A partir dos anos 1980, o processo de segmentação da mídia se acelera de modo geral em todo o país. Segundo Mira (2001), o processo de segmentação da revista torna-se mais intenso e como consequência, influencia na criação de novas editoras. A ampliação do mercado editorial reuniu esforços para atingir novos públicos. Em 1985, um dos maiores diretores da Editora Abril, Thomaz Souto Correa, fala em entrevista que flexibilizar abre portas para descobrir rapidamente novos nichos de mercado.

A segmentação está diretamente conectada com a globalização e as diversas identidades do indivíduo. Com as mudanças na sociedade, a individualização e a produção de bens personalizados, tornou-se forte a produção de materiais para “tribos” específicas. Segmentar otimiza o tempo de procura sobre novas notícias e exerce um papel “selecionador”, poupando os consumidores de assuntos apenas jornalísticos.

A segmentação é uma estratégia através da qual procura-se atingir novos nichos de mercado. Porém, revela com clareza que as variáveis que recortam os nichos são sociais como, por exemplo, o gênero, a geração ou a questão étnica. Para tornarem-se segmentos de mercado, evidentemente, eles devem ter potencial de consumo. (MIRA, 2001, p. 214)

Segundo Girardi e Loose (2009), as revistas além de informar, trazem análise e experiência, entretém, refletem, concentram. Nenhum outro meio consegue definir tão claramente seus leitores. A revista segmentada possibilita a aqueles que a produzem, o poder de “delinear de forma próxima para quem estão escrevendo”.

3.3 BRIEFING

Muito mais do que uma solicitação de projeto, o briefing é um documento que reúne quesitos com foco na execução do produto/serviço. As necessidades do contratado e do contratante são esclarecidas pela junção de informações e ideias, formalizadas nesse documento, que possibilitam uma maior compreensão sobre o projeto e seu objetivo, principalmente para a equipe ou designer responsável pela realização do trabalho. Também como forma de contrato, o briefing serve como apoio durante o processo de criação, pode ser um mapa de referências, estabelece prazos, inspira, ou é até mesmo um roteiro para a aprovação do projeto.

Para o desenvolvimento desta revista foi elaborado um briefing prévio junto ao orientador, que reúne informações básicas da natureza do projeto, como objetivos, conceito, especificações técnicas, entre outros elementos importantes para dar início a construção do mesmo.

Segundo Ali (2009), existem dois tópicos principais: a missão editorial e a fórmula editorial. O primeiro tópico a se discutir é a missão editorial, que é chamada de objetivo ou filosofia editorial. É o fio condutor que guia a revista, para que não perca o foco e mude o seu rumo, pois isso custaria tempo, dinheiro, e desgaste das pessoas envolvidas no projeto. O diretor, a equipe, a tecnologia, o projeto gráfico, podem mudar, mas a missão editorial tem de permanecer a mesma. Esta foi a etapa onde mantivemos o foco na descrição do

projeto, em qual seria o público leitor da revista, qual o tipo da mesma, a forma a qual o conteúdo será apresentado, buscamos ideias e referências para o título da revista, identificamos quais outras publicações já existem sobre os assuntos, listamos conceitos que definem a personalidade da revista.

O segundo tópico foi dedicado a fórmula editorial. É a “receita”, a maneira a qual a revista se estrutura na implementação da missão. Ela organiza todos os elementos da revista em um pacote reconhecível a cada edição. Nessa etapa, definimos a proporção entre as páginas das editorias e os anúncios, quais e quantas editorias seriam criadas, sobre qual assunto seriam tratados, quais espaços essas editorias deveriam ocupar, qual a posição de cada editoria na revista; Perguntas como a presença de colunistas, quantas matérias compõe a revista, a sua periodicidade, tiragem, número estimado de páginas, distribuição, aspectos físicos (tamanho, tipo de papel, cores, processo de impressão, tipos de acabamentos, aplicações, encadernação, entre outros), foram respondidas.

3.3.1 Contextualização

O surgimento da ideia do projeto gráfico editorial dessa revista veio acompanhado de ideais de um movimento social. O movimento feminista tem como característica peculiar criar a sua própria teoria e reflexão crítica. De acordo com Ana Alice Alcântara Costa, em seu artigo *“O movimento feminista no Brasil: Dinâmicas de uma intervenção política”*, o feminismo, enquanto movimento social é um movimento essencialmente moderno, que surgiu num contexto das ideias iluministas, das ideias transformadoras da Revolução Francesa e Americana, e, se espalha em um primeiro momento entorno da demanda por direitos sociais e políticos. Nessa sua movimentação, mobilizou centenas de mulheres de muitos países da Europa, dos Estados Unidos e, posteriormente, de alguns países da América Latina. A cada conquista, a dialética feminista vem mudando cotidianamente de maneira extremamente acelerada, pois traz consigo novas questões políticas que encorajam às novas práticas e conceitos sociais. Ele alerta as mulheres sobre o caráter político da sua opressão que vem sendo, por muitos anos, identificada como meramente pessoal.

Sem desmerecer as outras categorias de gênero, este projeto visou focar no gênero feminino, tanto pela vivência da autora nesse contexto, como pela enorme demanda ainda existente de reflexões, ajustes, e

aprofundamentos em áreas ainda tímidas nesse discurso, como é o caso do Design.

O movimento feminista distingue-se por defender os interesses de gênero das mulheres, por questionar os sistemas culturais e políticos construídos a partir dos papéis de gênero historicamente atribuídos às mulheres, pela definição da sua autonomia em relação a outros movimentos, organizações e ao Estado, e pelo princípio organizativo da horizontalidade, isto é, da não-existência de esferas de decisões hierarquizadas (ÁLVAREZ, 1990, p. 23).

Em se tratando de história da arte no Brasil, muitas mulheres artistas foram consideravelmente esquecidas no século XIX. Na Europa, num contexto de grande adversidade, algumas mulheres conseguiram desenvolver atividades artísticas como profissionais a partir de meados do século XVI. Normalmente eram filhas de pintores bem-sucedidos. Segundo Filipa Lowndes Vicente em seu livro *“A arte sem história”* (2005), a marginalização da prática artística feminina poderia ser separada em duas vertentes principais.

Porque é que as mulheres puderam ser objeto de criação, mas não criadoras? Porque é que foram personagens de quadros, de romances ou de fotografias, e não pintoras, escritoras ou fotógrafas? Figuras em mármore ou em gesso, mas não escultoras? Porque é que puderam ser “artefatos culturais”, mas não participar na “produção de cultura”? E como é que tantas conseguiram subverter os limites destas dicotomias? (VICENTE, 2005, p.20).

A primeira vertente seria sobre as condicionantes socioculturais que afetaram a mulher artista. Independentemente dos diferentes espaços geográficos e dos períodos cronológicos em que estas viveram, a identidade de uma artista esteve sempre condicionada pela sua identidade enquanto mulher, e não como profissional. E, se alguns contextos geográficos ou domésticos foram mais favoráveis ao seu desenvolvimento do que outros – Bolonha, em Itália, por exemplo, foi um lugar propício à criação artística feminina desde o século XVI –, ter

nascido mulher foi sempre um impasse ao ser artista: a falta de acesso ao ensino artístico ou as possibilidades de viajar, as condicionantes sociais à profissionalização feminina, ou o peso das responsabilidades familiares e domésticas.

A segunda vertente está relacionada às múltiplas exclusões socioculturais contemporâneas a cada artista. A própria construção histórica excluiu posteriormente essas mulheres, inclusive durante os séculos XIX e XX. Excluídas pelas suas histórias vividas e construídas, apenas nas últimas décadas, as mulheres artistas começaram a ser estudadas de modo consistente pela historiografia da arte com uma abordagem feminista. Só na década de 1970 que as diferentes “disciplinas do saber” incorporaram a perspectiva feminista, que possibilitou descobrir novos objetos de estudo que até então tinham permanecido invisíveis. Vicente (2005) constata que não era mais possível dar voz aos trabalhos e às artistas silenciadas, mas que poderiam questionar sobre os mecanismos que levaram a tal silêncio. O desprezo ao longo dos séculos pela produção artística feminina faz com que seja muito difícil encontrar materiais escritos ou visuais sobre estes trabalhos, muitas vezes com ausências impossíveis de repor.

“Trata-se, para nós de dismantelar os mecanismos da invisibilidade. Isto é: todos aqueles processos que, ao mesmo tempo, restringem nossa relação com o mundo, mantêm na obscuridade a maioria das mulheres, fazendo aparecer sob certas condições, algumas, apenas para legitimar, em seu conjunto, o processo de exclusão”.
(FATMA USSEDIK)

Em se tratando de Design, de acordo com Andrade e Rebello em seu artigo “*A invisibilidade feminina no design. Da Bauhaus ao Brasil*” (2009), até a década de 60, quando o movimento feminista impulsionou os estudos de gênero, praticamente inexistiam referências às mulheres na história do Design. Quanto ao Design brasileiro, constata-se a persistência da invisibilidade feminina. Há a necessidade de estudos que dimensionem o alcance dessas contribuições femininas no design e na arte, e que contemplem também outras mulheres que sequer foram visualizadas e desempenharam um papel importante do desenvolvimento profissional da área.

A personagem feminina nas últimas décadas vem desempenhando um papel de crescente importância na construção do Design e merece ser elevada à condição sujeito da história (ANDRADE; REBELLO, 2009). Infelizmente, poucos pesquisadores se aprofundam na questão relacionada ao design e mulheres, e os raros existentes, têm pouca consistência acadêmica relevante para dar continuidade nas investigações. O texto *Protagonismo feminino no design – um resgate histórico em andamento* (2014), de Giselle Safar e Marcelina Almeida, professoras e pesquisadoras da Universidade Federal de Minas Gerais, busca contribuir para as discussões por meio de três contextos históricos específicos da participação feminina do design e da tentativa de compreensão do processo pelo qual essas mulheres foram colocadas em segundo plano ou até mesmo desconsideradas no registro histórico da área; e estabelece a relação da omissão à estrutura patriarcal de forma a ressaltar a importância e permanência do patriarcado nas relações sociais.

Como já foi citado neste capítulo, os estudos de gênero surgiram na década de 1960, em resposta a questões sociais como a desigualdade e discriminação política, socioeconômica e cultural da mulher, estereótipos que prejudicavam o gênero feminino, exclusão das esferas de poder, entre outros. Nas duas décadas seguintes, o movimento feminista pressionou para a criação de novas políticas em busca de minimizar esse desequilíbrio, e questões como equidade, a incorporação da mulher no âmbito de trabalho e educação, passaram a ser discutidas em fóruns internacionais e em grande parte pela sociedade.

A primeira perspectiva trata de um debate que parte da teoria feminista, emergido no final de 1980 no campo da história do design, que evidencia as razões ideológicas da sociedade quanto ao silêncio sobre as mulheres. Segundo Safar e Almeida (2014), Buckley (1989; 1999), Gravier (2009) e Campi (2010), entre outros, constatam que as ações femininas no passado e no presente no campo do design possuem um conhecimento raro e marginal, uma vez que houve grande omissão da literatura especializada em virtude da estrutura patriarcal e capitalista da sociedade. As pesquisadoras reforçam que esse cenário é confirmado por Esclapés (2008) que, ao analisar o trabalho de mulheres pioneiras do design, cita que as dificuldades de acesso a postos de trabalho importantes e a falta de reconhecimento são os principais obstáculos na visibilidade das mulheres, sobretudo em determinados setores do desenho industrial. Parte daí o importante trabalho de resgate de personalidades femininas no design.

A segunda perspectiva se relaciona à primeira, contando que a omissão da literatura especializada não foi apenas sobre a mulher como designer, mas também a mulher como consumidora. O conhecimento dos designers sobre a mulher é moldado pela percepção da sociedade patriarcal e capitalista, resultando em uma compreensão parcial da mulher como consumidora e usuária. É uma abordagem crítica à representação das mulheres pela publicidade e seus estereótipos (esposa, mãe e doméstica) e à manipulação dos significados que são decodificados de acordo com os interesses e códigos culturais dos produtores e anunciantes.

A terceira tem foco na compreensão dos mecanismos de escolha, fatores de permanência/desistência e conclusão dos gêneros no ensino superior em design. Um trabalho pioneiro desenvolvido na Inglaterra e País de Gales investiga as opções efetuadas pelas mulheres quando se trata da área do design. Publicado há mais de uma década o - *Gendered by design: how women's place in design is still defined by gender*, das pesquisadoras Sue Clegg e Wendy Mayfield, abriu espaço para entender de que maneira a estrutura dos cursos estariam perpetuando estereótipos ou se, além da presença física, a presença simbólica da mulher foi incorporada ao conhecimento escolar e se os saberes femininos foram aproveitados nos seus aspectos positivos.

De acordo com Flores (2010), em seu estudo sobre a História do Design, as análises começam pelo reconhecimento dos protagonistas, descrição das obras e no impacto delas sobre a área. Ele constata que pela leitura das publicações pioneiras nessa categoria, confirmam a omissão das ações femininas no passado do campo do design na literatura especializada. McQuiston (1988) enfatiza que as mulheres que atuavam e atuam no design preferem ser conhecidas pelas suas ideias e pelo seu trabalho e não pelo fato de serem mulheres, e, que a história do design deveria pautar suas escolhas sobre protagonistas levando em consideração esses aspectos. Porém, o ambiente profissional extremamente competitivo e machista fez com que essa postura perdesse a sua significância.

Um dos pontos principais de pesquisa e investigação deste projeto editorial, pode ser explicado e fundamentado com a seguinte análise de Safar e Almeida (2014): a questão da mulher no design com foco na sua relação com o patriarcado se justifica pela necessidade de compreender como uma área relativamente nova, que surgiu e se consolidou a partir da Revolução Industrial, ainda possui um modelo segregacionista de gênero, que se reflete até a atualidade tanto nos processos de registro quanto nas condições de escolha, permanência e

expectativa de atuação profissional da mulher. Parte-se do pressuposto de que o design, como interface criativa do homem com o mundo industrial, relegou a segundo plano aquelas atividades criativas que lhe deram origem e sustentação e que estavam associadas ao universo feminino (SAFAR; ALMEIDA, 2014).

A partir da década de 1990, o crescimento do mercado editorial criou uma demanda por um posicionamento crítico e as discussões sobre historiografia do design têm aumentado. A história em geral, tanto quanto a história do design, se mantém em constante construção e nesse processo, por ser praticamente impossível conhecer toda a realidade, surgem diferentes pontos de vista e formas de abordagem.

Diante desse contexto, este projeto editorial tem como responsabilidade reerguer e enaltecer a imagem da mulher e a qualidade de seus trabalhos tanto no Design quanto no ramo da Arte, na busca constante do reconhecimento e respeito da sociedade sobre a capacidade igualada da mulher inserida neste mercado de trabalho.

3.3.2 Ordenação

Para a primeira etapa deste projeto de conclusão, foram feitas definições e algumas estimativas para responder as perguntas do briefing, feito com base na missão editorial e na fórmula editorial, na seguinte ordem.

De acordo com Ali (2009), o **conceito editorial** é baseado em três principais componentes: a missão editorial, o título e a fórmula editorial. A **missão editorial** é um guia ao longo da existência da publicação, o que mantém o editorial nos trilhos. Define-se os objetivos, público leitor, o tipo e a forma de conteúdo que irá compor o seu jeito de ser. O **título** é a expressão mais forte do conceito, da identidade e do posicionamento da revista. Não existe uma maneira eficaz de medir a sua influência no sucesso da revista, mas alguns pontos definem um bom título, como dizer diretamente do que se trata, curto e diferente das concorrentes. A **fórmula editorial** é a “receita” da publicação, é a estruturação do conteúdo da revista, como por exemplo os diferentes tipos de matérias, as seções e o espaço que irá ocupar, estilo de design, fotografia, entre outros elementos. A fórmula segue uma lógica para que a revista mantenha uma unidade, “um pacote reconhecível”. (ALI, 2009)

O nome da revista foi escolhido de acordo com termos que remetessem a essência do surgimento dessa proposta editorial: o movimento feminista. Para a escolha do nome foram selecionadas

palavras em inglês, pela possibilidade de uma futura internacionalização da revista, já que trata de projetos executados por mulheres de diversas partes do globo, e pela sonoridade expressiva e conhecimento da palavra pelo público brasileiro.

Titulo de apenas uma palavra, tendo como significado literal bater de frente, atacar, atingir, lutar, chocar, combater, descobrir, suceder, a revista adotou o nome de **STRIKE!**. Possui em sua forte essência o ato de lutar, resistir, derrubar obstáculos, quebrar barreiras, e alcançar o sucesso, fazendo total conexão tanto com o movimento feminista e seus princípios, quanto a revista e seu propósito de chamar atenção, combater e eliminar os preconceitos de gênero ainda existentes dentro do campo do design e das artes. Acompanhada de uma exclamação, tem com objetivo chamar atenção e trazer sonoridade para o nome, remetendo a expressão “acertar em cheio”. Traz consigo uma *tagline* que informa sobre do que se trata a revista: *STRIKE! Design e Arte*, ou para uma versão em inglês *STRIKE! Design and Arts*.

A revista **STRIKE!**, além de estabelecer conteúdos que expressam com êxito a missão da revista, tem como objetivo aplicar uma estrutura gráfica para inspirar e incentivar profissionais da área do Design e do campo da Artes, principalmente mulheres; impulsionar a exteriorização nacional, possivelmente internacional, de trabalhos feitos por mulheres artistas e designers ao redor do globo; e ter como consequência o reconhecimento e respeito da sociedade sobre a capacidade igualada da mulher no mercado de trabalho, com foco principalmente no Design e na Arte. Citado anteriormente em outro capítulo, este projeto editorial se adequa ao tipo de revista segmentada por interesse, por se tratar de assuntos específicos dentro da área de comunicação.

Com a sua personalidade fundamentada em *empoderada, criativa, enérgica, contemporânea e descontraída*, a revista será direcionada a um público criativo que possui interesse em assuntos relacionados a Design, Artes, e suas vertentes ao redor do mundo, tanto na atualidade quanto no passado. Por ser uma revista com trabalhos publicados apenas por mulheres, o público de maior alcance será feminino, com o intuito também de encorajar artistas e designers mulheres a divulgar e valorizar os seus trabalhos, tendo como inspiração a identidade de outras mulheres da área.

O conteúdo será exposto em forma de matérias, podendo ser sobre um projeto específico, bibliografias, entrevistas, entre outros. Não haverão colunistas, contendo o espaço apenas para a exposição dos trabalhos, visões e sentimentos vindos diretamente das artistas e das

designers publicadas. A revista traz consigo uma personalidade forte, com traços contemporâneos, descontraídos e com uma estética inovadora. Será um jogo de cores, tipografias, imagens e grids para cada matéria, assim cada página ou *spread* terá uma identidade única, principalmente para manter a essência do trabalho de cada profissional. Ainda não foram localizadas muitas publicações com o mesmo objetivo e conteúdo.

Em se tratando da fórmula editorial, a revista STRIKE! apresenta entorno de 10 matérias divididas ao longo das editoriais. Para este projeto foram definidas 4 editoriais: *Área Restrita*, *Universo Paralelo*, *Dando as Caras*, *Jamais Esquecer*. A editorial *Área Restrita* aborda todas as matérias relacionadas ao Design e suas vertentes, que podem incluir design gráfico, industrial, moda, animação, joias, entre outras. Para evitar discussões sobre o que é ou não “arte”, a editorial *Universo Paralelo*, inclui todos os assuntos paralelos aos Design, mais especificamente do vasto campo da arte, trazendo matérias sobre pintoras, ilustradoras, fotógrafas, escultoras, tatuadoras, entre outras vertentes, variando a cada edição. *Dando as caras* é um espaço reservado à divulgação das mídias sociais e portfólios de artistas e designers autônomas. Perfis de empresas, marcas próprias, coletivos, criados e compostos por mulheres. Não serão permitidos perfis pessoais, apenas perfis de cunho comercial. E por último, não menos importante, a editorial *Jamais esquecer* é reservada para a menção de mulheres artistas e designers “apagadas” no passado, tanto distante quanto próximo, que tiveram conquistas e contribuições marcantes para história da mulher no campo do Design e da Arte. A proporção para conteúdo/anúncios ficará entorno de 85/15%.

A STRIKE! terá aproximadamente 84 a 100 páginas, sendo que:

- Para a editorial “Área Restrita” serão destinadas 4 a 5 matérias, podendo cada matéria ter no máximo 10 páginas.
- Para a editorial “Universo Paralelo” serão destinadas 3 a 4 matérias, podendo cada matéria ter no máximo 10 páginas.
- Para a editorial “Dando as caras” será delimitada por *spreads*, tendo em vista no máximo 2, equivalente a 4 páginas.

- Para a editoria “Jamais Esquecer” serão destinadas 2 a 3 matérias, podendo cada matéria ter no máximo 4 páginas.

Sua periodicidade será trimestral, ressaltando uma característica exclusiva e colecionável, tendo de início uma previsão de tiragem de 10.000 exemplares, com alcance nacional. Distribuída para venda em livrarias, universidades, museus, eventos, congressos, e principalmente encomendas e assinaturas através da internet.

Para as características físicas, foram especulados alguns aspectos, que poderão ser alterados ao longo do processo para se adequar aos objetivos do projeto. O tamanho será médio, entre o tamanho de uma folha A4 e A5; a impressão tanto da parte interna quanto da capa será feita no papel *couché*, pelo processo de impressão offset, quadricromia; terá acabamento com lombada quadrada, com a capa em cobertura fosca, e possivelmente aplicação de verniz localizado na marca, dependendo do custo final da revista.

Com os dados acima organizados, pôde-se obter uma ideia inicial sobre os elementos conceituais e gráficos-editoriais para a estruturação da revista.

3.3.3 Público

Com o propósito de avaliar os dados já recolhidos e validar hipóteses, foi realizada uma pesquisa focada no público-alvo da revista, para oficializar um direcionamento de perfil. Em seguida, uma pesquisa de mercado e uma análise de similares foram executadas, a fim de contextualizar o ambiente o qual a revista será inserida.

A pesquisa foi realizada através da plataforma *Typeform*, divulgada por meio de e-mails e da rede social *Facebook*, possibilitando a assertividade do público focal. As perguntas ficaram disponíveis por uma semana, atingindo um número de 168 respondentes. Todas as perguntas são identificadas como múltipla escolha, dentre questões demográficas, identificação de gênero, faixa etária, comportamentais, relacionamento do público com o produto “revista” e a proximidade com o tema sobre design e arte.

Para não haver desorientação do público e com o objetivo de obter resposta de gêneros diversificados, foi omitido o termo “mulher” do título da pesquisa, “*questionário sobre revista com foco em Design e Artes*”, no momento da divulgação. Havia grande possibilidade de um

respondente de gênero diferente ao feminino não se habilitar para responder a pesquisa, por achar que os questionamentos não eram direcionados a ele. As questões relacionadas a gênero, design e artes, se difundiram ao longo das perguntas dentro da pesquisa.

Figura 5 – Questão 01 do questionário



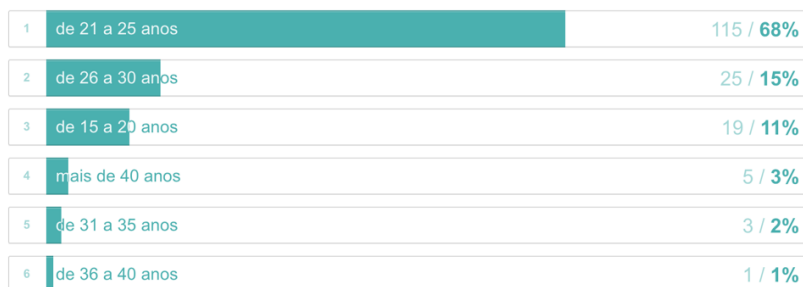
Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Segundo os dados recolhidos, existe uma grande diferença em relação ao gênero dos respondentes. O gênero feminino ficou com (77%) dos respondentes, enquanto o gênero masculino ficou com (23%) das respostas. Podemos observar a predominância e maior predisposição feminina ao se interessar em responder uma pesquisa relacionada a uma revista sobre Design e Arte. Para este momento, vale adicionar que muitas convidadas a responder esta pesquisa estavam cientes do tema do projeto editorial final da autora. Porém, os números continuaram extremamente destoantes.

Figura 6 - Questão 02, 03 e 04 do questionário

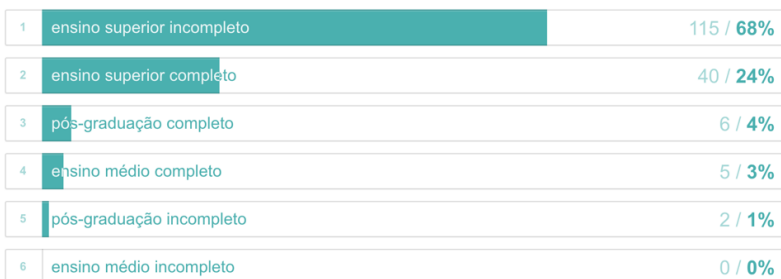
Qual a sua idade? :)

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Escolaridade:

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Qual a sua renda familiar?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

As questões relacionadas à idade, grau de escolaridade e renda são representadas pelas figuras 6. Quanto à idade, grande parte dos respondentes se encaixa na faixa etária de 21 a 25 anos (68%), enquanto outra parte considerável deles se encontra entre 26 a 30 anos (15%).

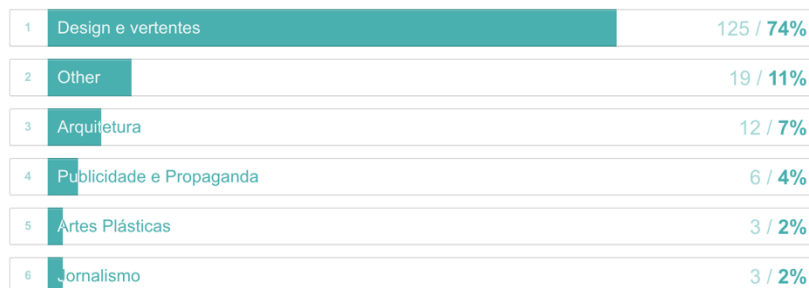
Podemos concluir que o possível público consumidor da revista é composto majoritariamente por jovens adultos.

A maioria dos entrevistados ainda se encontra na graduação (68%), enquanto uma parcela (24%) já possui ensino superior completo. Jovens adultos, provavelmente, não atuam ou estão recentemente inseridos no mercado de trabalho, ou até mesmo sobrevivem com auxílio financeiro dos responsáveis, podem explicar o resultado parcialmente equilibrado que aumenta gradualmente a renda familiar, em que 27% dos respondentes ganha de 1 a 3 salários mínimos, 21% ganha entre 3 a 5 salários mínimos, 21% ganha entre 5 a 8 salários mínimos, 15% ganha entre 8 a 12 salários mínimos, e 15% ganha mais que 12 salários mínimos.

Figura 7 - Questão 05 do questionário

Qual a sua formação/ área em que estuda/trabalha?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Em relação à formação/ área em que estuda/ trabalha (Figura 7), a maior parcela (74%) dos respondentes está envolvida com design e alguma de suas vertentes. As respostas colocadas na opção “outros” (11%) foram todas respondidas com o termo “Artes”. Esses dados confirmam que o direcionamento de conteúdo da revista está para pessoas que tem interesse em conteúdo de design, artes e suas vertentes, e por consequência, na maioria atuantes, estudantes, das respectivas áreas.

Figura 8 - Questão 06 do questionário

Você costuma **ler** revistas?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



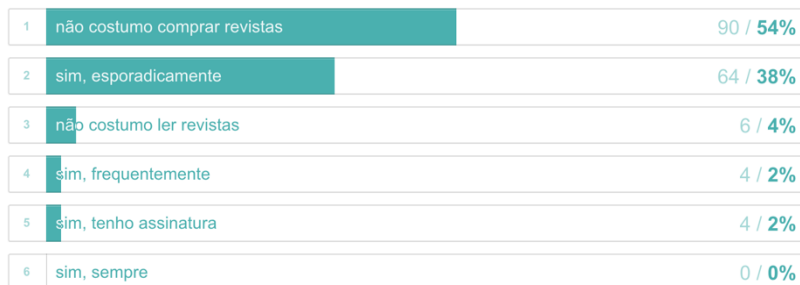
Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Em relação a ler revistas, (Figura 8), uma boa parcela ainda possui esse hábito, mesmo existindo números que comprovam a diminuição na circulação e venda de revistas impressas. Existe um interesse bem representativo, sendo que a maioria dos respondentes costuma ler esporadicamente (64%) e 9% leem revistas frequentemente.

Figura 9 - Questão 07 do questionário

Você costuma **comprar** revistas?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Em relação a comprar revistas, (Figura 9) uma boa parcela dos respondentes não possui esse hábito (54%), porém não anula o grande resultado de pessoas que costumam ler revistas na pergunta anterior. Existe também um grande número de respondentes (38%) que compram revistas esporadicamente. A ligação entre o hábito de ler esporadicamente com a ausência da compra, pode ser possivelmente explicado pelo ato de empréstimos, leituras casuais em casa de amigos,

familiares, leitura em livrarias, eventos, entre outros. Além do produto estar presente nestes lugares, tanto disponíveis para venda como para leitura, e de proporcionar bons conteúdos e atratividade estética para o leitor, a revista terá em pauta uma boa campanha, ações e estratégias comerciais para o incentivo de compra e venda do produto.

Figura 10 - Questão 08 do questionário

E colecionar? Você tem alguma coleção de revistas?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



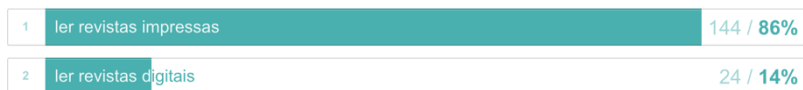
Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Em relação a colecionar revistas (Figura 10), a maior parcela (40%) dos respondentes já colecionou revistas alguma vez, 28% não coleciona, 20% guarda revistas casualmente e 12% coleciona atualmente. A STRIKE! terá em seu design a possibilidade de ser colecionável e esta condição está presente em sua estrutura. O objetivo desta pergunta foi descobrir e levantar dados sobre a relação dos respondentes com o ato de colecionar, pois alguém que em algum momento colecionou revistas, pode se tornar um possível colecionador novamente se o produto o interessar e/ou incentivá-lo a isto. Pessoas que costumam comprar esporadicamente também se encaixam neste contexto com a possibilidade de se tornarem colecionadores.

Figura 11 - Questão 09 do questionário

Qual experiência você prefere?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



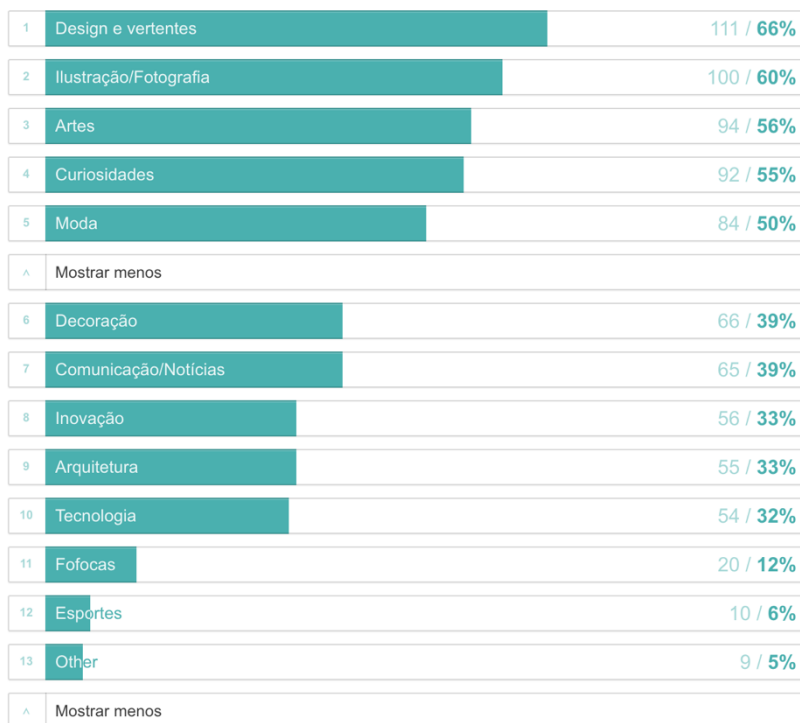
Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Um resultado muito expressivo (Figura 11), foi o obtido na questão anteriormente, quando 86% dos respondentes consideraram ler revistas impressas uma experiência mais satisfatória do que ler revistas digitais. Este fato confirma a preferência pelo tradicional produto físico e a experiência de um material “único” ser de sua posse.

Figura 12 - Questão 10 do questionário

Quais assuntos você gosta/costuma ler?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

No quesito preferências do tipo de revista, foi constatado que há uma pequena diferença de votos entre os preferidos - Design e vertentes (66%), Ilustrações e Fotografia (60%), Artes (56%), Curiosidades (55%), confirmando assim a relação positiva e certa entre o público alvo definido e o assunto escolhido para a abordagem da revista. Outros assuntos também colocados e com pouca variação entre a quantidade de respondentes - Decoração (39%), Comunicação e Notícias (39%),

Inovação, (33%), Arquitetura (33%), que poderão também fazer parte das edições trimestrais.

Figura 13 - Questão 11 do questionário

Quais atributos você considera mais importantes em uma revista focada em Design e nas Artes? (escolha 3).

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta

1	Estética (cores, recursos gráficos, etc.)	139 / 83%
2	Informação e conteúdo	134 / 80%
3	Diagramação, legibilidade/leiturabilidade	125 / 74%
4	Aspectos físicos (papel, acabamento, etc)	68 / 40%
5	Ser diversificada	47 / 28%
6	Capa	33 / 20%
7	Ser específica	10 / 6%
8	Other	1 / 1%
^	Mostrar menos	

Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Sobre a importância dos atributos presentes numa revista de Design e Arte, 83% dos respondentes consideraram o aspecto “Estética” o mais significativo, e logo em seguida (80%) o aspecto informação e conteúdo. Estes são atributos que envolvem tanto a necessidade das funções do design gráfico, como também confirmar os objetivos propostos para este projeto: uma estética diferente e interessante de layout para despertar leitores interessados neste tipo de conteúdo e promover uma experiência surpreendente.

Figura 14 - Questão 12 do questionário

Para você, qual o tamanho ideal para uma revista?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



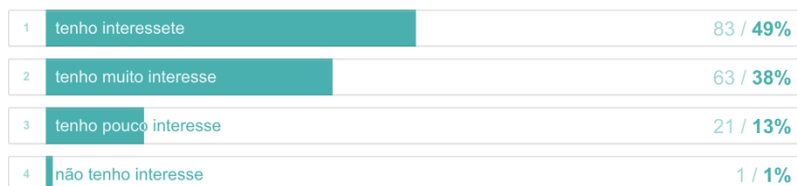
Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Em relação a tamanhos, a grande maioria do público prefere uma revista de tamanho médio. Nota-se também uma persistência da preferência pelo tamanho tradicional grande. Esta informação é um indicador relevante para a escolha do formato final da revista, sendo que a preferência da autora para a execução deste projeto já vinha sendo pelo tamanho entre o médio e o grande.

Figura 15 - Questão 13 e 14 do questionário

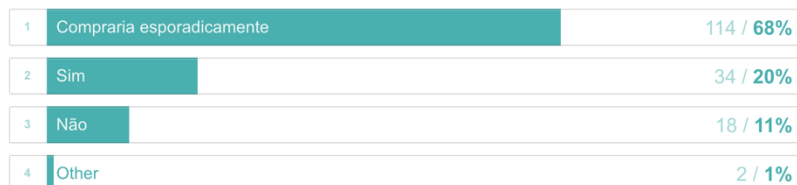
Qual o seu nível de interesse em uma revista focada em Design e no campo das Artes?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Você assinaria essa revista?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta

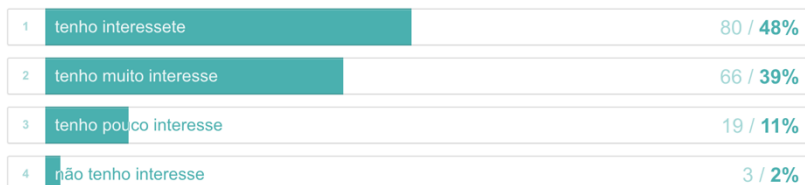


Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Figura 16 - Questão 15 e 16 do questionário

Qual o seu nível de interesse em uma revista focada em mulheres no Design e no campo das Artes?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Você assinaria essa revista? (2)

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Figura 17 – Cruzamento de dados

interesse revista design e artes	interesse revista mulheres design e artes		conclusão
130	130		
fem, pouco, 19	fem, pouco, 14	diminuiu - 5	
fem, muito, 44	fem, muito, 56	aumentou - 12	14 mulheres mudaram sua resposta para MUITO interesse
fem, tenho, 67	fem, tenho, 58	diminuiu - 9	2 mudaram para não tenho interesse
	fem, nao tenho, 2		
38	38		
masc, pouco, 2	masc, pouco, 5	aumentou - 3	
masc, muito, 19	masc, muito, 10	diminuiu - 9	3 homens mudara sua resposta para POUCO
masc, tenho, 17	masc, tenho, 21	aumentou - 4	4 homens mudara sua resposta para TENHO
	masc, nao tenho, 2		2 homens mudaram para não tenho interesse
			2 homens adicionaram a opção NÃO

Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Essas quatro questões (Figura 16 e 15) foram elaboradas com o intuito de comprovar e justificar se o interesse permaneceria o mesmo, tanto dos respondentes do sexo masculino quanto feminino, ao inserir apenas a palavra “mulheres” numa das questões. Ao cruzar os dados (Figura 17), podemos observar o que era esperado pela autora: o interesse diminuiu, para os respondentes do gênero masculino, e aumentou para o gênero feminino. Dos homens que responderam ter “muito interesse” por uma revista com foco em Design e nas Artes,

migraram para as respostas “tenho interesse”, “tenho pouco interesse” e “não tenho interesse” quando perguntado sobre o interesse em revistas com foco em mulheres no Design e na Arte. As mulheres que responderam “tenho interesse” e “tenho pouco interesse” por uma revista com foco em Design e nas Artes, migraram para as respostas “tenho muito interesse” quando perguntado sobre interesse em revistas com foco em mulheres no Design e na Arte.

O aumento do interesse feminino pode se justificar pela aceitação e apoio da proposta feminista da revista, que ressalta e valoriza trabalhos feitos por mulheres na área do Design e das Artes; e pelo fato de se sentirem inspiradas e encorajadas pelo conteúdo proposto pela revista, que permite a identificação e inserção do valor da mulher como referência profissional. Com a diminuição do interesse dos respondentes do gênero masculino, há um indicativo de que, em áreas de estudo em que a desconstrução de ideais patriarcais é considerada elevada, como é o caso do design e da arte, ainda existe preconceito em relação gênero e valores profissionais. A revista não perde a sua identidade de uma revista focada em design e arte pelo fato de seu conteúdo trazer projetos elaborados e executados apenas por mulheres. O interesse entre as duas revistas permaneceria o mesmo se não existisse este tipo de preconceito, influenciado pelo sistema patriarcal, que infelizmente permanece ativo em nossa sociedade.

Figura 18 - Questão 17 do questionário

Qual seria o **fator decisivo** na hora de comprar essa revista focada em mulheres no Design e no campo das Artes?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

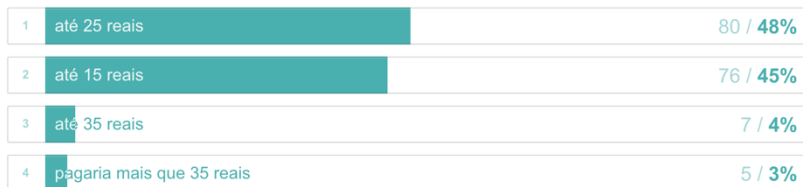
De acordo com os respondentes, o fator mais relevante para a decisão na hora de comprar uma revista focada em mulheres no campo

do design e das artes é o seu conteúdo (64%). Portanto, podemos observar que não só a estética é fundamental ao se relacionar com fatores comerciais, como vimos anteriormente na pergunta sobre atributos importantes de uma revista focada em design e artes.

Figura 19 - Questão 18 do questionário

Com um material diferenciado e de qualidade, qual faixa de preço você consideraria pagar nessa revista?

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



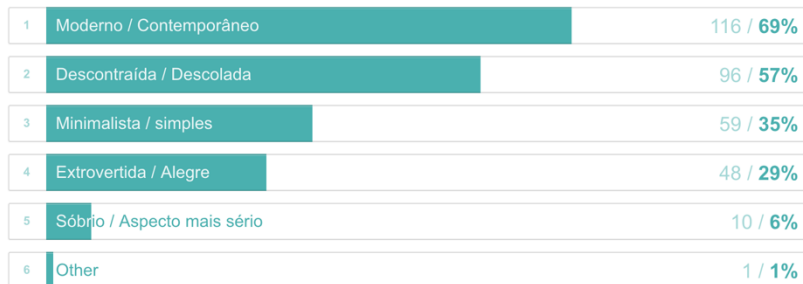
Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

No quesito preço, uma parte considerável dos respondentes (48%) afirmou que pagaria até R\$ 25,00 em uma revista de design impressa de qualidade. Isto demonstra que o público-alvo está disposto a pagar um pouco mais do que o preço médio de uma revista impressa semanal ou mensal. Porém, como grande parte do público ainda é universitário ou recentemente está inserido no mercado de trabalho, a opção de até R\$15,00 reais obteve um percentual elevado (45%).

Figura 20 - Questão 19 do questionário

Com quais estilos você acha que uma revista focada em mulheres no Design e nas Artes se identifica mais? - escolha 2.

168 de 168 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: *Typeform*. Desenvolvido pela autora.

Sobre o quesito personalidade da revista, os respondentes indicaram quais estilos se identificam mais com uma revista focada em mulheres no design e na arte. As respostas coincidiram com o conceito já imaginado pela autora. 69% dos respondentes indicaram a opção moderno/contemporâneo, seguido do estilo descontraída/descolada com 57%.

Sobre as considerações finais deste questionário, as respostas estavam dentro das expectativas da autora. Já era esperado a presença forte feminina nos interesses de consumo da revista e a queda do interesse masculino ao se tratar de um conteúdo feito por mulheres; a faixa etária predominantemente jovem, o interesse das pessoas que tem alguma relação com a área abordada pela revista, a faixa de preço e o tamanho preferido. Felizmente, os estilos e conteúdos escolhidos pelos respondentes estavam dentro da proposta que a autora pretendia realizar.

Uma diferença surpreendente foi que para uma revista com foco em mulheres no design e na arte, o conteúdo foi escolhido como ponto mais relevante no fator decisivo de compra, diferente de uma revista com foco em design e arte, que obteve a estética como atributo mais importante. Desta colocação, presume-se que um conteúdo feito por mulheres ainda precisa se provar relevante perante aos leitores, diferente de uma revista com conteúdos produzidos por ambos os gêneros, que o fator estético pode ser escolhido como o mais importante, resultando na ação de compra independentemente do conteúdo.

3.4 ANÁLISE DE SIMILARES E MERCADO

Junto com a evolução da indústria editorial e a permanência das revistas impressas depois da inserção do mundo digital, o design também se difundiu nos mais diferentes meios de comunicação. Com as diversas formas e técnicas de impressão, o design pode se apropriar destes e fazer com que a experiência impressa se tornasse ainda mais forte, tanto pela qualidade da matéria prima quanto nas invenções e criações dentro de cada página, trazendo assim, um valor agregado ao conteúdo e ao produto final oferecido.

No ano 2000 previram que a internet acabaria com as revistas. Não acabou. E permitiu um contato direto e imediato com o leitor como nunca foi possível antes e tornou-se um meio para a venda de assinaturas; ajudou a enriquecer o conteúdo

editorial com a colaboração instantânea de profissionais em qualquer parte do mundo; com a interatividade com os leitores, pesquisa de informações, compra de fotos, clip-arts e fontes tipográficas. (ALI, 2009, p.22)

Como já citado anteriormente, as revistas com temas específicos, como é o caso do design, se encaixam no tipo de revista segmentada por interesse. Neste capítulo, foram avaliadas as principais revistas similares, brasileiras e internacionais, da atualidade que se segmentaram o mercado a favor da área de design e de seus públicos específicos.

Figura 21 – Revistas: *Computer Arts*, *ABC design* e *Zupi*



Fonte: Google Images.

Das revistas de design mais conhecidas no Brasil e que mais se identificam com a proposta deste projeto, estão entre elas a revista *Zupi*, *ABC design* e *Computer Arts*.

Em 2001 nasceu a *Zupi*, revista com foco em promover, inspirar e registrar os melhores artistas e criativos do Brasil e do mundo. Com dezesseis anos de experiência, 53 edições, 6 especiais e mais de 12 mil matérias, a *Zupi* estimula estudantes e profissionais com ideias novas, contribuindo para o fomento da arte e do mercado. Os leitores são jovens criativos das classes A e B, estudantes e profissionais das áreas de design gráfico, ilustração, moda, arquitetura, animação, fotografia, publicidade, marketing, cinema, cenografia e artes visuais em geral. São

mais de 9 mil assinantes atualmente. Colecionadores de arte e interessados pelo tema também fazem parte de seu público. Por serem geradores de conteúdo, disseminam tendências, propagam atributos de marcas e formam opinião. Desde setembro de 2008, a *Zupi* passou a publicar, além das tradicionais edições de periodicidade bimestral (fevereiro, abril, junho, agosto, outubro e dezembro), a edição especial *Zupi Pixel Show*, onde mostra os palestrantes, artistas convidados e os participantes das exposições. Tiragem: 15.000 / Público leitor estimado: 75.000 (2013). Seus conteúdos giram em torno de arte, design gráfico, arquitetura, criatividade, cultura pop, ilustração, economia criativa, fotografia, música, *street art*, tatuagem, entre outros assuntos. Cada editoria é equivalente a um artista e seu trabalho publicado, com pouco espaço para anúncios, e uma editoria extra para traduções de texto. O diagrama é colunar, sendo utilizado sempre duas colunas por página e a tipografia de ambos permanece a mesma de página para página, permitindo um aspecto minimalista. A capa possui acabamento fosco aveludado, numa gramatura mais grossa. As folhas internas também são resistentes, porém brilhosas.

Um dos pontos interessantes da revista *Zupi* é a capa: a união do nome da revista com a ilustração em destaque traz um aspecto sempre novo, diferente e particular para cada capa das edições. Possui também um formato médio, ideal para ser transportada e colecionada (dimensões; 24,5 x 17 x 0,5). Outro ponto importante a ser levantado, é o destaque sempre presente para as imagens. Ao desenrolar da maioria das páginas, pode-se encontrar imagens que ocupam a folha inteira, recebendo cada obra sempre um grande destaque. Porém, ao utilizar na maior parte das páginas imagens que as ocupem por inteiro, cada matéria/artista acaba ocupando muitas páginas, perdendo a oportunidade de possuir mais conteúdo e mais artistas publicados.

Figura 22 – Capas da revista *Zupi*



Fonte: *Zupi* website

Figura 23 – *Spread 1* da revista *Zupi*



Fonte: *Zupi shop website*

Figura 24 – *Spread 2* da revista *Zupi*



Fonte: *Zupi website*

Reconhecida e distribuída em todo Brasil, a *abcDesign* foi eleita uma das 100 melhores revistas de design no mundo pelo crítico de design Steve Heller e está atuando há 15 anos no mercado com um produto que promove discussões que tem como eixo o design enquanto agente transformador de pessoas, lugares e negócios. Transmite as múltiplas visões e aplicações do design, tanto no campo profissional quanto pessoal. Ela contém ótimas ideias e procura ter os fatos mais recentes sobre o universo do design transmitidos por meio de matérias, artigos e cases dos profissionais mais requisitados do Brasil e do mundo.

A *abcDesign* está presente na versão trimestral impressa e bilíngue, em diversos eventos nacionais e internacionais, *online*, com um portal de conteúdo exclusivo e nas redes sociais com milhares de seguidores. Possui um público leitor criativo, indivíduos interessados em design, cinema, tecnologia, empreendedorismo, e usuários de novas tecnologias, assíduos em redes sociais; são pessoas geradoras de opinião e potenciais disseminadores de novas tendências. A revista trata de assuntos relacionados a design (produto, gráfico e moda), sociedade e cultura (arquitetura, arte, cinema) e inovação e negócios (interação, tendência, processos) e possui espaço para colunistas. Cada edição possui uma organização única, tendo cada página um caráter próprio, trazendo um aspecto diferente, colecionável, original, para o produto final.

Figura 27 – Capas de uma das edições especiais da *abc Design*



Fonte: abc Design website

Figura 28 – Materiais de uma das edições especiais *abc Design*



Fonte: abc Design website

Figura 29 – Capas da revista *abc Design*



Fonte: abc Design website

Dentre as seções constantemente presentes na revista, estão o *sumário*, *apresentação*, *curtimos* (notícias rápidas), *últimas* (notícias, eventos, lançamentos, entre outros), *colunas* (assuntos diversos sobre design e criatividade).

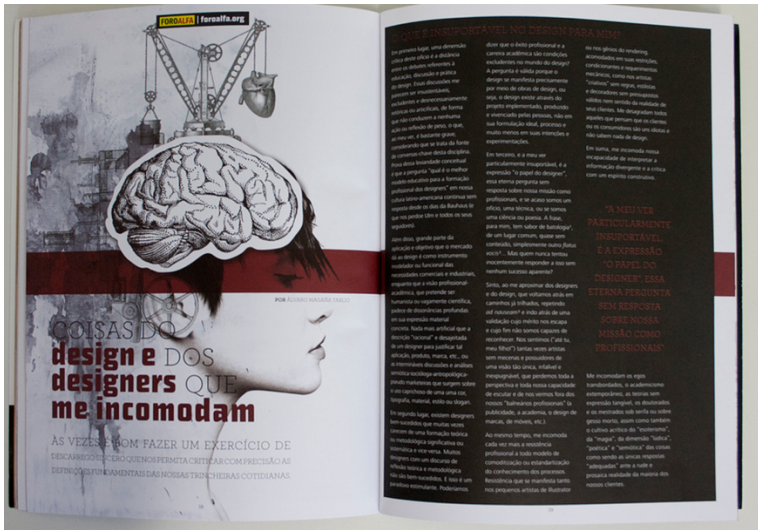
Um ponto relevante neste similar é o fato de trazer acabamentos especiais como vernizes, facas, texturizações, mescla de papeis no miolo. Possuem edições especiais, com aplicação e impressão de cor especial. O grid se comporta em duas a três colunas de maneira personalizada, como em diferentes tamanhos, auxiliado com o uso de cores, imagens, disposição excêntrica de elementos gráficos, efeitos e variadas tipografias para os títulos. Este similar possui uma estética mais convencional, organizada, trazendo um aspecto parecido com as revistas de consumo populares, principalmente pela sua clareza e simplicidade, o que é um ponto positivo para a legibilidade. Outro ponto interessante é que para cada matéria são trabalhados elementos, diagramas, cores e tipografias diferentes, mas sempre mantendo organização entre imagens e conteúdo.

Figura 30 – *Spread 1* da revista *abc Design*



Fonte: Projetos A1

Figura 31 – Spread 2 da revista abc Design



Fonte: Projetos A1

Figura 32 – Spread 3 da revista abc Design



Fonte: Projetos A1

Com a periodicidade mensal, a **Computer Arts** é uma revista voltada para arte digital e design gráfico, e é referência no mercado editorial voltado para design no Brasil. Licenciada da revista *Future Publishing* da Inglaterra, a **Computer Arts** traz reportagens, entrevistas e perfis com designers e agências, além de tutoriais voltados à inspiração e ao desenvolvimento técnico. Com forte penetração no público amante das artes digitais, é uma excelente opção de mídia para anunciantes que querem associar a sua marca à conceitos como inovação, criatividade e modernidade. Cada edição entrega cases de sucesso na indústria mundial de design, desde análises, tendências e negócios dos melhores novos trabalhos e acesso aos bastidores dos melhores estúdios e projetos.

Figura 33 – *Spread 1* da revista *Computer Arts*



Fonte: Blog da Fuss

A estrutura da revista está separada em doze seções, entre *apresentação*, *ficha técnica*, *sumário*, *espaço do leitor* (trabalhos realizados pelos leitores da revista); *criatividade* (últimas tendências no design); *portfólio* (trabalhos de criativos ao redor do mundo); *capa, especial* (não possui um caráter fixo - matérias com focos variados); *projetos* (participação de algum profissional de alguma área de design, comentando e detalhando o processo de construção e efetivação de algum projeto); *workshop* (dicas, passo-a-passos e tutoriais), *em*

destaque (última página de conteúdo da revista para entrevista com profissional convidado).

Figura 34 – Spread 2 da revista *Computer Arts*



Fonte: Pandapix

Figura 35 – Spread 3 da revista *Computer Arts*



Fonte: padronagens.wordpress

O ponto positivo deste similar, por mais que tenha um caráter informal, possui matérias geralmente bem coloridas e ilustradas. Suas capas são chamativas e nas matérias as imagens ocupam bastante espaço, diferente do conteúdo textual, o que permite a valorização das peças publicadas. A escolha das tipografias para os títulos e o diagrama é variado, reforçando também o perfil mais descontraído.

Figura 36 – Capas da revista *Computer Arts*



Fonte: Google Images

Figura 37 – Página da revista *Computer Arts*



Fonte: padronagens.wordpress

Figura 38 – Capas da revista *idN design*



Fonte: Google Images

Analisando o Mercado internacional, diretamente de Hong Kong, a revista *IDNdesign* (*internacional designer's network*) é distribuída para todo o mundo e traz uma visão global sobre design e enche suas páginas de grandes trabalhos recentemente realizados, sobretudo novidades surpreendentes. Direcionada a um público criativo, tem a missão de unificar e amplificar a comunidade do design, juntando designers do mundo todo. Tem um aspecto descontraído e descolado em suas diferentes formas, cheia de informações desde a capa até o seu interior. Dentro de alguns conteúdos, possuem links e códigos de acesso para funções online, como por exemplo tutoriais, conteúdos digitais e informações extras. Possui diversos acabamentos, variando de edição para edição, como cobertura fosca com aplicação de verniz em vários detalhes da capa, laminação *mate*, cor especial, entre outros.

Sem dúvidas, o ponto mais interessante deste similar é a estruturação gráfica, incluindo o diagrama. Cada edição da revista, além de tratar de um assunto específico, como tipografia e *lettering* em pôsteres, ilustrações feitas com padrões, ornamentos orgânicos, questões gráficas ambientais, *sexual graphics*, design de personagens, design de interação, entre outros; possuem um layout, uma diagramação, tipografias, proporções de imagens, completamente diferentes de edição para edição, sempre se preocupando com que os elementos, título, texto, imagens, componham os trabalhos apresentados na revista, formando uma unidade e um aspecto particular para cada página, trazendo uma forte personalidade dinâmica e despertando o interesse do leitor em saber qual será a proposta da próxima edição a ser distribuída.

Figura 39 – Spread 1: Edição cores e representações gráficas



Fonte: idN design website

Figura 40 – Spread 2: Edição cores e representações gráficas



Fonte: idN design website

Figura 41 – Spread 3: Edição cores e representações gráficas



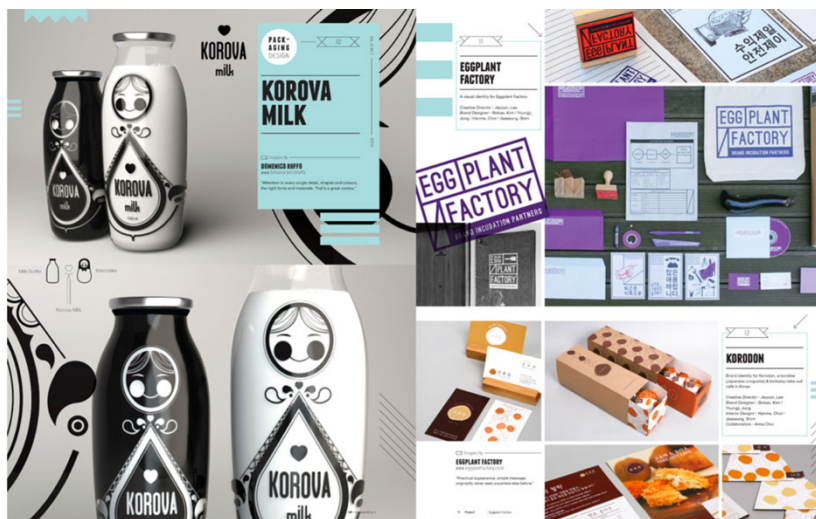
Fonte: idN design website

Figura 42 – Spread 4: Edição cores e representações gráficas



Fonte: idN design website

Figura 43 – *Spread 5*: Edição cores e representações gráficas



Fonte: idN design website

Nessa edição sobre cores e representações gráficas nota-se uma forte expressão representada por uma “bagunça dos elementos”, entre figura fundo, posicionamento de título, entre outros fatores que fazem com que o leitor preste atenção em cada detalhe dos elementos que compõe a página; e pela mistura das cores, na maioria vibrantes, que constituem o tema principal desta edição e são claramente destacadas ao longo das páginas. Observa-se também a mudança da tipografia dos títulos e sua localização no layout da página, fazendo com que a cada matéria tenha a sua característica particular, sempre de uma maneira dinâmica. Como citado anteriormente, o diagrama também varia de página para página, com colunas irregulares que se adequam a quantidade de conteúdo de cada matéria.

Figura 44 – Spread 6: Edição tipografia e lettering em pôsteres



Fonte: idN design website

Figura 45 – Spread 7: Edição tipografia e lettering em pôsteres



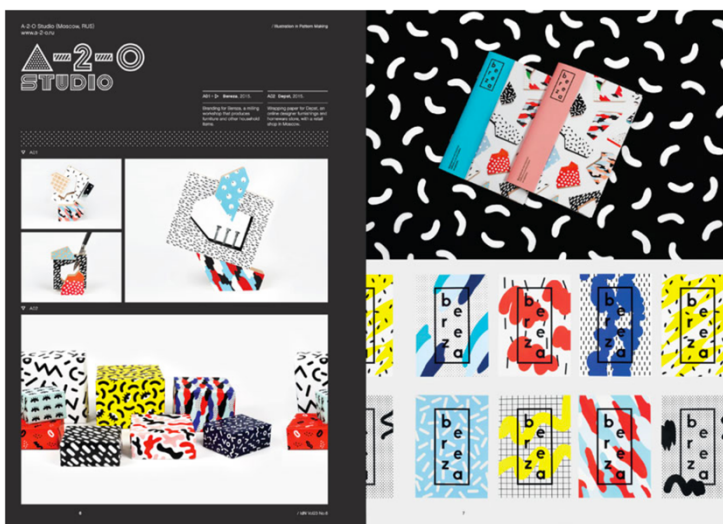
Fonte: idN design website

Figura 46 – Spread 8: Edição tipografia e *lettering* em pôsteres



Fonte: idN design website

Figura 47 – Spread 9: Edição ilustrações feitas com padrões



Fonte: idN design website

Figura 48 – *Spread 10*: Edição ilustrações feitas com padrões



Fonte: idN design website

Outro dos pontos mais interessantes deste similar, são os acabamentos: é impressa em quadricromia, muitas vezes com 3 ou mais tipos de papel e utiliza cores especiais chamativas em algumas edições. Tem uma grande variação de páginas para cada edição (84,100,160, entre outros valores encontrados).

Para este projeto, existiu um grande desafio de encontrar referências de revistas com o mesmo objetivo e propósito para análise de mercado e similares. Dentro de muitas pesquisas e dificuldades, foi encontrada a revista independente *Farpa*. A ideia da *Farpa* surgiu dentro do *Zine XXX*, grupo do Facebook de discussão de quadrinhos criado a partir da produção de um zine feito exclusivamente por mulheres. Nasceu, também, da necessidade de dar voz a mulheres que produzem diversos tipos de conteúdo e que permanecem encontrando dificuldades para publicar em meios de veiculação predominantemente masculinos. A proposta desta revista foi fazer uma publicação com conteúdo feito por mulheres cis e trans, além de ser também editada por mulheres. As criadoras acompanharam sempre muitas discussões a cerca do papel da mulher na produção dos quadrinhos, na produção cultural, e assistiram uma gama de debates, além de blogs, sites e publicações, que volta e meia perguntam por onde anda a produção feminina. Alia-se a

isso a quantidade de publicações que saem no país inteiramente compostas por homens autores, e concursos e prêmios, revistas e outros meios de veiculação que colocam o espaço da mulher na produção como algo reservado a temas femininos, que incluem temas ultrapassados e clichês como femininos em seus títulos - batom, beleza, tpm, entre outros. Como todas as mulheres artistas e designers, as criadoras não foram por uma linha de pensamento diferente. Não queriam um espaço sem representatividade, que preencha apenas uma cota num prêmio, muitas vezes inteiramente vencido por homens. E com isso, surgiu a ideia de criarem então a própria publicação, e nela incluir poetisas, articulistas, jornalistas, quadrinistas, ilustradoras, fotógrafas, ampliando o espectro das publicações produzidas por mulheres e com conteúdo feito por mulheres.

Figura 49 – Revista Farpa



Fonte: *Tumblr* Revista Farpa

De acordo com uma das criadoras “A Revista Farpa surgiu da urgência de criar uma publicação diversa com conteúdo produzido por mulheres - não a partir de um espaço cedido em feiras e concursos especiais, mas num espaço em que as próprias mulheres criariam e conduziriam. A Farpa quer ser alguém presente, uma farpa na unha das publicações, dos prêmios e de todos os modos de divulgação que, predominantemente, acabam tendo maioria masculina nas produções.

Não seremos mais uma sala reservada aos quadrinhos e à produção feminina. Queremos mais ainda que um prédio inteiro”.

A Revista Farpa é editada pelo Coletivo Farpa, composto por seis mulheres: Anelise do Pinho Cossio, Lila Cruz, Lorena Balbino, Luiza de Souza, Raquel Vitorelo, e Renata Nolasco. Foram quase 600 trabalhos recebidos e destes 99 foram selecionados para compor a primeira edição da Revista Farpa. A ideia é publicar a revista e lançá-la por todo o país, servindo como um canal de divulgação do trabalho dessas profissionais. Cada Revista Farpa acompanha gratuitamente um *print* A4 de um dos trabalhos visuais presentes da revista. São ilustrações, quadrinhos e fotografias exclusivas para o leitor colecionar, além da própria revista. As editorias da primeira edição da revista Farpa se estabelecem como Artigo, Fotografia, Entrevistas, Conto, Ensaio, Crônica, Ilustração, Quadrinho, Poesia. Atualmente a revista se encontra hospedada na plataforma de financiamento coletivo *Catarse*.

Não se encaixando em similar de projeto editorial, mas como referência pelo mesmo objetivo, o diretório online aberto *woman who draw* (mulheres que desenham) foi criado em 2017 por duas mulheres artistas para aumentar a visibilidade de ilustradoras, cartunistas e artistas, enfatizando mulheres “de cor”, LGBT, entre outros grupos de minorias. O ponta pé inicial da ideia surgiu quando uma das criadoras analisou uma revista específica e percebeu que das 55 capas criadas em 2015, 51 delas foram ilustradas por homens. Ao invés de discutirem com a imprensa, elas decidiram “resolver o problema” ao ampliar a visibilidade de todas as talentosas mulheres ilustradoras.

Figura 50 – Site *Women Who Draw*



Fonte: Site *Women Who Draw*

Figura 51 – Site *Women Who Draw*



Fonte: Site *Women Who Draw*

Desde o seu lançamento, *woman who draw* se tornou uma fonte de pesquisa para descobrir novas talentosas ilustradoras vindas de todas as partes do mundo, ultrapassando o número de 2700 artistas com aumentos diários. Promove contato com a imprensa, recebe colaborações mensais de membros e faz contato com artistas e quem possui interesse em contrata-las. As redes sociais e eventos permitiram que os membros entrassem em contato entre si. Diversas artistas foram descobertas por inúmeras publicações, como *New York Times*, *Ted*, *The Globe*, *Bust magazine* e *Bitch magazine*. Mais do que um site, a *woman who draw* se tornou uma comunidade de apoio político e profissional.

3.5 ESTRATÉGIAS DE DESIGN

Com o conceito editorial definido, há a necessidade de estabelecer quais técnicas e elementos do campo do design que irão transmitir, alcançar e expressar a personalidade da revista proposta e seus objetivos, juntamente com uma qualidade técnica e visual ideal para a publicação.

Figura 52 – Quadro de estratégias

Conceito Editorial	Estratégias de Comunicação
Descontraída	<ul style="list-style-type: none"> - Trabalhar com cores vivas na capa e internamente; - Trabalhar com imagens energéticas/positivas/alegres na capa;
Contemporânea	<ul style="list-style-type: none"> - Tipografia serifada leve; - Desenvolver uma linguagem predominantemente informal; - Matérias com projetos recentes (até um ano atrás); - Proposta de <i>layouts</i> diferentes a cada edição; - Proposta de formato diferente do padrão A4; - Possível aplicação de acabamentos especiais (cores, verniz, relevo, entre outros);
Criativa	<ul style="list-style-type: none"> - Possível uso de papéis diferenciados; - Diagramas próprios e independentes para cada matéria; - Lombada quadrada colecionável; - Estética dos títulos no estilo do projeto publicado; - Adaptação do nome da revista ao estilo do trabalho selecionado para a capa;
Enérgica	<ul style="list-style-type: none"> - Trabalhar com imagens e composições que ocupam um <i>spread</i> ou páginas inteiras; - Brindes: <i>prints</i> e adesvios de trabalhos publicados da edição correspondente;
Empoderada	<ul style="list-style-type: none"> - Conteúdo da revista sempre divulgando trabalhos promissores (principalmente na editoria “Dando as caras”) - Empoderamento presente na linguagem promocional;

Fonte: Desenvolvido pela Autora

3.5.1 Tipografia

Segundo Caldwell e Zappaterra (2014), a utilização de fontes sem serifa possuem um visual mais descontraído e contemporâneo, e, devido ao pouco volume textual, foi predefinida a utilização de tipos sem serifa para o corpo de texto, pois não será um problema de legibilidade para a revista.

Para os títulos, cada um se adaptará a estética do trabalho que está sendo apresentado, com *letterings* ou diferentes fontes a cada matéria, fazendo com que o conteúdo e layout mantenham uma unidade particular e peculiar.

3.5.2 Diagrama, grade ou grid

Para este projeto as páginas possuirão diagramas próprios e independentes, não apenas colunares, podendo conter por exemplo, caixas de texto circulares que não seguirão o padrão colunar. Para as páginas que permitirem o uso colunar, serão utilizadas de duas a quatro colunas, dependendo do tamanho final definido para a revista e o tamanho da fonte do conteúdo.

3.5.3 Cores

De acordo com a análise dos similares, as cores da revista dependem dos trabalhos trazidos pelas edições, podendo ser variadas, de uma forma contemporânea e harmoniosa. Normalmente não possuem cores institucionais padronizadas e altamente visíveis ao longo das revistas.

Para este projeto, as cores serão dominadas pelos trabalhos das artistas, podendo trazer ao longo da edição páginas institucionais que reforçam as cores definidas para identidade de marca da revista STRIKE!.

3.5.4 Imagens

Tendo como resultado da pesquisa com o usuário, o fator estético é um dos quesitos mais importantes para se despertar o interesse em uma revista. O projeto terá como uma das prioridades o uso de imagens tanto na capa como entre as páginas. As imagens serão, na sua maioria, grandes que ocupam a página inteira, ou aproximadamente três ou quatro imagens ocupando a mesma folha, podendo ser sobrepostas ou separadas.

3.5.5 Composição e layout

Para a composição visual, cada página terá um layout próprio e independente, sempre relacionado a estética do trabalho publicado pelas autoras, tanto quanto tipografia do título, tamanho dos elementos, composição, entre outros componentes da página, devido a cada espaçamento, organização visual, estilo, tamanho e formato do trabalho publicado.

As diferentes cores, formatos, tamanhos dos elementos, reforçam a personalidade de revista e representam o conceito editorial proposto, pois transmitem descontração e modernidade para o conteúdo que será contemplado.

3.5.6 Acabamentos especiais

Como agregador de valor, será aplicado acabamento fosco capa, que possuirá uma gramatura mais grossa do que as folhas internas. Se o valor do orçamento permitir, será aplicado na capa o verniz localizado na marca da revista ou alguma cor especial. As páginas serão impressas em papel *couche* fosco, com uma gramatura mais fina do que a capa, facilitando o manuseamento.

4 FASE CRIATIVA

Anteriormente, na fase analítica, foram desvendados os problemas a serem resolvidos deste projeto editorial, seus requisitos e necessidades. Estudou-se sobre os diferentes tipos de revistas, definiu-se o segmento o qual a revista *STRIKE!* estaria inserida, incluindo também a pesquisa de similares e/ou concorrentes atuantes no mercado. Foi predefinida a estrutura e a hierarquização dos elementos da revista *STRIKE!*, criou-se um conceito editorial e as estratégias de design, identificou-se as limitações, urgências e as condições para a resolução deste projeto editorial.

Daqui em diante, serão executadas as etapas definidas como criativa e executiva. Na etapa criativa se iniciará a parte prática do projeto, constituindo-se pela escolha dos elementos gráficos que irão compor a revista, como por exemplo a forma da página, tipografias, grid, diagramas, elementos gráfico-editoriais, espelho da publicação,

capa, logotipo. A etapa executiva se dará pela finalização da parte prática com a diagramação e a materialização da revista *STRIKE!*.

4.1 ESTRUTURAÇÃO GRÁFICA

O método utilizado como base para estabelecer esse processo foi a disposta por Castro e Perassi (2013). Neste sistema, a tipografia exerce um papel fundamental na elaboração do projeto gráfico editorial, pois ela servirá como suporte para a construção do diagrama da página, auxiliando na disposição e posicionamento de todos os outros elementos gráficos presentes na revista.

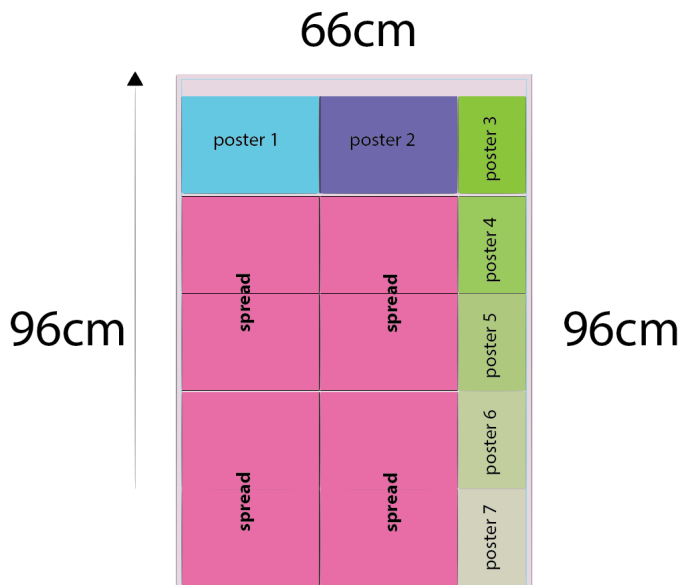
Este processo é dividido nas seguintes etapas:

- Predefinição da forma da página;
- Definição da tipografia;
- Estabelecimento da entrelinha;
- Determinação do módulo;
- Dimensionamento da forma da página e construção do grid;
- Representação do diagrama (largura de colunas e margens);
- Configuração e ativação da linha de base.

4.1.1 Predefinição da página

Com base na pesquisa realizada com o público alvo (figura 14), concluiu-se que o formato de página preferido é o tamanho médio. Durante as análises de similares, essa informação também pôde ser observada. Assim, foram escolhidas inicialmente as medidas de 18,5cm de largura por 25,6 cm de altura, que está entre o tamanho A5 e A4. Para que dentro dos padrões do formato B (66x96cm), fosse apresentado um melhor aproveitamento de papel, utilizou-se a sobra da página para a produção de mini pôsteres que serão distribuídos na forma de brindes colecionáveis, como citado anteriormente nas estratégias de design.

Figura 53 – Representação do tamanho da página sobre papel BB



Fonte: Desenvolvido pela Autora

4.1.2 Definição da tipografia

Nesta fase, para auxiliar na escolha da fonte principal a ser utilizada no projeto, foi elaborada uma tabela com requisitos a serem pontuados para cada tipografia através de uma tabela que vai de 1 a 5, com 1 sendo o valor mínimo de adequação ao critério analisado e 5 o valor máximo. Os requisitos a serem analisados são estes a seguir:

- **Sem serifa:** como mencionado em etapas anteriores, as fontes sem serifa atendem melhor o perfil da publicação por possuírem um caráter mais contemporâneo.

- **Altura-x:** altura de “x” em caixa baixa relacionada com a altura das letras em caixa alta. A altura-x e a caixa alta não devem possuir grande diferença quanto às suas alturas para que não haja grande comprometimento da legibilidade.

• **Ascendentes e descendentes:** Ali (2009) comenta que ascendentes e descendentes curtas ajudam a criar uma entrelinha delimitada, o que auxilia a simplificar a leitura. Deve-se tomar cuidado para que não sejam muito longas ou curtas demais.

• **Família tipográfica:** ao escolher uma fonte, é interessante que seja notada a variedade de estilos e pesos das famílias tipográficas. Isso possibilita uma maior flexibilidade ao configurar diferentes elementos gráfico-textuais e também maiores possibilidades de combinação de estilos de fonte.

• **Contraforma do espaço interno:** de acordo com Lessa (2012), se a abertura é grande, denomina-se que a fonte é luminosa. Se é pequena, pouco luminosa. De forma geral, tipos muito luminosos ou muito escuros tendem a afetar negativamente a leitura e a legibilidade.

Figura 54 – Tabela e alfabetos para a definição da tipografia.

Fontes analisadas	Sem serifa	Altura-x	Ascendentes e descendentes	Família Tipográfica	Contraforma do espaço interno
Exo 2	5	5	5	5	5
Palanquin	5	5	5	3	5
Quattrocento Sans	5	5	4	3	5
Lunchtype22	5	5	5	5	5
HK Grotesk	5	5	5	5	5

EXO 2

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 1234567890 !@#\$%^*()

PALANQUIN

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 1234567890 !@#\$%^*()

QUATTROCENTO SANS

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 1234567890 !@#\$%^*()

LUNCHTYPE22

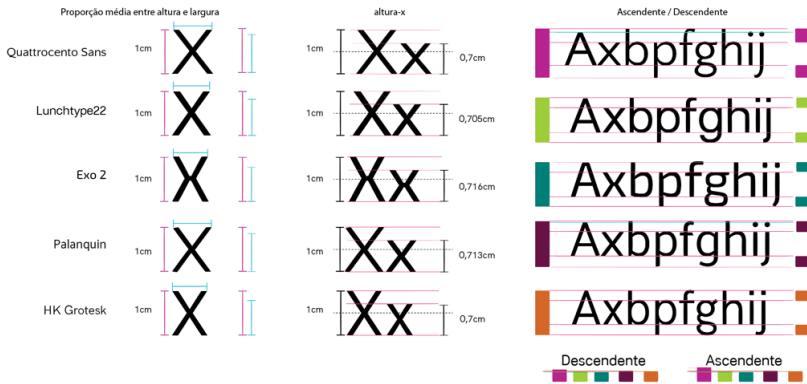
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 1234567890 !@#\$%^*()

HK GROTESK

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
 1234567890 !@#\$%^*()

Fonte: Desenvolvido pela Autora.

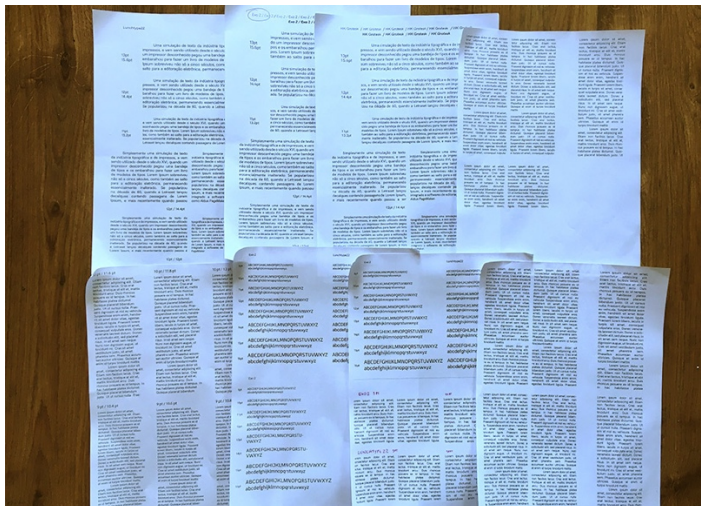
Figura 55 – Testes tipográficos realizados com as fontes



Fonte: Desenvolvido pela Autora

As quatro fontes com maior somatória foram analisadas mais a fundo com a execução de outros testes para a definição da fonte a ser utilizada de fato no projeto (figura 63).

Figura 56 – Teste tipográfico e teste de tamanhos das fontes.

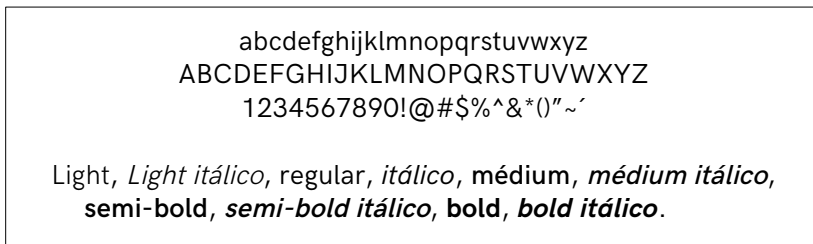


Fonte: Desenvolvido pela Autora

Com os demais testes foi possível notar claramente que diferentes tipografias ocupam espaços desiguais mesmo possuindo o mesmo tamanho de fonte. Isso acontece por causa dos critérios analisados anteriormente (figura 54) que influenciam diretamente no comprimento de linha. Dessa forma, foram realizados alguns ajustes no tamanho das fontes afim de buscar uma extensão de linha compatível entre as tipografias. Foi analisado também o comportamento das fontes e sua legibilidade ao aplica-las em diversas variações de colunas: curtas, extensas, largas e estreitas.

Ao comparar os testes realizados e os conceitos definidos para a revista *Strike!*, a tipografia escolhida foi a HK Grotesk (figura 57). É uma fonte com boa legibilidade, com uma contraforma do espaço interno suave ao comparar-se com as outras selecionadas, trazendo mais conforto para a leitura.

Figura 57 – Alfabeto HK Grotesk



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

A fonte HK Grotesk possui uma família tipográfica bastante versátil, com boas proporções de ascendentes e descendentes em sua estrutura. Seus detalhes arredondados trazem uma sensação de leveza e descontração, ao mesmo tempo que sua firme estrutura assegura estabilidade. Devido ao tempo curto para a execução do projeto e pela necessidade de uma pesquisa mais aprofundada, a fonte escolhida não foi desenvolvida por uma tipógrafa, como estava determinado nas delimitações do projeto.

4.1.3 Estabelecimento da entrelinha

De acordo com Furtado (2009), define-se como entrelinha mínima para uma boa leitura aquela que for equivalente ao tamanho da fonte do corpo de texto. Uma boa entrelinha terá um aumento de 20%

sobre o tamanho do corpo da fonte, quando as caixas de texto forem pequenas. Assim, uma fonte com tamanho 10pts terá uma entrelinha de 12pts.

Figura 58 – Tipografia x idade

Idade (anos)	Tipo (pontos)
Menor que 7	24
7 – 8	18
8 – 9	16
9 – 10	14
10 – 12	12
Maior que 12	11
19 – 26	9
Adultos	10
Terceira idade	12

Fonte: Desenvolvido por Prof. Luciano Castro

Com essas informações, foram realizados testes de entrelinha (figura 59) com três tamanhos possíveis da fonte selecionada com diferentes entrelinhas e tamanhos de fonte para comparativo. Algumas pessoas foram consultadas para compará-las e indicarem qual dos testes era mais confortável para leitura. Dessa forma, o tamanho de texto foi determinado em 9,5pt com uma entrelinha de 11,3pt, levando também em consideração o público-alvo composto por jovens adultos. O aumento ficou em torno de 20% sobre o tamanho do corpo da fonte, que é o recomendado.

Figura 59 – Testes impressos de entrelinha e teste de tamanho da fonte HK Grotesk.



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

4.1.4 Determinação do módulo

Após estabelecer a entrelinha, determina-se o módulo que servirá de base para construir o diagrama da página entre outros elementos gráficos do layout.

O tamanho preliminar do módulo é igual a entrelinha, ou seja, 11,3pt. Considerando que 1pt tem 0,35275mm, o módulo da revista *Strike!* possui 3,986075mm. Esse é o valor inicial utilizado para calcular com precisão os ajustes no tamanho da página que foi predefinido em 185x256mm.

Para saber o formato final da página, se faz a divisão do valor do módulo inicial pela medida da página, para saber quantos módulos cabem em sua largura e altura. Após obter a quantidade de módulos possíveis de cada lado (horizontal e vertical), deve-se multiplicar este número pelo valor base do módulo, afim de descobrir o formato final da página (figura 60). Com o fim dessas operações, foi delimitado que as medidas finais da página são 183,359 mm de largura por 255,1088 mm de altura.

Figura 60 – Cálculos para definição do formato final da página

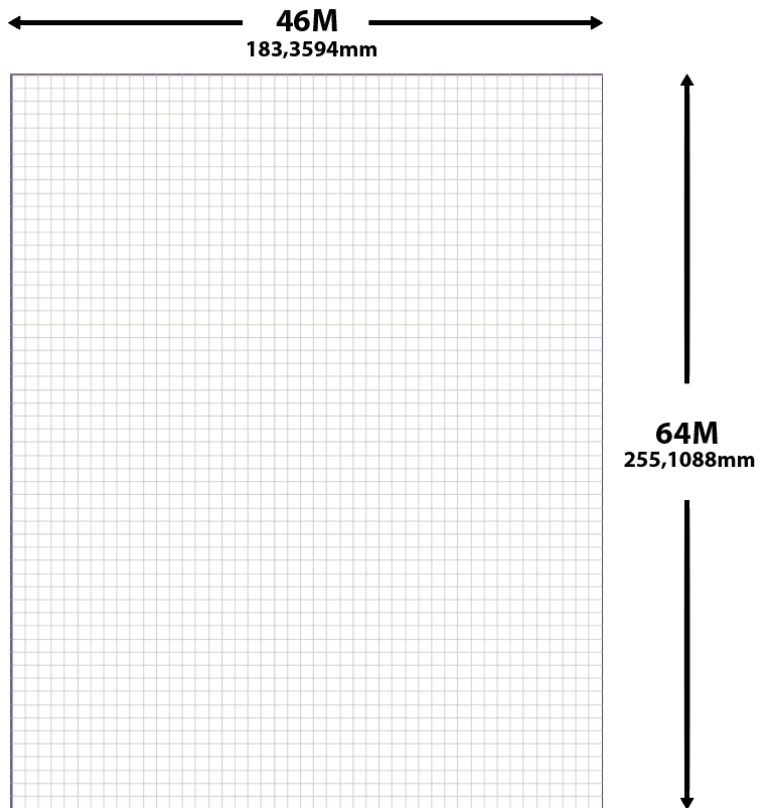
Medidas iniciais da página 185 x 256mm	
HORIZONTAL	VERTICAL
$185 / 3,986075 = 46,41 = \mathbf{46 \text{ módulos}}$	$256 / 3,986075 = 64,22 = \mathbf{64 \text{ módulos}}$
$46 \times 3,986075 = \mathbf{183,3594mm}$	$64 \times 3,986075 = \mathbf{255,1088mm}$
Medidas finais da página 183,3594 x 255,1088mm	

Fonte: Desenvolvido pela Autora.

4.1.5 Dimensionamento da forma da página e construção do grid

Com os valores adquiridos na etapa anterior, pôde-se estabelecer os módulos no tamanho final da página para prosseguir com a estruturação do diagrama.

Figura 61 – Disposição dos módulos pela página



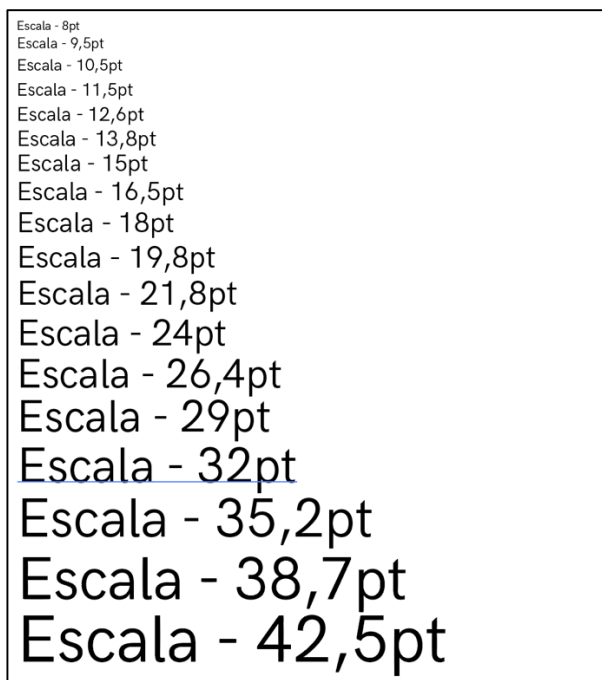
Fonte: Desenvolvido pela Autora.

4.1.6 Criação de uma escala modular

Uma escala modular consiste em uma sequência de números que possuem relação uns com os outros. O princípio é escolher um número que é multiplicado e dividido várias vezes pela razão escolhida.

O número de base escolhido foi 9,5, correspondendo ao tamanho do corpo de texto selecionado para a revista, e para a razão foi escolhida a escala 1:1,1 (figura 62).

Figura 62 – Representação da escala modular



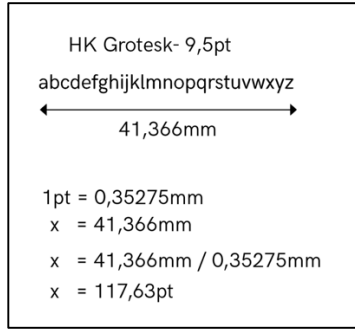
Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Essa escala serviu para a maioria dos elementos gráficos presentes na revista, não existindo uma obrigatoriedade em utilizá-la em todos os componentes. Como levantado na fase analítica, a revista tem uma personalidade descontraída, enérgica e contemporânea, portanto a forma de apresentar o seu conteúdo precisa ser flexível para que reforce esses conceitos.

4.1.7 Representação do diagrama

De acordo com os estudos de Bringhurst (2015) foram determinadas as larguras das colunas. Para que a leitura seja confortável, o número médio de caracteres contido na linha colunar precisa ser levado em consideração. Esse valor é obtido através da digitação do alfabeto em caixa baixa na fonte escolhida, sendo o comprimento deste convertido de milímetros para pontos (figura 63).

Figura 63 – Cálculo da largura do alfabeto



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Após o cálculo da largura do alfabeto, foi analisada a tabela de Bringhurst (2015) para que fossem descobertas as medidas mínimas e máximas, em paicas, para cada coluna dos diagramas que compõe a revista (figura 64).

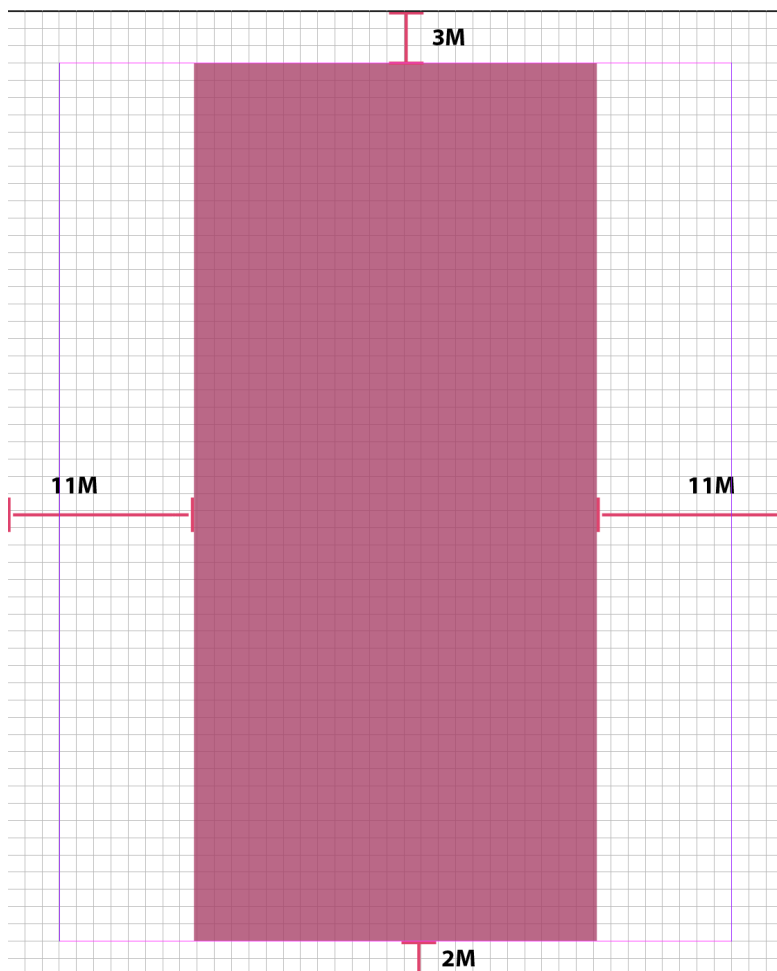
Figura 64 – Tabela de composição de caracteres e largura de colunas

LARGURA DA COLUNA (paicas)	MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA															
	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40
80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160
85	38	45	53	60	68	75	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151
90	36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	122	129	136	143
95	34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	117	123	130	137
100	33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	112	119	125	132
105	32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	108	114	120	127
110	30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	104	110	116	122
115	29	35	41	47	53	59	65	71	77	83	89	94	100	106	111	117
120	28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	95	101	106	112
125	27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	91	97	102	108
130	26	31	36	41	47	52	57	62	67	73	78	83	88	93	98	104
135	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
140	24	29	34	39	44	49	53	58	63	68	73	77	82	87	92	97
145	23	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80	84	89	94
150	23	28	32	37	41	46	51	55	60	64	69	74	78	83	87	92
155	22	27	31	36	40	45	49	54	58	63	67	72	76	81	85	90
160	22	26	30	35	39	43	48	52	56	61	65	69	74	78	82	87
165	21	25	30	34	38	42	46	51	55	59	63	68	72	76	80	84
170	21	25	29	33	37	41	45	49	53	57	62	66	70	74	78	82
175	20	24	28	32	36	40	44	48	52	56	60	64	68	72	76	80
180	20	23	27	31	35	39	43	47	51	55	59	62	66	70	74	78
185	19	23	27	30	34	38	42	46	49	53	57	61	65	68	72	76
190	19	22	26	30	33	37	41	44	48	52	56	59	63	67	70	74
195	18	22	25	29	32	36	40	43	47	50	54	58	61	65	68	72
200	18	21	25	28	32	35	39	42	46	49	53	56	60	63	67	70
210	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67
220	16	19	22	25	29	32	35	38	41	45	48	51	54	57	60	64
230	15	18	21	24	27	30	33	36	40	43	46	49	52	55	58	61
240	15	17	20	23	26	29	32	35	38	41	44	47	50	53	56	59
250	14	17	20	22	25	28	31	34	36	39	42	45	48	50	53	56
260	14	16	19	22	24	27	30	32	35	38	41	43	46	48	51	54
270	13	16	18	21	23	26	29	31	34	36	39	42	44	47	49	52
280	13	15	18	20	23	25	28	30	33	35	38	40	43	45	48	50
290	12	15	17	20	22	24	27	29	32	34	37	39	41	44	46	49
300	12	14	17	19	21	24	26	28	31	33	35	38	40	42	45	47
320	11	13	16	18	20	22	25	27	29	31	34	36	38	40	43	45
340	10	13	15	17	19	21	23	25	27	29	32	34	36	38	40	42
360	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40

Fonte: Bringhurst (2015)

De acordo com a tabela, o valor para as medidas das colunas varia entre 14 e 28 paicas, tendo o tamanho ideal de coluna com 22 paicas. Para o diagrama de apenas uma coluna foi utilizada, preferencialmente, a largura de 22 paicas que foi considerada uma medida ideal de acordo com Bringhurst (2015), (figura 65).

Figura 65 – Representação do diagrama de 1 coluna

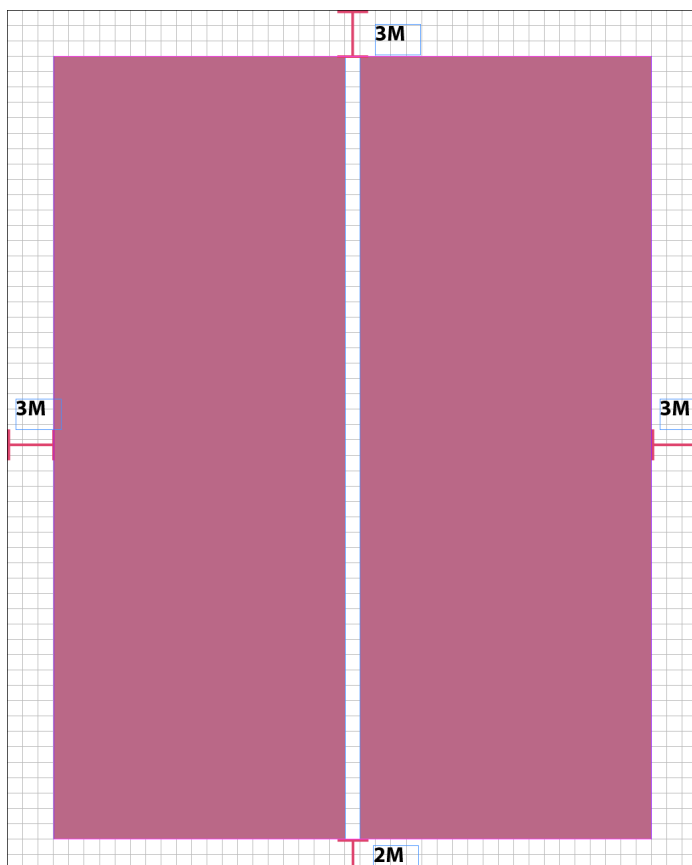


Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Esta coluna pôde ser deslocada ao longo da página e/ou sofrer variações na sua largura caso fossem necessários ajustes devido a algum elemento gráfico ou fundo fotográfico que atrapalhasse a legibilidade do texto.

O diagrama de 2 colunas ficou com a largura final em 19 paucas, o que confere uma média satisfatória de caracteres por linha. Seu uso é mais comum em matérias ou seções de maior relevância (figura 66).

Figura 66 – Representação do diagrama de 2 colunas



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Não foi possível encaixar o diagrama de 3 colunas e o diagrama modular dentro dos padrões satisfatórios ou ideais de caracteres por

linha no tamanho de página definido para a revista *Strike!*. Sempre quando considerado adequado o diagrama desconstruído foi utilizado, como por exemplo, para princípios estéticos ou questões restritas de espaço para texto disponível. Não existe um conjunto de regras para a desconstrução, pois é um processo predominantemente experimental, forçando dos elementos da página a formarem novas relações, porém sempre respeitando a largura máxima e mínima dos diagramas.

4.1.8 Configuração e ativação da linha de base

A linha de base é a entrelinha escolhida para a tipografia principal da publicação. Com o diagrama definido no espaço delimitado da página, a linha de base configura a base de sustentação para o texto, deixando-o devidamente alinhado ao grid.

Neste projeto, a entrelinha ficou definida em 11,3pt, portanto a linha de base corresponderá a este valor.

4.2 ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS

Os componentes gráficos-editoriais auxiliam na construção da proposta editorial dando identidade e personalidade à publicação, além de também coordenarem o direcionamento do olhar na busca pela informação.

Para essa etapa foi empregada a escala modular criada anteriormente nos elementos gráficos-editoriais da revista, criando uma hierarquia sobre a organização da informação. Como definido anteriormente, para os títulos foram utilizadas fontes displays as quais se adequavam mais esteticamente ao conteúdo e imagens de cada matéria, não precisando ser necessariamente a mesma do corpo de texto (figura 68). Para o olho da matéria foi escolhida uma fonte diferente, a *Kohinoor Devanagari*, para trazer mais destaque ao trecho de texto, aumentando a percepção do leitor para aquele conteúdo.

Figura 67 – Elementos gráficos-editoriais com a fonte HK Grotesk.

Legenda/Fólio/Créditos - 7.5pt

Cartola - 9pt

Corpo de texto - 9.5pt

Vinheta - 10pt

Entretítulo - 12pt

Linha de apoio - 15pt

Olho da matéria - 17pt

Título - 35pt

Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Para reforçar os conceitos de criativa, contemporânea, descontraída, nos os títulos das matérias foram utilizadas diferentes fontes displays, trazendo para cada edição da revista e para cada matéria uma personalidade única (figura 68). Nos entretítulos, a fonte foi aplicada em caixa alta para reforçar e destacar a presença do mesmo, conforme a figura 69.

Figura 68 – Títulos das matérias com fontes displays.



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Figura 69 – Entretítulos em caixa alta.

QUANTO AO PROCESSO DE PÓS-PRODUÇÃO? VOCÊ PODE NOS CONTAR ALGO SOBRE ISSO?	COMO A FOTOGRAFIA MUDOU SEU PONTO DE VISTA SOBRE PESSOAS E NATUREZA?
<p>> No meu trabalho, foco minha atenção em três aspectos fundamentais: profundidade, movimento e iluminação, que me permitem chegar ao estágio de edição nas melhores condições possíveis. Mas a edição, não deve ser entendida apenas em termos de edição de fotos com o Photoshop: as imagens da câmera às vezes</p>	<p>> Eu acredito que a fotografia é uma maneira maravilhosa de entrar em contato com o mundo que nos rodeia, tanto com pessoas como com a natureza, e com objetos em geral. Fotografar você está completamente no contexto, sentindo parte de tudo.</p>

Fonte: Desenvolvido pela Autora.

4.3 ESPELHO DA PUBLICAÇÃO

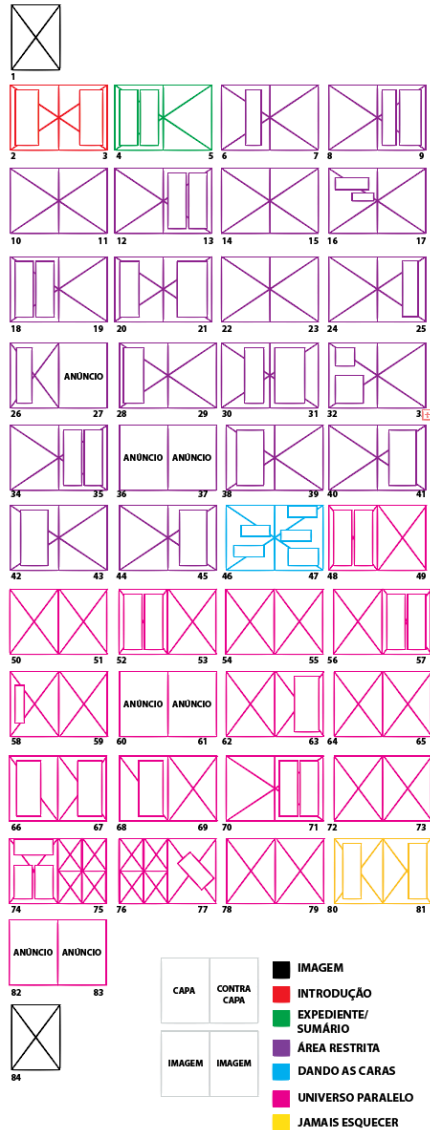
De acordo com Ali (2009), o espelho de uma revista é a ordenação do conteúdo que será contemplado. Basicamente, é um guia que auxilia o melhor posicionamento das matérias, seções, colunas e anúncios presentes ao decorrer das páginas (figura 70).

Para esse projeto o modelo escolhido foi o denominado como miolo sobe e desce. Segundo Ali (2009), a característica mais comum desse modelo é que as editoriais, anúncios e matérias são distribuídas de uma forma mais suave: uma matéria mais impactante, por exemplo, é seguida de uma matéria menos forte, e seus anúncios estão localizados entre as matérias, ao lado de cada editoria ou na abertura da matéria. A vantagem desse modelo é o encorajamento sob o leitor para seguir até o final da revista e distribuir os conteúdos das artistas de uma maneira justa.

A revista conta com cinco anúncios: um deles com página simples, outro ocupando uma página dupla, e os outros quatro combinados em página dupla.

A primeira seção a ser contemplada é a editoria “Área restrita”, extremamente visual, com uma quantidade mediana de texto e muitas páginas. Logo em seguida vem a seção “Dando as caras”, que possui poucas páginas, com texto apenas em forma de legendas e poucos recursos visuais.

Figura 70 – Espelho da publicação



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

A Terceira seção é a “Universo paralelo”, que semelhante a “Área restrita” possui um grande volume de páginas, muitos recursos visuais, e com a quantidade de texto mediana. Nesta seção está a matéria correspondente a arte da capa, sendo que o leitor já passou por um número razoável de matérias até chegar neste ponto e estará se encaminhando para o final da revista. A última seção é a “Jamais esquecer”, que possui poucas páginas, pouco texto e um número razoável de recursos visuais.

Por mais que o espelho da publicação esteja baseado apenas nos diagramas de uma, duas colunas e assimétrico, foi possível executar uma variedade de aplicações dos mesmos, utilizando as colunas nas suas diversas larguras e posições dentro das margens da página, fornecendo uma riqueza estética agradável e diferenciada a cada matéria.

4.4 ELEMENTOS GRÁFICO-EDITORIAIS NÃO TEXTUAIS

Para os elementos gráficos não textuais, foram utilizados boxes de diversas formas e cores de acordo com a estética da matéria correspondente. Acompanhando a vinheta, foi utilizado um box fixo e cada matéria possui a sua respectiva cor, para ajudar o leitor a se localizar ao longo da revista caso queira procurar por alguma matéria específica.

Figura 71 – Exemplo de elementos gráfico-editoriais não textuais



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Para algumas das citações, foi utilizado o elemento gráfico em forma de aspas para dar início a esses tipos de textos (figura 72). Alguns fios foram utilizados para fins estéticos e para encorpar o espaço nas composições, conforme a figura 73.

Figura 72 – Elemento gráfico - Aspas



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Figura 73 – Fios utilizados ao longo da publicação

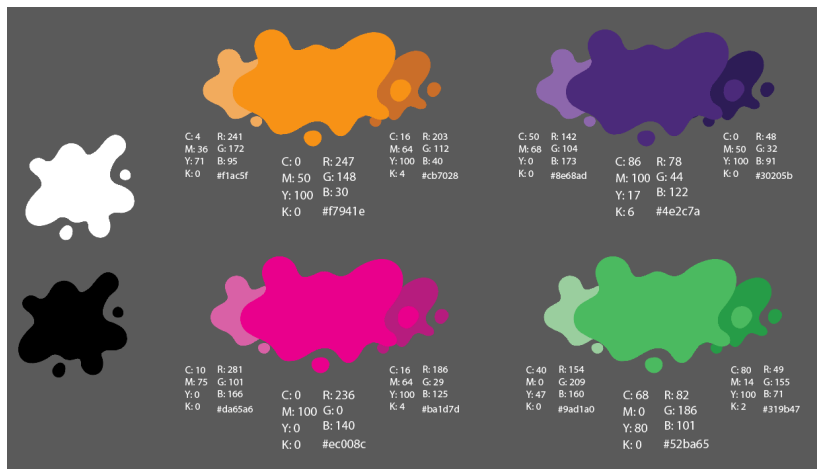


Fonte: Desenvolvido pela Autora.

4.5 PROPOSTA CROMÁTICA

A revista *Strike!* não possui uma proposta cromática fixa, pois cada elemento gráfico se adequa com a paleta de cores das imagens utilizadas nas matérias, variando assim, de revista para revista de acordo com o trabalho exposto de cada artista/designer. Há a proposta cromática institucional de marca, como mostra na figura 74, para aplicação em diversos materiais.

Figura 74 – Proposta cromática institucional *Strike!*



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

4.6 IMAGENS

Exceto nas editorias “Jamais esquecer”, “Dando as Caras” e nas páginas reservadas para anúncios, as imagens utilizadas na construção da revista correspondem diretamente aos projetos executados das artistas e designers. Para a editoria “Jamais Esquecer”, além de trabalhos realizados pelas artistas, foram utilizadas fotografias de seus rostos para aumentar a proximidade do leitor com os trabalhos expostos e as respectivas artistas homenageadas. Na editoria “Dando as Caras”, cada edição da revista terá uma temática diferente, nesta por exemplo, trouxe referências visuais de *glitch art*, conceito que traz a exploração estética do erro da máquina analógica ou digital. Essa editoria acompanha também imagens dos perfis nas redes sociais das artistas e dos estúdios independentes.

As imagens para os anúncios foram escolhidas a partir da disponibilidade do tamanho e da qualidade adequada para a impressão da revista, não necessariamente selecionadas por categorias ou áreas de conhecimento específicas.

4.7 CAPA E LOGOTIPO

4.3.1. Capa

Para a capa, foi retirado a imagem diretamente do portfólio de uma das artistas presente em uma das matérias da revista. Como definido nas estratégias de design, a marca gráfica foi inserida com a estética semelhante ao da ilustração escolhida para a capa, trazendo uma maior interação da marca com a artista selecionada para tal, a fim de reforçar o conceito criativo, contemporâneo e descontraído. Não constará manchetes ou chamadas na capa com o propósito de evidenciar e focar diretamente no trabalho da artista, chamar atenção do consumidor, instigar a curiosidade, e incentivar que o leitor abra a revista para explorar e descobrir as matérias que compõe a edição.

Figura 75– Capa da revista *Strike!*



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

4.3.2 Logotipo

Para a criação da marca gráfica, pensou-se em um logotipo que comunicasse com eficiência os valores e a personalidade da revista. Tomando como ponto de partida as informações colhidas na fase analítica, pôde-se construir um logotipo divertido, trazendo referências visuais que remetem o lado artístico, a criação, a sensação de movimento, a contemporaneidade, com uma aparência descontraída.

Na sua criação, utilizou-se uma fonte cursiva que foi modificada em alguns pontos de sua estrutura para trazer originalidade e reforçar ainda mais os conceitos criativo e descontraído definidos para a revista. Na *tagline*, foi usada uma fonte não serifada e mais fina, para trazer o aspecto da contemporaneidade e equilíbrio com a fonte cursiva. Atrás do logotipo, criou-se um elemento gráfico na forma de *splash*, que remete a uma mancha de tinta, para evidenciar a segmentação por interesse da revista nas áreas do design e da arte, e, realçar o conceito criativo (figura 76).

Figura 76 – Marca gráfica *Strike!*



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

5. FASE EXECUTIVA

5.1 DIAGRAMAÇÃO

A etapa da diagramação da revista é a parte que coloca em prática tudo o que foi levantado e discutido nas fases e etapas anteriores, seguindo as recomendações e os requisitos levantados.

O diagrama de uma coluna, presente nas figuras 77, 78, 79, foi utilizado em diversos momentos para acomodar textos pertencentes a matérias que tiveram complexas composições e grandes informações visuais; para dar destaque a alguma informação específica; para acomodar pouco conteúdo textual; e para fins estéticos, dando dinamicidade para as páginas ao combiná-lo com outros diagramas.

Figura 77 – Representação dos diagramas de 1 coluna e 2 colunas na mesma composição



Figura 78 – Representação do diagrama de 1 coluna



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Figura 79 – Representação do diagrama de 1 coluna



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Para reforçar as estratégias de design definidas anteriormente, os *spreads* trazem consigo aspectos, em sua maioria, coloridos e dinâmicos, variando de matéria para matéria sua diagramação, fontes, paleta cromática e as posições das imagens, que muitas vezes extrapolam de uma página para outra, reforçando o conceito energético.

O diagrama de duas colunas foi utilizado para matérias com maior volume de texto, trazendo um aspecto mais “rígido” para a página, e, para matérias as quais os componentes gráficos estavam propícios para utilizá-lo de forma harmônica e equilibrada, combinando textos e imagens de maneira eficaz (figuras 80, 81, 82).

Figura 80 – Representação do diagrama de 2 colunas



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Para dinamizar leitura da página e fazer com que o leitor interaja com a revista de maneiras diferentes, foram utilizados recursos do diagrama assimétrico (figura 83), como por exemplo as colunas cruzadas, textos na diagonal e na vertical, desconstruindo o diagrama e fazendo com que os elementos da página formem novas relações dentro do espaço planejado, sempre mantendo a largura aceitável de coluna para que não prejudique a leitura.

Figura 83 – Representação do diagrama assimétrico



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

5.2 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

5.2.1 Miolo

O miolo da revista conta com 84 páginas, com medidas no formato aberto em 36,6718x 25,5108cm e no formato fechado em 18,3359x 25,5108cm. A impressão das páginas deve ser feita em quadricromia (4/4), prezando pelo sistema *offset* numa previsão de tiragem de 10.000 exemplares.

Em relação ao papel, foi utilizado o *couché* brilho que reflete pouca luz, conseqüentemente não interferindo tanto na leitura e na visualização das imagens. Já para a gramatura das folhas, foi escolhida a gramatura 115 g/m². A gramatura do miolo não deve ser muito grossa, pois o papel grosso dificulta o manuseio das páginas, atrapalhando a experiência do leitor. Folhas muito grossas tendem a fazer com que as páginas da revista forcem o fechamento da mesma. Por outro lado, a gramatura também não pode ser muito fina, pois com a aplicação da tinta de um lado pode acabar transpassando para o outro, incomodando a leitura do conteúdo da página.

5.2.2 Capa

A capa da revista possui as medidas no formato aberto em 37,3418 x 25,5108cm e no formato fechado em 18,3359x 25,5108cm.

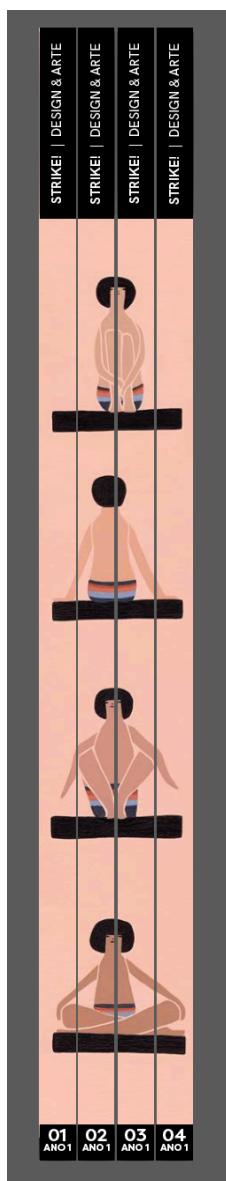
O papel utilizado para a capa da revista foi o papel *couché* fosco, por trazer uma aparência sofisticada ao produto, e, para captar o olhar do possível leitor e diferencia-la das outras páginas, a capa possui a gramatura de 250 g/m².

Assim como o miolo, a impressão da capa também deve prezar pela quadricromia (4/4) e o processo de impressão *offset*.

Para esta revista, foi escolhida a encadernação em lombada quadrada para reter as folhas. Esse tipo de encadernação possibilita a existência de mais um espaço a ser utilizado como elemento de design, podendo agregar maior valor a publicação e reforçar os valores da marca. A partir daí, foi pensado uma maneira de utilizar o espaço da lombada para realçar ainda mais o valor colecionável e criativo da revista. Assim, foram adicionadas partes de um dos trabalhos existentes na revista, formando a cada quatro edições uma ilustração sortida, para torna-la ainda mais evidente no ambiente a qual será exposta (figura 84).

A revista possui uma periodicidade trimestral, o que corresponde a pelo menos 4 exemplares anuais. A lombada também contém o nome da revista, os meses e o ano de lançamento da edição.

Figura 84 – Representação lombadas emparelhadas.



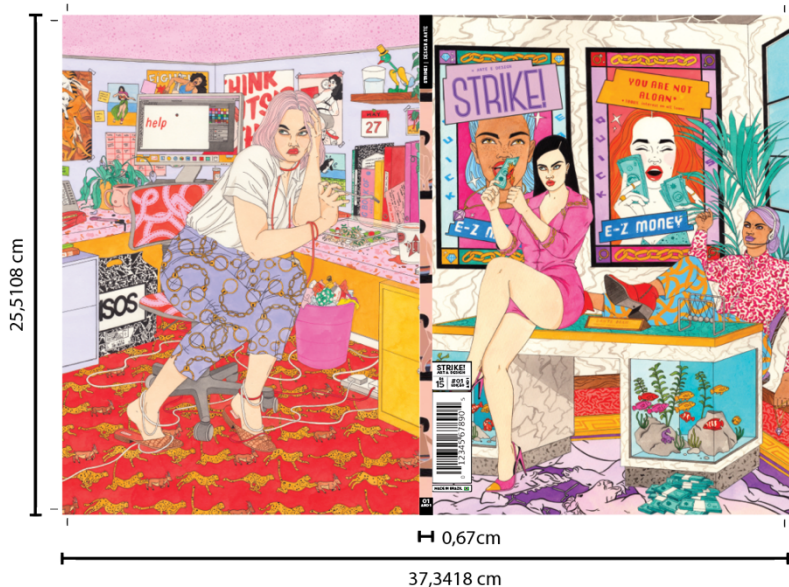
Fonte: Desenvolvido pela Autora.

O cálculo da lombada foi realizado com base nas referências de Cesar (2006). Deve-se pegar o valor do número de páginas, multiplicar pelo dobro do valor da gramatura do papel e dividir o número obtido por 28.800. Dessa forma a conta com os valores do projeto fica da seguinte maneira:

$$84 \text{ páginas} \times 115\text{g/m}^2 \times 2 : 28800 = 0,67\text{cm}$$

Considerado todos os tópicos acima tratados, a revista foi finalizada atendendo os critérios da metodologia proposta.

Figura 85 – Capa planejada com medidas



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

5.2.3 Fechamento de arquivo

Num geral, a sangria com 5mm em cada extremidade da folha é suficiente como margem de segurança para evitar cortes indesejados, tendo áreas chapadas e imagens estendidas até a marca de sangria.

As imagens presentes na publicação devem estar incorporadas no arquivo, em alta resolução, e devem estar definidas dentro do sistema CMYK, o qual é o padrão de cores utilizado para a produção de produtos impressos.

Com essas predefinições, é possível gerar o arquivo final a ser impresso pela gráfica. Geralmente na de extensão .PDF X-1a, por seu alto poder de compressão, incluindo a otimização de imagens e incorporação de fontes, sem comprometer o seu conteúdo por ser um arquivo fechado.

5.3 PROTÓTIPO

Com a revista finalizada e pronta para a produção foram criados protótipos para prever a visualização e a apresentação do produto antes de ser materializado.

Figura 86 – Protótipo capa e contracapa



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Figura 87 – Protótipo miolo



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Figura 88 – Protótipo miolo



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

Figura 89 – Protótipo miolo



Fonte: Desenvolvido pela Autora.

6 CONCLUSÃO

Este projeto não teve apenas vínculo profissional e acadêmico, mas também pessoal. Ser mulher, designer e artista numa sociedade ainda muito marcada pela falta de equidade de gêneros, e por ter passado por diversas situações desconfortáveis e confrontantes ao longo de sua caminhada, pode-se dizer que foram fatores importante que atiçaram ainda mais a curiosidade da autora para investigar o mundo do design e o seu posicionamento diante desta situação social atual.

O uso da metodologia foi a base de orientação para toda a construção da revista. A organização das etapas com enfoques específicos facilitou muito o ritmo de trabalho e o entendimento das necessidades e anseios do público-alvo. O briefing, questionários, estratégias, entre os outros elementos da composição deste projeto, suprimam as expectativas da autora de uma forma extremamente positiva e motivadora para concluir cada etapa.

Um dos momentos mais intrigantes foi sem dúvida o início da fase criativa, onde se iniciou a pesquisa de conteúdos para a formação

da revista. Encontrar um conteúdo rico em texto, com imagens de boa qualidade e todo produzido por mulheres, não foi um trabalho fácil e muito menos inteiramente concluído. No curto período de tempo disponível para a produção deste projeto, sem uma equipe focada na busca destes conteúdos, foi praticamente inviável achá-los. Isto serviu também para a pesquisa de famílias tipográficas que iriam compor o corpo de texto e as fontes displays para os títulos, que tinham como princípio serem criadas por tipógrafas. Essa dificuldade reforçou ainda mais a necessidade deste projeto, que será um meio fácil, rápido e interessante de ter acesso a esse tipo de conteúdo.

De modo geral, acredita-se que os objetivos e conceitos foram adequadamente aplicados nas fases criativa e executiva, utilizando dos princípios de design para atingir com efetividade o leitor e transmitir as significações desejadas. Com todo o processo de coleta de informações, foi possível direcionar o projeto para um produto sustentado nas reais expectativas técnicas e comerciais do mercado.

Foram estabelecidos conteúdos que expressaram com êxito a missão da revista, cuidadosamente selecionados, para que se interligassem com a personalidade da mesma. No desenvolvimento da revista *Strike!*, foram utilizados diversos recursos e elementos de design que auxiliaram na construção de uma estrutura gráfica que se conecta com as definições e justificativas apresentadas, além de atingir as expectativas da autora, tanto funcionalmente quanto esteticamente. Com a primeira edição formalmente lançada, num planejamento a longo prazo, será possível avaliar com dados mais concretos a possibilidade de internacionalização da revista.

Este trabalho proporcionou uma grande experiência, tanto no desenvolvimento da parte gráfica como na ampliação da visão sobre o design no âmbito social, agregando muito no desenvolvimento pessoal e profissional da autora. Foi possível utilizar de todo o aprendizado adquirido ao longo de sua formação acadêmica e absorver ainda mais novas informações sobre o mundo e sobre o meio gráfico editorial.

7 REFERÊNCIAS

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

ANDRADE, Ana Beatriz Pereira de. REBELLO, Ana Maria. **A invisibilidade feminina no design. Da Bauhaus ao Brasil**. (Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ - Brasil). Conferencia para profesionales y docentes. Ver resumen en p. 164., 2009.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**: versão 4.0. 3 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

BUARQUE de Holanda Ferreira, Aurélio. **Dicionário Aurélio básico da língua portuguesa**. São Paulo: Folha de São Paulo / Nova Fronteira, 1994-95.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Design editorial**: Jornais e revistas / mídia impressa e digital. 1ed. São Paulo: Gustavo Gilli, 2014.

CASTRO, L.; PERASSI, R. **A tipografia como base do projeto gráfico-editorial**. In: GRAPHICA 13, XXI SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOMETRIA DESCRITIVA E DESENHO TÉCNICO; X INTERNACIONAL CONFERENCE ON GRAPHICS ENGINEERING FOR ARTS AND DESIGN, 2013, Florianópolis. Anais: Expressão Gráfica – Tecnologia e Arte para Inovação. Florianópolis, SC: UFSC, 2013. p.1-12.

CESAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. Brasília: Editora Senac, 2006.

DIAS, Maria Regina Alvares Correia. SAFAR, Giselle Hissa. **Estudos de gênero e seu impacto na história do design**. UFES – Programa de Pós-Graduação em História. Dimensões, v. 36, p. 102-120, jan.-jun. 2016.

FLORES, O. S. **La construcción de La historia em El diseño.** In: CAMPI, Isabel (coord.). Diseño y historia - tempo, lugar e discurso. México: Designio, 2010. pp. 23-38.

FURTADO, André. **Projeto Visual III – Projeto Editorial – Conceitos básicos de tipografia orientados para projeto editorial.** UFRGS – Apostila complementar – Tipografia, p.3, 2009.

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho. LOOSE, Eloisa Beling – Artigo: **A segmentação das revistas e a temática ambiental** - Rev. Estud. Comun., Curitiba, v. 10, n. 22, p. 129-137, maio/ago. 2009.

HEBERLE, Viviane M. **Rvistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de idéias.** Linguagem em (Dis)curso - LemD, Tubarão, v. 4, n.esp, p. 85-112, 2004

LESSA, Joana. **Tipografia Anatomia do Tipo.** Escola Superior de Educação e Comunicação, Universidade do Algarve, 2012, p.12

MCQUISTON, Liz. Women in design: a contemporary view. New York: Rizzoli, 1988. p.144

MELO, Francisco Homem de. **O processo do projeto.** In: ADG Brasil Associação dos Designers Gráficos. **O valor do design: guia ADG Brasil de prática.** 3 ed. São Paulo: SENAC São Paulo; ADG Brasil Associação dos Designers Gráficos, 2004. p.91-105.

MIRA, M. C. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XIX.** São Paulo: Olho d'Água/ FAPESP, 2001.

PANIZZA, Janaina. **Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, USP: São Paulo, 2004.

PINTO, Célia Regina Jardim. Artigo: **Feminismo, História e Poder.** Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v.18, n.36, p. 15-23, jun., 2010.

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

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003a.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. Biblioteca Universitária. **Trabalho acadêmico: guia fácil para diagramação**: formato A5. Florianópolis, 2009. Disponível em: <<http://www.bu.ufsc.br/design/GuiaRapido2012.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2013

VICENTE, Filipa Lowndes (2005), **A arte sem história – mulheres artistas (sécs. XVI-XVIII)**. *Artis, Revista do Instituto de História da Arte*, 4, 205-242.

8 ANEXOS

- BREIFING DE DESIGN EDITORIAL

MISSÃO EDITORIAL

1_ Qual o objetivo da revista?

Proposta de projeto gráfico editorial de uma revista com foco em mulheres na área do Design e no universo da Arte.

A revista X tem como objetivo enaltecer e exteriorizar conteúdos que abrangem assuntos específicos sobre a presença das mulheres no universo do Design e na Arte.

2_ Quem vai ler sobre os assuntos?

Predominantemente feminino, um público interessado sobre assuntos relacionados ao ramo do Design e da Arte no mundo.

3_ Qual tipo de revista?

Segmentada por interesse

4_ Qual forma do conteúdo?

Em forma de matérias

5_ Qual o título da revista?

Ainda não definido.

6_ Que outras publicações já existem sobre os assuntos?

Apenas publicações independentes.

7_ Pense em três a cinco palavras que definem a personalidade da revista.

Empoderada, Criativa, Contemporânea, Descontraída.

FÓRMULA EDITORIAL

8_ Qual proporção de páginas editoriais e páginas de anúncios?
(sugestão 60/40%)

aprox. (85/15%)

9_ Quantas editorias ou seções fixas? Quais? Sobre o que tratam? Quais espaços que devem ocupar, dimensões? Qual posição na revista, sua localização?

- 4 seções fixas (ainda em definição das posições):

1) Design (ainda sem nome específico): todo o conteúdo sobre DESIGN estará nesta seção (gráfico, web, industrial, animação, moda, etc).

2) “Universo Paralelo”: todo conteúdo relacionado a assuntos paralelos ao Design, no caso a Arte. Não quis usar o termo –arte- para não gerar discussão sobre o que é ou não arte. (Fotografia, Ilustração, Pintura, Escultura, etc.)

3) “Dando as caras”: espaço reservado para a divulgação de rede sociais das Designers e Artistas do Brasil. Perfis de empresas criadas/composta por mulheres, perfis de profissionais autônomos/freelancers. Não serão divulgados perfis pessoais.

4) “Jamais Esquecer”: editoria reservada para a menção de mulheres no passado que fizeram história e contribuições para o campo do Design e na Arte.

10_ Haverão colunistas? Quem são? Quantos? Quais assuntos?
Não

11_ Quantas matérias irão compor a revista, ou cada edição?
(conforme número de páginas)

- aprox.10 matérias:

4 matérias na editoria Design (8 a 10 paginas nesta seção);

3 matérias na editoria “Universo Paralelo” (8 a 10 paginas nesta seção);

2 matérias na editoria “Jamais Esquecer” (2 a 4 páginas nesta seção);

+ a seção “Dando as caras”.

12_ Qual periodicidade da revista?
Trimestral

13_ Qual número estimado de páginas? (mínimo e máximo)
aprox. 80-100

14_ Qual alcance de distribuição da revista?
Nacional

15_ Qual tiragem?
Proposta inicial: 10.000 exemplares.

16_Como será distribuída? Em que locais será encontrada?

Livrarias, Universidades, Museus, Eventos, Congressos, Encomendas através da Internet.

17_Sobre as características físicas: Qual tamanho? Que tipo de papel? Qual quantidade de cores? Qual processo de impressão? Tipos de acabamento (revestimentos, aplicações, encadernação...)

Impressão *offset*, quadricromia, papel couche (gramatura grossa para capa/ gramatura mais fina para o interior), acabamento fosco/mate na capa, verniz localizado na marca (capa).