

Felipe Lira Cassaniga

**HISTERIA: O USO DE UMA PATOLOGIA PSICÓTICA COMO  
CONCEITO INSPIRACIONAL PARA O DESENVOLVIMENTO  
DE UMA REVISTA.**

Projeto de Conclusão de Curso  
submetido ao Curso de Design da  
Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau de  
Bacharel em Design

Orientador: Profa. Dra Mary Vonni  
Meürer de Lima.

Florianópolis  
2017

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

Cassaniga, Felipe Lira HISTERIA: O USO DE UMA PATOLOGIA  
PSICÓTICA COMO CONCEITO INSPIRACIONAL PARA O  
DESENVOLVIMENTO DE UMA REVISTA. / Felipe Lira  
Cassaniga ; orientadora, Mary Vonni Meurer de Lima, 2017. 107 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade  
Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão,  
Graduação em Design, Florianópolis, 2017.

Inclui referências. 1. Design. 2. Revista. 3. Independente. 4.  
Colaborativa. 5. Impresso. I. Vonni Meurer de Lima, Mary. II.  
Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Design. III.  
Título.



Felipe Lira Cassaniga

**HISTERIA: O USO DE UMA PATOLOGIA PSICÓTICA COMO  
CONCEITO INSPIRACIONAL PARA O DESENVOLVIMENTO  
DE UMA REVISTA.**

Este projeto de conclusão de curso foi julgado adequado para obtenção do Grau de Bacharel em Design, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 23 de Novembro de 2017.

\_\_\_\_\_  
Professor Luciano Patrício Souza de Castro, Dr.  
Coordenador do Curso

**Banca Examinadora:**

\_\_\_\_\_  
Professora Mary Vonni Meurer de Lima, Dra.  
Orientadora  
Universidade Federal de Santa Catarina

\_\_\_\_\_  
Professora Marília Matos Gonçalves, Dra.  
Universidade Federal de Santa Catarina

\_\_\_\_\_  
Professor Luciano Patrício Souza de Castro, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina



Dedico este trabalho a todos os meus amigos e familiares que acompanharam a minha evolução durante o período do curso.



## AGRADECIMENTOS

Durante todo o período da minha infância, eu sempre me senti deslocado. Nunca tive gostos parecidos com os meninos da minha idade e era constante a vontade de pertencer a algum grupo que me aceitasse do modo que eu sou.

No ensino médio não foi diferente. A puberdade chegou no mesmo tempo que a dúvida sobre qual o curso que iria moldar a minha carreira profissional. Com muita imaturidade, escolhi estudar Design. E por incrível que pareça, os anos me fizeram acreditar que fiz a escolha perfeita.

A UFSC e especialmente o curso de Design foram os precursores das descobertas das minhas aptidões profissionais e principalmente sobre as minhas características pessoais. Aprendi aqui, que ser diferente não é um problema. É um motivo para ser celebrado. É um motivo para se sentir único.

Eu agradeço aos meus pais, que sempre me apoiaram em todas as minhas decisões e me ajudaram em todos os meus momentos de dúvida. Sem vocês nada teria acontecido.

O meu segundo agradecimento vai para os meus amigos que fiz durante esse período. Descobri que podemos escolher a família que queremos por perto e eu não poderia ser mais feliz com as pessoas que tenho ao meu redor. Amo todos vocês.



## **RESUMO**

O desenvolvimento desse projeto tem como objetivo, a produção de uma revista impressa independente com conteúdo colaborativo, que tenha como base conceitual de conteúdo a Histeria, uma patologia psicótica estudada por Sigmund Freud. Destinada para um público selecionado, foi almejado através desse tema, criar elementos gráficos e visuais que representam um tema macro, e representar de modo editorial o conteúdo abordado referente ao tema principal.

**Palavras-chave:** Revistas. Independentes. Impresso.



## **ABSTRACT**

The development of an independent magazine with multiple content collaborators, with the main goal to use Hysteria by Sigmund Freud as the driven concept of the publication. Made for a selected target, the main goal was to develop graphic and visual elements using the selected theme to represent thought editorial design the graphic and text content.

**Keywords:** Magazines. Independent. Print.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia Projetual de Bonsiepe.....	30
Figura 2 – Metodologia Projetual de Fuentes.....	31
Figura 3 – Metodologia do Projeto.....	32
Figura 4 – Porcentagem da profissão dos Entrevistados.....	42
Figura 5 – Porcentagem da profissão dos Entrevistados.....	43
Figura 6 – Porcentagem da fonte de informação diária.....	43
Figura 7 – Porcentagem do tipo de revista adquiridas.....	44
Figura 08 – Porcentagem do preço estipulado para cada entrevistado...44	
Figura 09 – Representação da linha do tempo da histeria.....	50
Figura 10 – Mindmap História da Histeria na Sociedade.....	54
Figura 11 – Mindmap distúrbios motores ocasionados pela Histeria...55	
Figura 12 – Mindmap distúrbios psíquicos ocasionados pela Histeria.. 56	
Figura 13 – Painel Visual de Resiliência.....	58
Figura 14 – Painel Visual de Brutalidade.....	60
Figura 15 – Painel Visual de Assimetria.....	62
Figura 16 – Apresentação do conceito da revista para colaboradores...63	
Figura 17 – Fonte Druk Wide Medium.....	67
Figura 18 – Fonte Druk Condensed Super.....	68
Figura 19 – Fonte Gotham Light.....	69
Figura 20 – Cálculo do módulo da fonte Gotham Light.....	71
Figura 21 – Cálculo dimensionamento da página.....	72
Figura 22 – Tamanho da fonte escolhida.....	72
Figura 23 – Tabela da média de caracteres por linha.....	73
Figura 24 – Cálculo largura de cada coluna.....	74
Figura 25 – Cálculo da distância dos módulos.....	75
Figura 26 – Exemplo da definição do Grid e malha gráfica no Adobe InDesign®.....	75
Figura 27 – Espelho Editorial da publicação.....	77
Figura 28 – Aplicações dos elementos gráficos Brutalidade.....	80
Figura 29 – Aplicações dos elementos gráficos Assimetria.....	81
Figura 30 – Representação da Fonte desenvolvida pelo autor.....	82
Figura 31 – Capa da Revista Ho-Lick.....	83
Figura 32 – Miolo Revista Ho-Lick.....	84
Figura 33 – Miolo Revista Ho-Lick.....	85
Figura 34 – Miolo Revista Ho-Lick.....	86
Figura 35 – Miolo Revista Ho-Lick.....	87
Figura 36 – Miolo Revista Ho-Lick.....	88
Figura 37 – Miolo Revista Ho-Lick.....	89
Figura 38 – Miolo Revista Ho-Lick.....	90
Figura 39 – Miolo Revista Ho-Lick.....	91
Figura 40 – Miolo Revista Ho-Lick.....	92
Figura 41 – Miolo Revista Ho-Lick.....	93
Figura 42 – Miolo Revista Ho-Lick.....	94

Figura 43 – Miolo Revista Ho-Lick .....	95
Figura 44 – Miolo Revista Ho-Lick .....	96
Figura 45– Miolo Revista Ho-Lick .....	97
Figura 46 – Miolo Revista Ho-Lick .....	98
Figura 47 – Miolo Revista Ho-Lick .....	99
Figura 48 – Miolo Revista Ho-Lick .....	100
Figura 49 – Contra Capa Revista Ho-Lick .....	101



## LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Análise Revista Art Licks.....	37
Quadro 02 – Análise Revista Tissue Magazine .....	38
Quadro 03 – Análise Revista Mais55.....	39
Quadro 04 – Análise Revista Nobra Paper.....	40
Quadro 05 – Análise Revista Dash Magazine.....	41
Quadro 06 – Persona número 01.....	46
Quadro 07 – Persona número 02.....	47
Quadro 08 – Persona número 03.....	48



## SUMÁRIO

<b>SUMÁRIO .....</b>	<b>43</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>25</b>
1.1 OBJETIVOS GERAIS .....	26
<b>1.1.1 Objetivos Específicos.....</b>	<b>26</b>
<b>2 DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>27</b>
2.1 JUSTIFICATIVA.....	27
2.1 DELIMITAÇÕES .....	29
2.3 METODOLOGIA.....	29
<b>2.3.1 Descrição das Etapas da Metodologia .....</b>	<b>32</b>
<b>3 CONCEITO .....</b>	<b>35</b>
3.1 ANÁLISE DE SIMILARES.....	36
3.3 PERSONAS.....	45
<b>4 FUNDAMENTAÇÃO .....</b>	<b>49</b>
4.1 LINHA DO TEMPO.....	49
4.2 SINTOMAS.....	51
4.3 EXPRESSÃO VISUAL DA HISTERIA .....	53
4.4 PAINÉIS SEMÂNTICOS.....	57
4.5 CONTEÚDO .....	63
<b>5 LAYOUT.....</b>	<b>65</b>
5.1 TIPOGRAFIA.....	65
5.2 PROJETO GRÁFICO .....	69
<b>5.2.1 Módulo.....</b>	<b>70</b>
<b>5.2.2 Dimensionamento da página .....</b>	<b>70</b>
<b>5.2.3 Escala, Diagrama e Mancha Gráfica .....</b>	<b>71</b>
5.3 ESPELHO EDITORIAL.....	75
5.4 LINGUAGEM VISUAL.....	78
6.1 ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS.....	101
<b>7 CONCLUSÃO .....</b>	<b>103</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>105</b>



## INTRODUÇÃO

Vivemos em um momento da contemporaneidade no qual o acesso a informação é mais democrático do que qualquer outro período da história da humanidade. Seja através de diferentes canais de informações, como revistas, blogs, televisão, livros ou mídias sociais, recebemos uma quantidade quase imensurável de impulsos e estímulos visuais. Esses conteúdos educam os seus consumidores de acordo com as áreas de interesse e são capazes de transformar a percepção sobre temas específicos.

No meio criativo, percebe-se uma constante busca de inspiração. Através de diferentes materiais e plataformas que enriqueçam nosso modo de pensar, estamos a procura de conteúdo que nos induza a questionar perspectivas de normas, gêneros e comportamento. O acesso a informação tornou-se algo obrigatório. E com a obrigação, criou-se um cuidado em consumir uma informação relevante e inovadora, que esteja constantemente se atualizando.

Foi através dessa necessidade que surgiu a proposta desse projeto. Um projeto editorial de uma revista independente, desenvolvido para pessoas que consomem conteúdo criativo e envolvendo áreas de interesse como arte, moda, ilustração, fotografia e design gráfico.

Para embasar o conteúdo a revista e criar uma unidade do discurso apresentado, iremos abordar um tema macro pré-estabelecido para cada edição. O tema para a primeira edição será baseado nos estudos do psicanalista Sigmund Freud, em um de seus livros “Estudos sobre Histeria”.

Busca-se explorar através do uso de colaboradores, diferentes resultados e interpretações do tema abordado. Essa decisão tem como objetivo enriquecer o conteúdo proposto e dar visibilidade para profissionais de diferentes mercados da criatividade.

A identidade da revista será única para todas as edições. Porém, o tema abordado e os colaboradores envolvidos que irão reinventar a estética de cada edição.

## 1.1 OBJETIVOS GERAIS

Desenvolvimento de uma identidade editorial de uma revista impressa, independente e colaborativa, direcionada para o público criativo, tendo como tema agregador de conteúdo buscando expressar e traduzir de forma visual a Histeria, através de conteúdos produzidos por colaboradores.

### 1.1.1 Objetivos Específicos

- Pesquisar, entender e qualificar as necessidades buscadas pelo público criativo que busca inspirações através de diferentes plataformas de conteúdo.
- Inovar, reinventar e experimentar os recursos gráficos no uso de publicações impressas, através do rejuvenescimento do produto impresso;
- Conceber o conceito, conteúdo textual e tema visual de uma revista de conteúdo colaborativo a partir de um conceito único e pré-estabelecido.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 JUSTIFICATIVA

A difusão dos meios digitais de comunicação impactou diretamente o modo como absorvemos a informação. Com a revolução digital do último século, a fonte de informação que por séculos fora utilizada no formato impresso através de livros, transformou-se em algo que cabe em 140 caracteres. Isso impactou diretamente o modo como consumimos a informação.

Os hábitos de mídia não são criados a partir do zero, mas formados em etapas de mudança cultura e social na vida cotidiana dos indivíduos. (YTRE-ARNE, Brita, 2011. Traduzido pelo Autor). Atualmente a web, o rádio, a televisão e o impresso co-existem. Essa associação entre os meios de comunicação não foi estudada ou planejada em algum momento, ela simplesmente existe, e não se sabe o que irá surgir futuramente.

A abrangência e as possibilidades da apresentação de informação no mundo digital são nítidas, e existem vantagens e desvantagens nessa armação. A vantagem é que pode-se publicar de maneira ilimitada e nada é esquecido ou incompleto. Entretanto, é observado uma carência do trabalho editorial, e sente uma falta de estruturação e até “lapidação” dessa informação que é consumida e transformada rapidamente. (KLANTEN e EHMANN, 2010).

A revista londrina ART LICKS é um exemplo de renovação do impresso editorial. A revista surgiu como um blog de arte, destinado a informações de exposições de arte vinculadas a cidade metropolitana de Londres. Com o aumento do número de acessos, surgiu a necessidade de vincular todas as informações do blog em uma revista mensal por assinatura, contendo o mesmo conteúdo da página da web. Porém com a presença de um processo editorial de conteúdo textual e visual, com acabamento de impressão e linguagem visual diferenciados.

A produção de uma pequena tiragem de um material impresso informativo, nos trazem de volta ao começo da mídia impressa e a ascensão das revistas independentes no século XVII (MASURIER, 2010). O desenvolvimento de revistas com conteúdo restrito, destinadas a um público específico, - como o exemplo a revista Art Licks - representam resgate de um antigo modelo de produção de mídia, que está reinventando o material impresso.

A nova geração de jovens editores apresenta como tendência a

criação de revistas independentes e colaborativas. Essa tendência surge com a força da expansão da tecnologia digital e cultural, onde encontra-se oportunidade de nichos exclusivos de indivíduos que consomem o mesmo tipo de informação, e sentem a necessidade de novos materiais diferenciados dos encontrados no mercado atual. (MASURIER, 2010)

Seguindo esse movimento, o projeto dessa revista propõe rejuvenescer o produto impresso editorial. Através da criação de uma revista independente, com conteúdo justificado pelo conceito DIWO (do-it-with-others), que propõe a utilização de colaboradores para a elaboração das revistas, visando uma melhor viabilidade do produto e diversidade no produto final.

Com o intuito de unificar o discurso utilizado para a primeira publicação, será escolhido uma temática para a revista. A primeira edição utilizará como base de conceituação uma patologia psicótica, a histeria estudada pelo psicanalista Sigmund Freud, no livro Estudos sobre Histeria. A histeria representa aspectos patológicos de insanidade mental e descontrole do paciente histérico, originada por traumas e experiências reprimidas no período da infância. Freud deu o primeiro passo ao abrir a possibilidade que a histeria é uma doença social, ao invés de uma doença psicológica.

A escolha desse tema, deve-se a frequente associação da loucura com a criatividade, arte e temas de expressão visual. Em um recente estudo feito com 150 mil europeus, constatou-se uma relação entre os genes da criatividade com os mesmos genes causadores de doenças psicóticas, como a esquizofrenia e o transtorno bipolar. Entre os artistas geniais diagnosticados com algum distúrbio psicótico encontram-se Charlie Parker, Beethoven, Virginia Woolf e Van Gogh (EL PAÍS, 2015).

Seguindo a linha de raciocínio de NOBLE e BESTLEY 2013, esse projeto propõe uma nova abordagem autoral no papel do designer gráfico no desenvolvimento de publicações. Além de trabalhar com a execução de uma mensagem, o profissional possa trabalhar como autor e mediador do projeto editorial, assumindo a responsabilidade do conteúdo e contexto de mensagem.

O resultado final desse processo almeja utilizar o design gráfico como uma ferramenta de comunicação editorial, tendo como base conceitual o resultado de um comportamento humano, a histeria.

## 2.1 DELIMITAÇÕES

Esse projeto tem como foco propor uma nova experiência física, visual e criativa para o leitor, onde essa não seja apenas referente a unidade de conceito editorial, mas também ao consumo de uma informação visual em um produto impresso.

Delimita-se que esta publicação impressa independente e colaborativa, seja uma abordagem ao conteúdo textual e visual do projeto com temas multidisciplinares, envolvendo as áreas de moda, fotografia, ilustração e design.

A prospecção de colaboradores, será feita através da rede de contatos pessoais do designer, assumindo também a responsabilidade de entrar em contato com cada possível colaborador, através de mídias digitais, e-mail ou telefone.

Será enviado para cada colaborador um briefing sobre o conceito da revista, na qual através de um texto informativo sobre o conceito e um painel visual sobre o tema visual, ele irá desenvolver um material para a publicação.

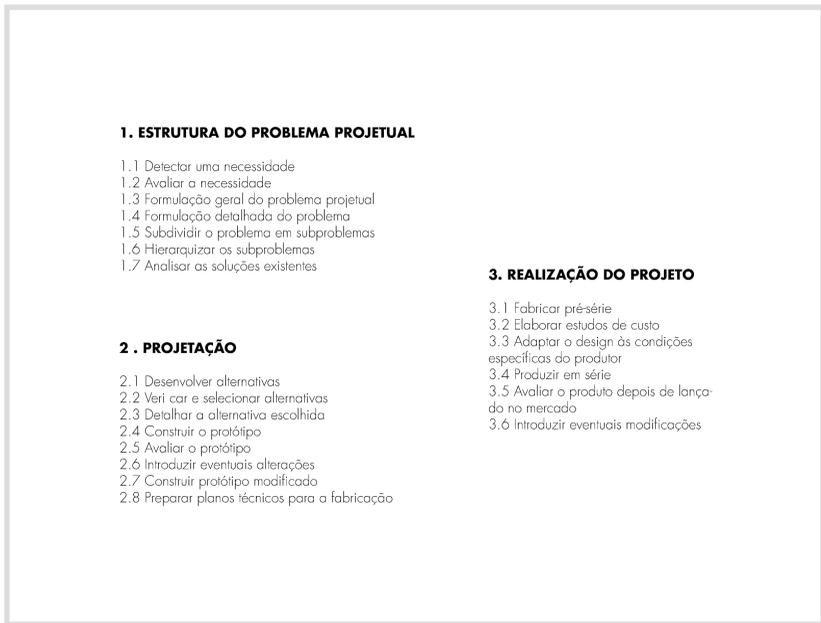
Não é a intenção do projeto informar de modo científico sobre a patologia abordada. A revista deve enfatizar o lado criativo de uma diferente percepção de realidade, ou seja, o lado criativo da loucura.

## 2.3 METODOLOGIA

A escolha de metodologia no início do projeto define etapas de planejamento e delimita funções de pesquisa no desenvolvimento do projeto. Após uma busca de metodologias que se assemelham ao projeto proposto, é definido a junção de duas metodologias de autores distintos.

A metodologia de Bonsiepe, é escolhida para a primeira fase do escopo do projeto, uma metodologia objetiva e linear, que delimita etapas e esclarece o processo de desenvolvimento do produto.

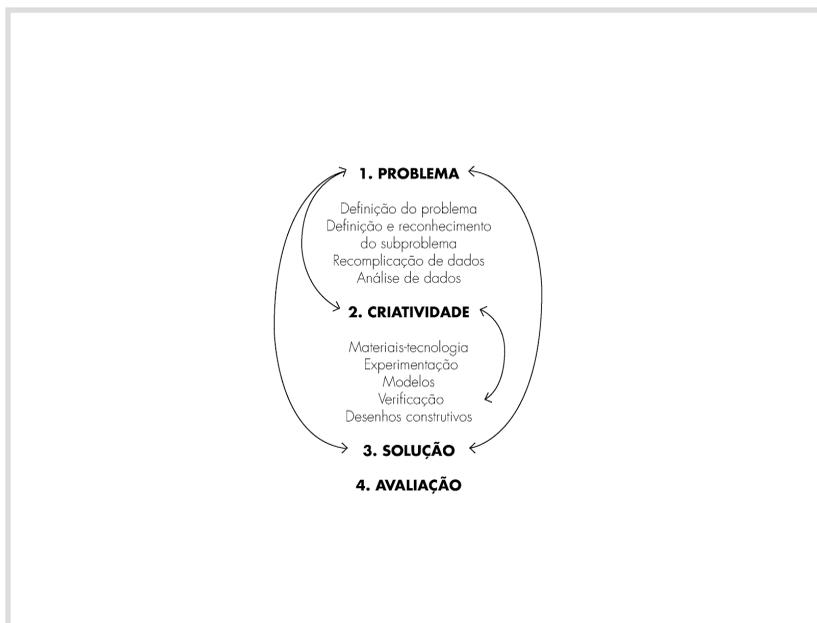
Figura 1 – Metodologia Projetual de Bonsiepe



Fonte: Bonsiepe, 1984.

Para segunda fase do projeto, é escolhida a metodologia de Fuentes, por abranger o processo criativo de maneira experimental, sendo um complemento perfeito para a objetividade e clareza de Bonsiepe.

Figura 2 – Metodologia Projetual de Fuentes.

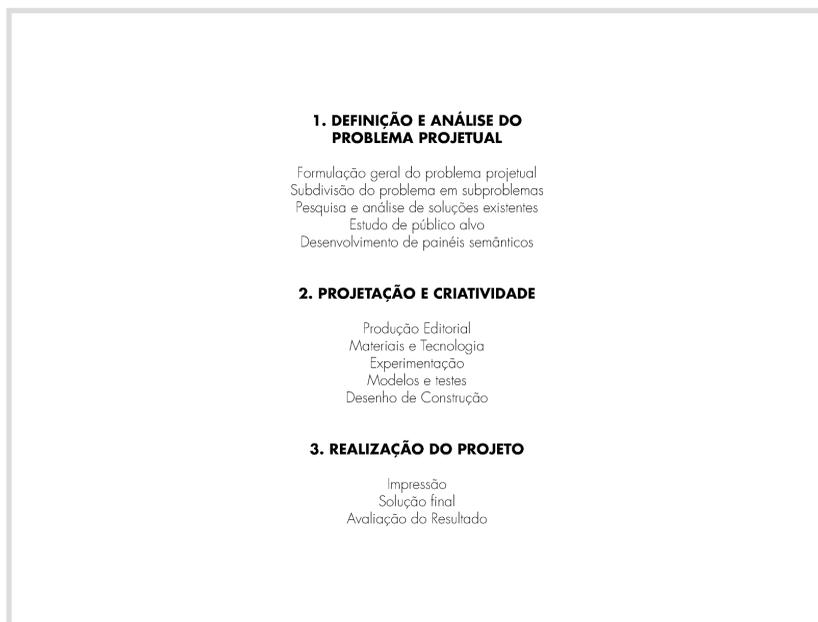


Fonte: Fuentes, 2006.

A metodologia não tem finalidade em si mesma, é só uma ajuda no processo projetual, dando uma orientação no procedimento do processo e oferecendo técnicas e métodos que podem ser usados em certas etapas. (BONSIEPE, 1984).

Tendo em vista que cada projeto possui uma necessidade e identidade única, o autor irá desenvolver uma metodologia adaptada para o desdobramento desse projeto, e irá utilizar as metodologias de Bonsiepe e Fuentes, 2006 como base para o delineamento e construção das etapas dessa publicação.

Figura 3 – Metodologia do Projeto



Fonte: Desenvolvido pelo Autor.

### 2.3.1 Descrição das Etapas da Metodologia

Para melhor compreensão do processo projetual, todas as etapas da metodologia projetual serão descritas especificamente de acordo com a ordem e a função de cada uma.

#### A) Definição e análise do problema projetual

- **Formulação Geral do problema projetual:** Com uma visão do mercado e do mundo atual, encontrar a falta ou a necessidade da projeção de um novo produto.
- **Subdivisão do problema em subproblemas:** Propor a divisão do problema escolhido em subproblemas para uma melhor visão de problemas específicos encontrados dentro do problema proposto.
- **Pesquisa e análise de Soluções Existentes:** Pesquisa de produtos já existentes no mercado com a mesma identidade do problema

pré- definido, com análises que irão averiguar e delimitar caminhos para o desenvolvimento do novo produto.

- **Desenvolvimento de Painéis Semânticos:** Para melhor visualizar de maneira visual o contexto que o produto quer abordar, é criado mapas visuais de comunicação utilizando a ferramenta de painéis semânticos, que englobam os Painéis de Linguagem visual, Painel de Artes visuais, Painel de Público alvo, e Painel de Identidade de Produto.

- **Estudo de Público Alvo:** Nesta etapa é criado e analisado nicho de leitores que serão possíveis compradores da revista, utilizando a ferramenta de Personas.

## B) Projetação e Criatividade

- **Produção Editorial:** Com início da fase de criação, é nessa etapa que o projeto começa a ser esboçado, e onde os tópicos de editoração começam a ser estudados. Serão definidos as características de layout, grid, linguagem visual, espelho editorial, navegação, tipografia e capa.

- **Materiais e Tecnologia:** Coleta de dados e informações que se aplicam no contexto do projeto.

- **Experimentação:** Nessa etapa da metodologia, é onde se pesquisa o que há de novo no mercado e que pode ser adicionado a prospecção deste projeto.

- **Modelos e testes:** Construção de um modelo físico do projeto desenvolvido, com o intuito de testar e avaliar possíveis modificações no resultado final do produto;

- **Desenho de Construção:** Após todas as etapas anteriores aplicadas, é feito um arquivo, de maneira clara e legível com todas as especificações técnicas para a produção, e impressão do projeto;

## C) Realização do projeto

- **Impressão:** É nessa fase que o produto é enviado para uma gráfica especializada para o teste de impressão, e onde todas as provas serão realizadas e concluídas para a finalização do produto;

- **Solução Final:** Após aplicar todas as fases da metodologia, chega-se a solução final do Projeto.

- **Avaliação do Resultado:** Para uma melhor visão geral do processo projetual e do resultado final, é feito uma análise das falhas e acertos do projeto, com o intuito de aperfeiçoar as próximas edições da publicação.

Após a estruturação das etapas da metodologia projetual, inicia-se o processo de definições de conceitos e pesquisa que devem embasar a conceituação descritiva e visual da revista.

### 3 CONCEITO

As revistas e jornais de certa forma são um exercício de repetição. O leitor compra uma edição porque sabe a identidade e o conceito de cada publicação que está consumindo. Cria-se a expectativa que a cada edição seja apresentado um novo conteúdo, criando um vínculo de fidelidade ao consumo de informações desse determinado produto.

Para o desenvolvimento da primeira edição da revista é necessário pré-estabelecer o conceito guia, delimitando o conteúdo e criando uma integridade no resultado final.

Conceitos se assemelham a máquinas: eles são a razão de trabalhar no conteúdo, e ao mesmo tempo eles de nem o método do seu trabalho. (KLANTEN e EHMANN, 2010)

Objetivando maior versatilidade do formato de cada conteúdo - fugindo das publicações impressas convencionais - a cada edição será escolhido um tema diferente, e esse tema será o guia de conteúdo de toda a revista.

A revista terá o nome de HO-LICK, derivada da palavra *alcoholholic*, utilizada na língua inglesa para caracterizar uma dependência ou vício em álcool. A publicação será uma plataforma de conteúdo que possui um mesmo “vício” determinado para cada edição. A similaridade entre as edições será referente aos temas escolhidos e ao formato de cada conteúdo.

Para a prospecção da primeira edição da revista é escolhido através de um estudo de comportamento humano do passado, a histeria, evidenciada nas obras de Freud. A intenção é representar a Histeria, através de um conteúdo contemporâneo semelhante a esse conceito.

A revista tem como objetivo questionar perspectivas de normas, gêneros, moda e comportamento, instigando as suas correlações e semelhanças, através de novas visões inspiradoras sobre moda, arte, design gráfico em um contexto sociocultural e contemporânea.

Para as próximas edições, o tema (vício) de cada publicação pode ser definido através de discursos atuais sobre comportamento humano. Podemos utilizar como exemplo, o novo debate sobre

perspectivas de gênero, preconceito cultural e xenofobia, sexualidade, modificações corporais, etc.

A correlação entre estes temas possuem uma similaridade em seu objetivo como conceito. Com o resultado do conteúdo editorial, queremos questionar o leitor a definir uma nova visão sobre os temas abordados, desmistificando preconceitos através da arte, design e expressão visual.

### 3.1 ANÁLISE DE SIMILARES

Segundo Frascara (2006), é importante considerar uma pesquisa e análise de produtos similares para a concepção de um projeto. Esta análise consiste em investigar diversas revistas que surgiram de modo independente e possuem características correlacionadas ao produto editorial desenvolvido neste projeto - revistas impressas, com estética única e diferenciada, direcionadas para um público similar, como mostram nos quadros a seguir.

## Quadro 01 – Análise Revista Art Licks

<p><b>Revista: Art-Licks Magazine</b>  <b>Preço: £23</b></p>	<p><b>Dimensões: 22 x 30 cm</b></p>
<p><b>Descrição:</b> ArtLicks é uma renomada revista londrina independente, que começou a ser vinculada no ano de 2011. O projeto teve início com um blog onde eram anunciadas as principais exposições de arte contemporânea na cidade de Londres. Após uma grande quantidade de acessos, surgiu a necessidade da vinculação impressa desse blog, que hoje tem como principal fonte de comunicação a revista por assinatura que é distribuída mensalmente.</p>	

Fonte: Desenvolvida pelo Autor

## Quadro 02 – Análise Revista Tissue Magazine

	
<p><b>Revista: Tissue Magazine</b>  <b>Preço: €17</b></p>	<p><b>Dimensões: 20 x 30 cm</b></p>
<p><b>Descrição:</b> Issue é uma revista com base conceitual em fotografia, sua maior fonte de expressão visual. Com um aspecto monocromático, as imagens da publicação transitam entre o preto e branco, o azul e o bege, as principais cores utilizadas na identidade visual. As imagens são impactantes e possuem grande conotação sexual, tema principal dessa revista alemã.</p>	

Fonte: Desenvolvida pelo Autor

### Quadro 03 – Análise Revista Mais55

 	 
<p><b>Revista: Mais55</b>  <b>Preço:</b> R\$ 10 - 15</p>	<p><b>Dimensões:</b> 22 x 30 cm</p>
<p><b>Descrição:</b> A revista brasileira independente Mais55, possui como principal conteúdo imagens de fotógrafos colaboradores. Arte, moda e fotografia são os principais temas abordados. Parte do seu conteúdo é destinado a anúncios falsos de marcas famosas, em situações surreais, dando ênfase para a personalidade irônica das matérias da revista.</p>	

Fonte: Desenvolvida pelo Autor

## Quadro 04 – Análise Revista Nobra Paper

<p><b>Revista: Nobra Paper</b>  <b>Preço: £20</b></p>	<p><b>Dimensões: 30 x 35 cm</b></p>
<p><b>Descrição:</b> Nobra paper é um projeto independente de um fotógrafo e diretor de arte Nobra Paper. Através de representações visuais de moda e cultura subversivos e underground. Com grande apelo a figura masculina, Nobra sucede em transmitir uma comunicação jovem e contemporânea sobre a moda.</p>	



Observa-se que o conceito de cada revista é o principal diferencial para a concepção de cada edição. É notório que revistas independentes possuem uma gama de patrocínios limitados e menores, comparados com revistas mensais/semanais impressas por grandes editoras. Por isso, utilizam elementos visuais e gráficos, como tipografia e layout diferenciado como ferramentas de distinguir o seu produto com o mais comercial do mercado.

Existe uma particularidade na curadoria das matérias, e uma singularidade na expressão de cada conteúdo. As revistas independentes possuem públicos diferenciados e menores, e buscam fidelizar os seus compradores ao contrário de massificar a venda do produto. Singularidade acima do popular.

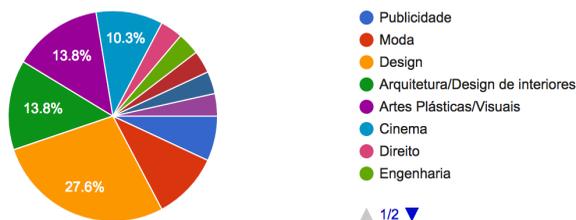
Após um estudo sobre as revistas similares no mercado, vamos analisar o público que compra e consome esse conteúdo.

### 3.3 PESQUISA DE PÚBLICO ALVO

Para a definição do público, optou-se por uma pesquisa abrangente e quantitativa sobre pessoas que trabalham no mercado criativo. Segundo Frascara, 2006, a melhor maneira de conseguir criar um projeto adequado para a necessidade encontrada, é conhecendo o público alvo.

Optou-se por uma pesquisa quantitativa digital, na qual os participantes foram selecionados pelo autor, com perfis que variam entre profissionais da indústria criativa, como publicitários, marketeiros, designers, escritores, arquitetos, artistas plásticos e estudantes.

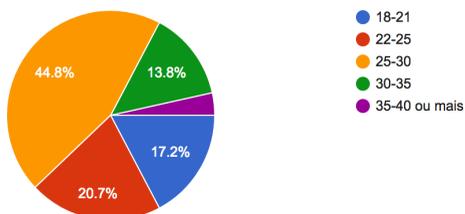
Figura 4 – Porcentagem da profissão dos Entrevistados



Fonte: Pesquisa realizada pelo autor

Através de redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas, o questionário foi realizado durante os dias 10 e 20 de setembro de 2017, e enviado de modo digital para os participantes. Ao total, foram coletadas 32 respostas.

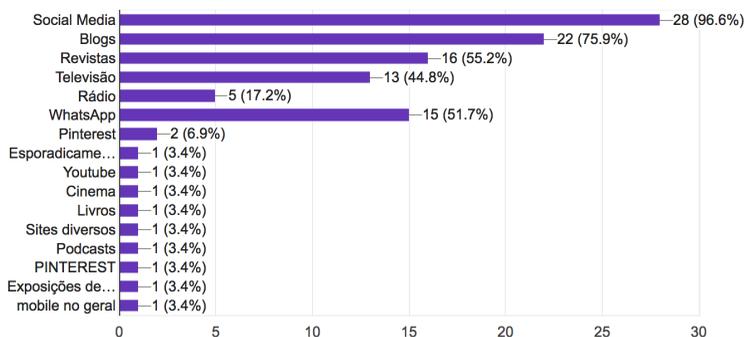
Figura 05 – Porcentagem da profissão dos Entrevistados



Fonte: Pesquisa realizada pelo autor

A maioria dos entrevistados possuem entre 25 e 30 anos. Observa-se que os meios digitais tornaram-se a principal fonte de informação dos participantes mais jovens, de 18 a 21. A principal fonte de informação digital atualmente está as redes social, com 96% os aplicativos como Facebook, Instagram e Twitter, lideram como principal acesso a informação diário, seguido dos blogs e páginas da web com 75%.

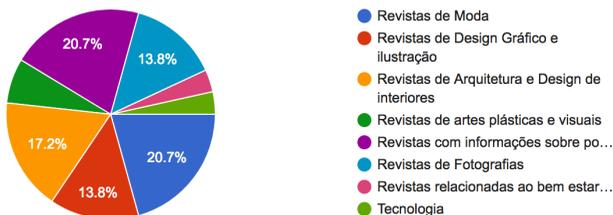
Figura 06 – Porcentagem da fonte de informação diária



Fonte: Pesquisa realizada pelo autor

Apenas 37% dos entrevistados afirmam adquirir revistas impressas. A maioria dos entrevistados possuem interesses por revistas que possuem maior apelo imagético, como temas relacionados a design gráfico, ilustração, moda e comportamento.

Figura 07 – Porcentagem do tipo de revista adquiridas pelos entrevistados

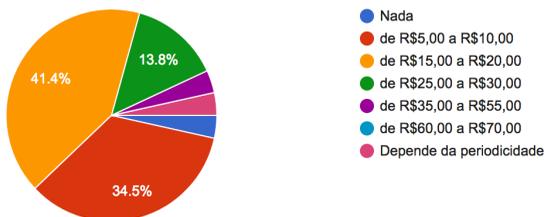


Fonte: Pesquisa realizada pelo autor

Quando perguntados sobre qual a principal diferença entre os meios digitais e impressos, o impresso é valorizado pela curadoria do conteúdo, experiência física e visual e exclusividade.

A faixa de preço predominante foi de R\$15,00 a R\$20,00. Poucas pessoas optaram por nenhum valor, e a segunda maior porcentagem variava entre R\$5,00 e R\$10,00. Isso comprova que as especificações de impressão devem ser baratas, para baratear o custo do material, ou a procura de patrocinadores para ajudar com os custos de impressão.

Figura 08 – Porcentagem do preço estipulado para cada entrevistado



Fonte: Pesquisa realizada pelo autor.

Quando perguntados sobre o que gostariam de encontrar na revista sugerida, os feedbacks foram muito positivos. As respostas variaram entre novidades sobre o que está acontecendo na atualidade e novidades em relação a apresentação visual do material.

Após a pesquisa realizada entre os é utilizado a técnica de personas é desenvolvida para representar verbalmente o público-alvo que o produto é destinado.

### 3.3 PERSONAS

Para Kalbach (2009), personas são descrições narrativas de arquétipos de usuários re etindo padrões de necessidades e comportamentos descobertos durante a inteligência do usuário. Personagens fictícios que ajudam o designer a imaginar o público para o projeto designado.

Será desenvolvido três personas distintas, descritas através de um texto que exemplifica a personalidade, estilo de vida, interesses e ocupações de cada personagem. As histórias serão fictícias, assim como o nome, idade e imagem de cada persona.

## Quadro 06 – Persona número 01

	<b>ANA PAULA</b>
	<b>27 anos, Brasileira Editora de Moda</b>
<p>Ana Laura é uma pessoa muito amigável, e se empolga facilmente com novas idéias. Morou por certo período em Nova York, mas o seu coração pertence a Madrid, na Espanha. Mora em São Paulo, é casada mas não possui filhos, mora com o marido em um apartamento no centro. Em suas horas vagas gosta de visitar galerias de arte e conhecer artistas e designers em feiras e eventos na cidade. É obcecada por instagram e redes sociais, e adora publicar fotos das roupas que usa nas redes. Trabalha em uma agência de moda e publicidade e em seu trabalho, assume o papel de uma editora de moda que está sempre a procura de novas referências. Está envolvida em produção de mídias e conceitos para campanhas de marcas de roupa e editoriais de moda. Seu trabalho faz parte da sua rotina e também da sua vida. Ela utiliza o Pinterest como seu banco de imagens pessoal, e respectivos blogs de moda para buscar suas referências. Ana possui a sua própria coleção de revistas que ela aprecia e recorre semanalmente, pois em sua concepção utilizar apenas meios digitais como fonte de referencias empobrece a sua pesquisa, e deixa o profissional mais vulnerável a repetição e a falta de inovação.</p>	

Fonte: Desenvolvido pelo autor

## Quadro 07 – Persona número 02

	<b>DIEGO</b>
	<b>22 anos, Brasileiro Estudante de Design</b>
<p>Diego é um garimpeiro de novidades profissionais e estudante nas horas vagas. Extrovertido e intenso, Diego o é o tipo de pessoa que sempre conhece algo diferente e interessante, sempre de maneira inusitada. O principal hobby do Diego é a música, onde ele possui um conhecimento aprofundado em diferentes estilos e nacionalidades. Atualmente Diego mora em Florianópolis, onde estuda as fases finais do curso de Design. Ele divide o apartamento com o seu namorado, que estuda cinema. Ambos são cinéfilos e adoram passar horas da noite assistindo filmes antigos. As referências de Diego não se limitam a apenas um site ou blog, ele sempre está procurando algo novo, em livros, revistas antigas e filmes.</p>	

Fonte: Desenvolvido pelo autor

## Quadro 08 – Persona número 03

	<b>JOANA</b>
	<b>24 anos, Brasileira Fotógrafa Freelancer</b>
<p>Joana está sempre a procura de novas referências visuais, tarefa recorrente no seu dia a dia, pois desde pequena Joana, é apaixonada por fotografia. Aos 12 anos ganhou a sua primeira câmara. Aos 16 sua paixão por moda e fotografia deram início quando começou a sua carreira de modelo. Aos 21, decidiu pausar a sua carreira, mas o meio no qual trabalhou proporcionou um trabalho atrás das câmeras. Recentemente formada em Design Gráfico, Joana segue carreira profissional como fotógrafa freelancer. Com uma personalidade amigável e espontânea, ela procura na moda e em fotógrafos renomados como referencia para os seus projetos. Joana possui uma grande coleção de revistas de moda, com foco em editorias de fotografia e estilo de vida. Já teve seus trabalhos publicados em inúmeras delas, e possui certa obsessão pelo impresso.</p>	

Após definir o público-alvo, vamos definir o conceito principal da revista, e seus principais desdobramentos para a fundamentação da identidade visual.

## 4 FUNDAMENTAÇÃO

Para a base conceitual visual e de conteúdo desse projeto, foi utilizado um dos estudos do pai da psicanálise, Sigmund Freud. Com o intuito de aprofundar o conhecimento sobre os estudos dessa pesquisa, e buscar informações que possam se transformar em elementos gráficos e visuais para o layout editorial da revista, foi realizada uma breve pesquisa sobre a história da histeria e a representações de suas causas e sintomas.

O conteúdo estudado a seguir, servirá de base conceitual descritiva para a construção do conteúdo textual e visual da revista. Nessa pesquisa é descrito a causa da histeria, aspectos científicos dos sintomas dessa doença, e a linha do tempo da existência da histeria na humanidade.

### 4.1 LINHA DO TEMPO

A histeria sempre existiu na história da humanidade. São documentados papiros egípcios que datam quatro mil anos, como o de “Kahum”, onde se descreviam diversos sintomas encontrados em mulheres, normalmente sinalizados por dores em diversos órgãos e paralisias em parte do corpo. A palavra histeria deriva da palavra grega *hystera*, que significa matriz ou útero.

Na idade média, sobre influência de concepções agostinianas a histeria era considerada uma doença manifestava-se apenas no sexo feminino e era relacionada aos órgão sexuais e reprodutivos da mulher. As históricas da idade média eram consideradas bruxas e conseqüentemente queimadas com a justificativa de que estariam possuídas por algum demônio. (BEZERRA SOUZA, 2004.)

Com o renascimento, e a desvinculação da histeria como algo místico, Freud seguindo a linha de seu amigo e psicanalista Charcot, relata que qualquer pessoa pode desenvolver essa doença, e sugere que a histeria tem início com uma experiência traumática e reprimida sofrida na infância, muitas vezes de caráter sexual. (FREUD e CHARCOT, 1891).

Através da técnica da hipnose, Freud induz os pacientes a reviver o trauma sofrido no passado, com o objetivo de entender a origem do problema, e a partir desse momento iniciar o tratamento do hístico. Comprovando que é possível curar doentes com essa técnica, Freud dá o primeiro passo ao afirmar que a hística não é uma doença de origem orgânica, e sim uma doença social. (ZIMMERMANN, 1999).

Atualmente o termo hística desapareceu da psiquiatria, por conta da evolução de estudos e de modernos manuais classificatórios presentes na Associação Psiquiátrica Americana. Os novos modelos nosológicos, categorizam o termo hística de acordo com a localização ou origem dos sintomas. Os sintomas históricos de natureza física passam a ser denominados somatoformes, e os sintomas de natureza psicológica passam a ser denominados dissociativos.

Apesar de inúmeras vantagens na subdivisão de casos isolados da manifestação da hística, perde-se a noção comportamental e de origem da doença, impedindo o avanço no estudo das pesquisas de fenômenos históricos, descontextualizados de seus objetivos e significados sociais. (GALLUCCI e MARCHETTI, 2009).

Figura 09 – Representação da linha do tempo da hística



Fonte: Desenvolvida pelo Autor

## 4.2 SINTOMAS

Essa patologia pode aparecer com variados sintomas físicos, psicológicos e comportamentais. Sua intensidade é proporcional a quantidade de traumas sofrido e reprimidos no passado, e esses sintomas são desencadeados com experiências similares a sofridas no passado.

A doença apresenta seis macro distúrbios motores (atualmente chamados de sintomas somatoformes) de ataques histéricos onde o paciente perde o controle de seus movimentos e em alguns casos extremos da consciência. Estes são descritos no livro Obras Completas de Sigmund FREUD, 1891, tais sintomas são desencadeados por uma ação que revive uma lembrança ou um trauma sofrido no passado.

- **Ataque convulsivos:** Estes são precedidos de uma “aura” peculiar: pressão no epigástrico, constrição na garganta, lacteamente nas têmporas, zumbido nos ouvidos, ou partes desse complexo de sensações. O ataque consiste em três fases, sendo a primeira semelhante a um ataque epilético normal, a segunda onde o doente apresenta movimentos em forma de arco e onde a força desenvolvida é muito grande. E a terceira, que se distingue das anteriores por atitudes que demonstram alucinações do histérico.

- **Zonas histerógenas:** Em íntima conexão com os ataques encontramos as chamadas “zonas histerógenas” áreas supersensíveis do corpo, nas quais um leve estímulo desencadeia um ataque cuja aura muitas vezes começa por uma sensação proveniente dessa área. Elas variam de acordo com o paciente, mas podem ser numerosas, ou às vezes poucas, sendo unilaterais ou bilaterais.

- **Distúrbios da sensibilidade:** Consistem em anestesia (sensação de dor, temperatura, pressão ou eletricidade, ou a sensibilidade muscular) ou com maior frequência a hemianestesia (atingem membros e órgãos internos, como por exemplo a língua, a laringe ou a genital como um todo) e apresentam, quanto á extensão e ao grau de intensidade, uma variabilidade não observada em nenhuma outra doença.

- **Distúrbios da atividade sensorial:** Esse sintoma pode afetar todos os órgãos e sentidos e pode ser desencadeado simultaneamente e de maneira independente. Eles consistem em: Fundo do olho normal ao exame, ausência do reflexo conjuntival e diminuição do reflexo coreano; estreitamento do campo visual; redução da percepção luminosa; e

acromatopsia. No caso do ultimo sintoma citado, a sensibilidade ao roxo é a primeira a ser perdida, e a sensibilidade ao vermelho ou azul é a que persiste por mais tempo.

- **Paralisias:** As paralisias histéricas não levam em conta a estrutura anatômica do sistema nervoso, ou seja elas são desencadeadas de maneira aleatória. Elas podem se manifestar em membros específicos, com nenhuma relação siológica. Se o paciente permanece muito tempo com algum membro paralisado, o mesmo corre o risco de atro ar-se, com manifestações na fola, membros do corpo e em movimentos motores.

- **Contraturas Muscular:** As contraturas, ou contrações musculares, ocorrem de maneira aleatória sem nenhum estímulo ou em qualquer posição, nos músculos mais variados. Nos casos mais graves elas surgem com excessiva intensidade e apresentam uma persistência incomum.

Para essa próxima análise, será citado o estudo sobre as variantes da histeria em um contexto contemporâneo, utilizando como base o estudo do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, DSM, APA, 2000.

Juntamente aos distúrbios físicos na histeria, é observado uma grande leva de distúrbios psíquicos, chamados de sintomas dissociativos que podem ser descritos como alterações na distribuição normal do sistema nervoso.

Esse distúrbio interfere na associação de idéias, inibições na atividade da vontade, exagero e repressão dos sentimentos.

- **Fuga dissociativa:** A perturbação predominante é uma viagem súbita e inesperada para longe de casa ou do local costumeiro de trabalho do indivíduo, com incapacidade em recordar o próprio passado.

- **Transtorno dissociativo de identidade:** Presença de duas ou mais identidades ou estados de personalidade distintos (cada qual com seu próprio padrão relativamente persistente de percepção, relacionamento e pensamento acerca do ambiente e de si mesmo).

- **Transtorno de despersonalização:** Experiências persistentes ou recorrentes de sentir-se desligado de si próprio e de como se o indivíduo fosse um observador externo dos próprios processos mentais ou do próprio corpo (p.ex., sentir-se como em um sonho).

- **Amnésia dissociativa:** A perturbação predominante consiste em um ou mais episódios de incapacidade de recordar informações pessoais importantes, em geral de natureza traumática ou estressante, demasiadamente extensa para ser explicada pelo esquecimento normal.

A partir dessa pesquisa mais profunda das principais características da histeria, é definido os principais elementos que possam ser transformados em elementos visuais para a construção da identidade editorial da revista.

### 4.3 EXPRESSÃO VISUAL DA HISTERIA

Para o desdobramento de aspectos gráficos e visuais que possam ser transparecidos na revista, será utilizado a técnica de mindmaps para encontrar no estudo referente a histeria levantado anteriormente, palavras e conceitos que possam ser atribuídos elementos gráficos e visuais para o projeto editorial.

Observa-se que o estudo possui três principais tópicos de análise. O primeiro referente ao histórico do significado da histeria na história das civilizações. O segundo e o terceiro, referentes aos distúrbio motores e psíquicos, referentes aos sintomas provocados no paciente.

Para a delimitação de palavras que possam ser aplicadas em um conceito gráfico visual, será desenvolvido um mindmap para os três principais fatores do estudo realizado que contribuem para representar a evolução da histeria na sociedade atual.

Figura 10 – Mindmap da História da Histeria na Sociedade



Fonte: Desenvolvida pelo autor

A palavra chave elegida pelo autor que mais representa esse período seria resiliência. Sobre todos os períodos presentes, o conhecimento aprofundado das características da doença, contribuiu para a educação da sociedade em relação aos pacientes, que precisaram lutar para conquistar esse espaço.

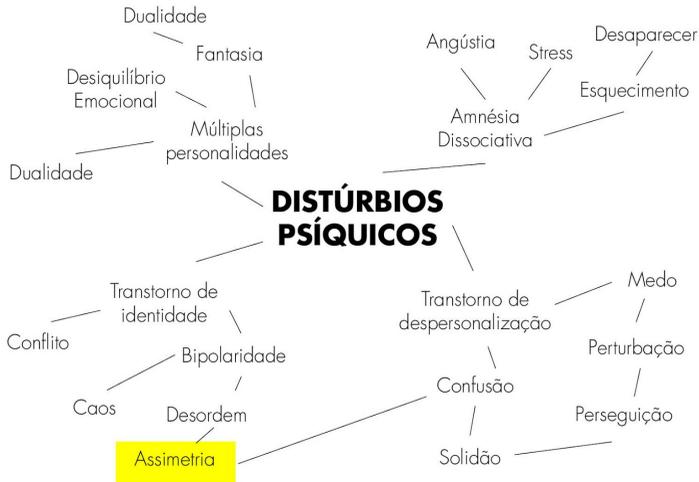
Figura 11 – Mindmap dos distúrbios motores ocasionados pela Histeria



Fonte: Desenvolvido pelo autor

O segundo mindmap, referente aos distúrbios motores provocados pela histeria, apresenta o desmembramento dos principais sintomas descritos por Freud. O fato de serem sintomas explosivos e muitos deles incontroláveis, são atribuídos pelo autor para a característica da brutalidade.

Figura 12 – Mindmap dos distúrbios psíquicos ocasionados pela Histeria



Fonte: Desenvolvido pelo autor

O último mindmap desenvolvido, possui como base os distúrbios psíquicos e seus transtornos. Os transtornos de perspectivas psíquicas, possuem como sintomas a confusão entre os sentimentos e a ilusão das percepções visuais. A palavra “Assimetria” foi escolhida pelo autor como a que melhor representa esse transtorno.

Resiliência, Assimetria, Brutalidade são definidas como as três palavras que devem guiar o conceito principal da publicação. Objetivando uma melhor representação visual de como esses conceitos podem ser transcritos de maneira visual, será utilizado a técnica de painés semânticos de um modo adaptado para visualizar elementos visuais, que possam ser representados no layout.

#### 4.4 PAINÉIS SEMÂNTICOS

Para melhor explorar as emoções e sentimentos por trás do produto de design, e auxiliar nas delimitações estéticas e visuais, são desenvolvidos painéis semânticos que ajudam a solucionar dúvidas e ambiguidades que atrapalham na prospeção do produto editorial.

É essencial a criação de painéis semânticos para a visualização de conceitos descritivos que acabam se tornando muito abstratos quando não acompanhados de referências visuais.

Segundo BURDEK, (2005) o trabalho com métodos visuais é essencial na prospeção de produtos de design. As descrições verbais de conceitos do projeto não são suficientes para a melhor expressão conceitual e gráfica de uma publicação, e evitam equívocos de entendimento do real problema.

Com os principais conceitos estabelecidos, é desenvolvido a seguir os painéis visuais para cada conceito. As imagens escolhidas, referem-se a elementos visuais e fotográficos que possam ser replicados e transformados em elementos editoriais.

É estabelecido que cada painel irá representar um elemento de diagramação do projeto editorial. O painel visual de resiliência, irá representar o grid editorial. Brutalidade irá representar a identidade editorial e o painel de assimetria, a diagramação.



Resiliência consiste na capacidade de subverter e renascer de situações destrutivas, ou desmoralizantes. As imagens escolhidas para esse painel almejam transparecer serenidade, limpeza e clareza. Um recomeço.

Com elementos visuais limpos, o painel servirá de inspiração para a construção do grid da revista. É escolhido pelo autor uma base sólida para a concepção de elementos gráficos e visuais que possam ser desconstruídos através da diagramação.

Figura 14 – Painel Visual de Brutalidade



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Elementos agressivos e experimentais, evidência o impulso da brutalidade. O painel visual apresenta características robustas e espontâneas, com elementos que representam a desconstrução de elementos sólidos.

O painel servirá como inspiração para a construção da identidade visual da revista, que englobam a criação de elementos gráficos que simbolizam a identidade editorial.

Figura 15 – Painel Visual de Assimetria



Fonte: Desenvolvido pelo autor

O painel de assimetria, foi inspirado no aspecto ilusório dos distúrbios psíquicos, e apresenta elementos e imagens que representam a confusão da percepção. Distorção, irregularidades e ilusões, são os principais elementos visuais deste painel.

A assimetria será inspiração para a diagramação dos elementos gráficos e textuais da revista.

### 4.5 CONTEÚDO

A proposta da revista é que o conteúdo seja enviado por colaboradores e que a partir do material recebido, seja desenvolvido um projeto gráfico para apresentar esse conteúdo específico. A prospecção de colaboradores é realizada através de uma apresentação PDF, que explica o conceito da revista e todas as possibilidades de materiais que se encaixam no perfil do projeto.

Figura 16 – Apresentação do conceito da revista para colaboradores



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Com o intuito de facilitar o processo de produção da revista e por se tratar de um projeto acadêmico, foi necessário utilizar conteúdos prontos, retirados de blogs e revistas online.

O conteúdo escolhido, engloba arte, moda, design gráfico, ilustrações, entrevistas, comportamento e editoriais. O objetivo principal era exemplificar diferentes maneiras de abordar a histeria, seja em representações visuais ou textuais.

## 5 LAYOUT

### 5.1 TIPOGRAFIA

Uma tipografia para texto deve ser legível, útil e funcional, e mais do que tudo, deve comunicar o conceito principal de uma publicação, e tendo relação direta com o conteúdo apresentado. Deve expressar nossa cultura, nossos desejos e nossos pensamentos.

Todo projeto incorpora um espírito, e encontrar uma tipografia que melhor representa esse espírito, é fundamental para uma comunicação clara e eficiente. Compreender o que deve ser comunicado irá direcionar o projeto editorial pelo vasto número de tipografias disponíveis.

Segundo FONTURA e FUKUSHIMA, 2012, a letra por si mesma, excluindo algumas características individuais, é uma verdadeira ilustração. Há um esforço do designer no sentido de tornar isto uma realidade cada vez mais presente. As letras reforçam e enfatizam os conteúdos apresentados.

Objetivando transparecer contemporaneidade para o projeto proposto, é escolhido a família de fontes Druk para serem utilizadas em títulos e destaques nas matérias da revista. Essa família possui variações em suas, em diferente formatos.

Para Títulos e olhos de matéria, será utilizado a fonte Druk Wide Medium, onde temos grande impacto na aplicação e uma boa legibilidade. Seguida pela Fonte Druk Condensed Super, apenas para títulos que almejam grande contraste e destaque.

Figura 17 – Fonte Druk Wide Medium

**Druk Wide Medium**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj**  
**Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss**  
**Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz**

**012345667890**

Fonte: Imagem desenvolvida pelo autor

Após testes de impressões realizados na Druk Condensed Super, é observado que a fonte necessita que o kerning seja aumentado para 30pt e o tamanho seja sempre maior que 70pt para que exista legibilidade.

Figura 18 – Fonte Druk Condensed Super

**Druk Condensed Super**  
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz  
01234567890

Fonte: Imagem desenvolvida pelo autor

Para o corpo do texto, é escolhido a fonte Gotham, no formato light. Sem serifa, a fonte possui elementos minimalistas e geométricos em seu corpo de texto, e uma mancha gráfica adequada para a proposta do revista. A escolha da fonte clean e geométrica como a Gotham, traz equilíbrio e contraste com expressividade da fonte Druk.

Figura 19 – Fonte Gotham Light

Gotham Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo  
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz

012345667890

Fonte: Imagem desenvolvido pelo autor

Segundo Cyril Burt (1959), há padrões de tipografia para textos a serem considerados onde se leva em conta idade x tamanho do tipo. Seguindo a proposta do público alvo com faixa etária entre 22 e 25 anos, e após testes de impressões realizados com a tipografia, conclui-se que o tamanho de 8pt é o suficiente para uma boa legibilidade.

## 5.2 PROJETO GRÁFICO

A comunicação visual é apresentada pelo layout que formam as páginas e preenchimento do espaço com o conteúdo em acordo com a estética do tema e conteúdo visual. O princípio primário do layout é fornecer ao leitor a navegação mais clara possível do tema mais complexo, de modo objetivo. (AMBROSE, 2005.)

O grid é uma estrutura que fortalece o conceito de uma publicação, e ajuda na organização visual das informações. Definido por linhas verticais e horizontais, o grid delimita espaços e concretiza um guia de identidade visual de uma publicação. O designer holandês Wim Crowel compara o grid com as linhas de um campo de futebol, na qual interfere diretamente como uma partida deve ser jogada.

Para a produção do material em um software de diagramação, é necessário ao criar o documento a estruturação de um diagrama, que servirá como guia de limitações e regras para a padronização do projeto editorial.

Nessa revista, o grid e o diagrama foram criados usando o método proposto por Castro e Perassi (2013), utilizando a tipografia como base e definindo as etapas de estruturação de um projeto gráfico na seguinte sequência:

1. Definição da tipografia.
2. Estabelecimento da entrelinha.
3. Determinação do módulo.
4. Dimensionamento da forma da página e construção do grid (módulos).
5. Criação de uma escala modular.
6. Representação do diagrama.
7. Distribuição de texto e imagens para compor a mancha gráfica.

Esse método foi desenvolvido e aplicado através do uso do software de diagramação Adobe InDesign®.

Para iniciar o projeto, a fonte escolhida foi a Gotham Light, com o tamanho de 8pt. A fonte sem serifa, reforça a jovialidade e a modernidade da publicação, onde é atribuído uma entrelinha 9,6pt, 20% maior que o tamanho da fonte.



Figura 21 – Cálculo dimensionamento da página



Fonte: Desenvolvida pelo Autor

Após a adaptação do tamanho do produto, temos uma nova medida, 209,93x297,968mm.

### 5.2.3 Escala, Diagrama e Mancha Gráfica

Dando continuidade ao processo, é necessário definir o tamanho da mancha gráfica, para criação de colunas e margens que se adaptem ao layout proposto. Nesse momento, é necessário, medir em pontos todas as letras da fonte escolhida de modo seguido, e aplicar na tabela comparativa de média de caracteres por linha.

Figura 22 – Tamanho da fonte escolhida



Fonte: Desenvolvida pelo Autor

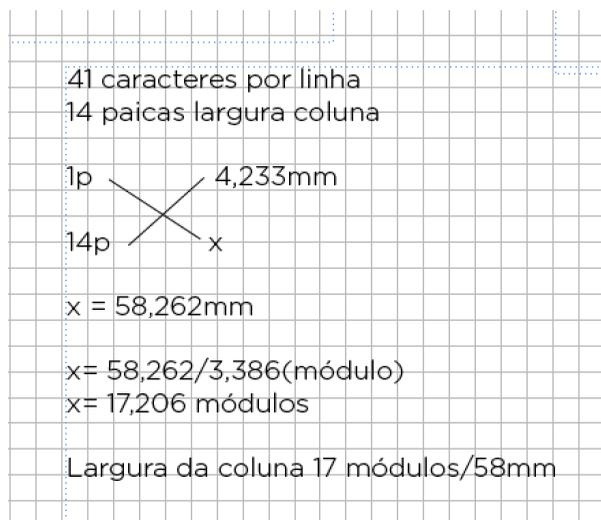
Figura 23 – Tabela da média de caracteres por linha

MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA																	
LARGURA DA COLUMNA (palcas)	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	
COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa-baixa (pontos)	80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160
	85	38	45	53	60	68	76	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	64	70	76	82	88	94	100	105	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	48	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	46	49	52	55	58
	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	49	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: AMBROSE, 2005

Após cruzar os valores, é escolhido a largura com 14 paicas para a mancha gráfica da revista. Essa largura é ideal para a criação de múltiplas colunas na revista, trazendo dinamismo para o layout. Após a definição da mancha em paicas, é transformado esse valor em módulos e mm. E consequentemente, aplicando esses valores no grid do arquivo.

Figura 24 – Cálculo largura de cada coluna



Fonte: Desenvolvido pelo autor

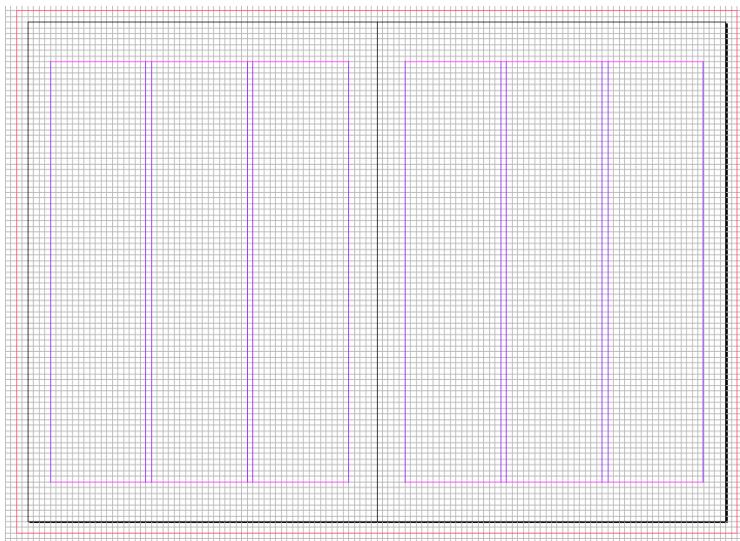
Após definição desses valores, será definido as margens e colunas do arquivo, para delimitar as áreas de aplicação, dos elementos definidos anteriormente.

Figura 25 – Cálculo da distância dos módulos

módulo
$3,386 \times 3,386\text{mm}$
margem interna (medianiz)
$5 \text{ módulos} = 3,386 \times 5 = 16,93 \text{ mm}$
margem externa
$4 \text{ módulos} = 3,386 \times 4 = 13,544 \text{ mm}$
margem superior
$7 \text{ módulos } 3,386 \times 7 = 23,702 \text{ mm}$
margem inferior
$7 \text{ módulos } 3,386 \times 7 = 23,702 \text{ mm}$

Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 26 – Exemplo da definição do Grid e malha gráfica no Adobe InDesign®



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Após definido o projeto gráfico, podemos avançar para a criação da linguagem visual do material. Nela serão abordados elementos gráficos e visuais que contemplarão a identidade editorial da publicação.

### 5.3 ESPELHO EDITORIAL

O começo, o meio e o fim de uma revista contam uma história, e cada revista tem o seu modo de contar a sua própria história. A estrutura de uma publicação é caracterizada pela ordem que as informações e páginas estão dispostas.

É o ponto principal que diferencia uma publicação impressa de uma página na web, pois no ambiente online o leitor pode decidir qual informação ele vai ler, e no material impresso isso já foi pensado por ele.

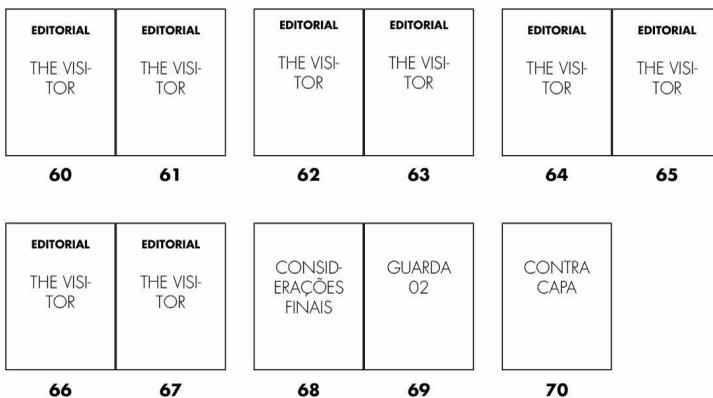
Em revistas, uma estrutura tradicional já foi automaticamente formada e engessada ao decorrer das décadas, sendo a abertura algum anúncio comercial, seguida do índice e por uma nota apresentando o editor e os contribuidores e claro, o conteúdo que geralmente é apresentado com algum lettering estourado em alguma página, um ensaio fotográfico, agradecimentos e talvez algum anúncio a mais na capa.

Quando uma estrutura tradicional é abandonada, deve-se se fazer um esforço para acentuar o significado do novo que esta sendo proposto. O storytelling é fundamental para a construção de uma publicação. Ele deve iniciar dramático, e aos poucos acrescentar o envolvimento do leitor, que só consegue ser alcançado com a aplicação de um rítmico estrutural limpo e coerente.

Figura 27 – Espelho Editorial da publicação

CAPA		GUARDA 01/ ABERTURA	ABERTURA	COLAB- ORADORES	SUMÁRIO
<b>1</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>FOTOGRAFIA</b> I NEVER LEARN TO DANCE					
<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
<b>FOTOGRAFIA</b> I NEVER LEARN TO DANCE	<b>FOTOGRAFIA</b> I NEVER LEARN TO DANCE	<b>COMPORTA- MENTO</b> A MODA TEM UM PROBLEMA	<b>COMPORTA- MENTO</b> A MODA TEM UM PROBLEMA	<b>COMPORTA- MENTO</b> A MODA TEM UM PROBLEMA	<b>COMPORTA- MENTO</b> A MODA TEM UM PROBLEMA
<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>
<b>COMPORTA- MENTO</b> A MODA TEM UM PROBLEMA	<b>COMPORTA- MENTO</b> A MODA TEM UM PROBLEMA	<b>COMPORTA- MENTO</b> A MODA TEM UM PROBLEMA	<b>COMPORTA- MENTO</b> A MODA TEM UM PROBLEMA	<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON	<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON
<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>
<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON	<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON	<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON	<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON	<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON	<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON
<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>

<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON	<b>FOTOGRAFIA</b> STEPH WILSON	<b>ENTREVISTA</b> QUANDO CARA EN- CONTRA ADWOA	<b>ENTREVISTA</b> QUANDO CARA EN- CONTRA ADWOA	<b>ENTREVISTA</b> QUANDO CARA EN- CONTRA ADWOA	<b>ENTREVISTA</b> QUANDO CARA EN- CONTRA ADWOA
<b>30</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>35</b>
<b>ENTREVISTA</b> QUANDO CARA EN- CONTRA ADWOA	<b>ENTREVISTA</b> QUANDO CARA EN- CONTRA ADWOA	<b>ENTREVISTA</b> QUANDO CARA EN- CONTRA ADWOA	<b>ENTREVISTA</b> QUANDO CARA EN- CONTRA ADWOA	<b>ARTE VISUAL</b> PIERRE MOLINIER	<b>ARTE VISUAL</b> PIERRE MOLINIER
<b>36</b>	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>41</b>
<b>ARTE VISUAL</b> PIERRE MOLINIER					
<b>42</b>	<b>43</b>	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>47</b>
<b>MÚSICA</b> FEVER RAY	<b>MÚSICA</b> FEVER RAY	<b>MÚSICA</b> FEVER RAY	<b>MÚSICA</b> FEVER RAY	<b>MÚSICA</b> FEVER RAY	<b>MÚSICA</b> FEVER RAY
<b>48</b>	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>53</b>
<b>MÚSICA</b> FEVER RAY	<b>MÚSICA</b> FEVER RAY	<b>EDITORIAL</b> THE VISI- TOR	<b>EDITORIAL</b> THE VISI- TOR	<b>EDITORIAL</b> THE VISI- TOR	<b>EDITORIAL</b> THE VISI- TOR
<b>54</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>57</b>	<b>58</b>	<b>59</b>



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Após o desenvolvimento do espelho e estruturação da revista, já é possível começar o processo de criação e diagramação.

## 5.4 LINGUAGEM VISUAL

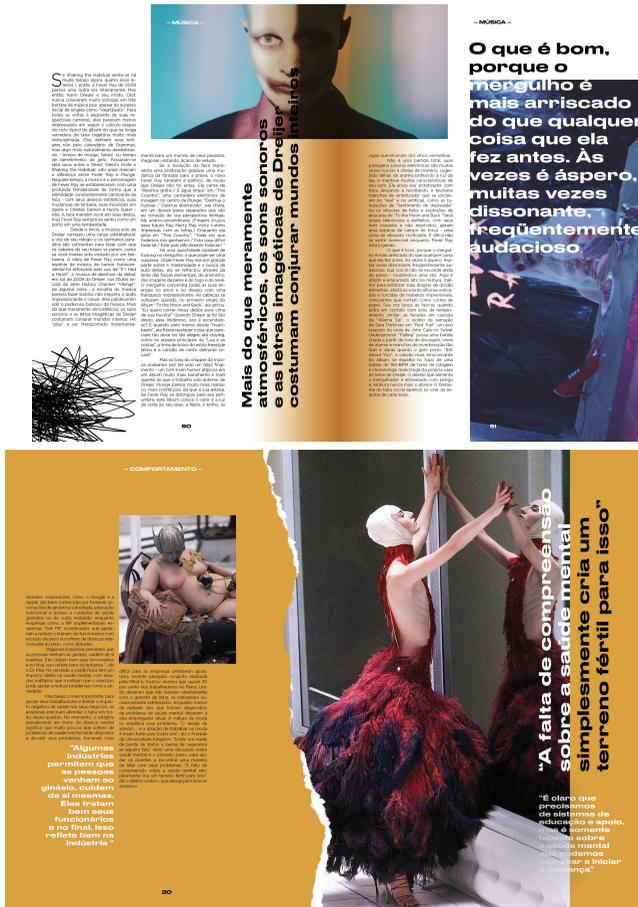
A linguagem visual se dá pelo tipo de comunicação que uma revista abrange, ou pode-se dizer, pelo modo que a revista enxerga o mundo. É notório a diferença de uma revista de moda com uma revista empresarial. O conteúdo dessas duas revistas é diferente, logo o layout, a tipografia e o espelho editorial serão diferentes, já que a linguagem visual é um reflexo do conteúdo da publicação editorial.

A linguagem visual adiciona mais uma variável para a experiência do leitor: não-linear. Leitores não precisam ir diretamente de uma linha para a próxima, mas podem escolher uma rota como em um palimpsesto, onde o formato do layout é um recurso. (FRANCESCO FRANCHI, 2010).

Opta-se para a construção visual da revista, a utilização de elementos gráficos que unam o conceito principal da publicação, e construam uma unidade para o produto final. Utilizando como base os painéis semânticos e os mindmaps apresentados anteriormente, é desenvolvido intervenções gráficas para a criação de uma linguagem visual.



Figura 29 – Aplicações dos elementos gráficos com base na Assimetria



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Em relação a assimetria, a diagramação das colunas e a invasão do texto sobre as imagens, foram as características definidas para representar essa característica. É observado no layout uma repetição de sobreposição do texto em imagens, e a inversão das cores como uma maneira de desconstruir o Grid. A utilização da tipografias em destaque na vertical, ajudam a transmitir a idéia de desconstrução, e enfatizam a identidade do layout.

Para melhor representar a união desses dois conceitos (Brutalidade e Assimetria) é escolhido desenvolver uma tipografia própria para o título da revista. Através de ferramentas manuais, e consequentemente transformadas em digitais, foi desenvolvido o título da revista.

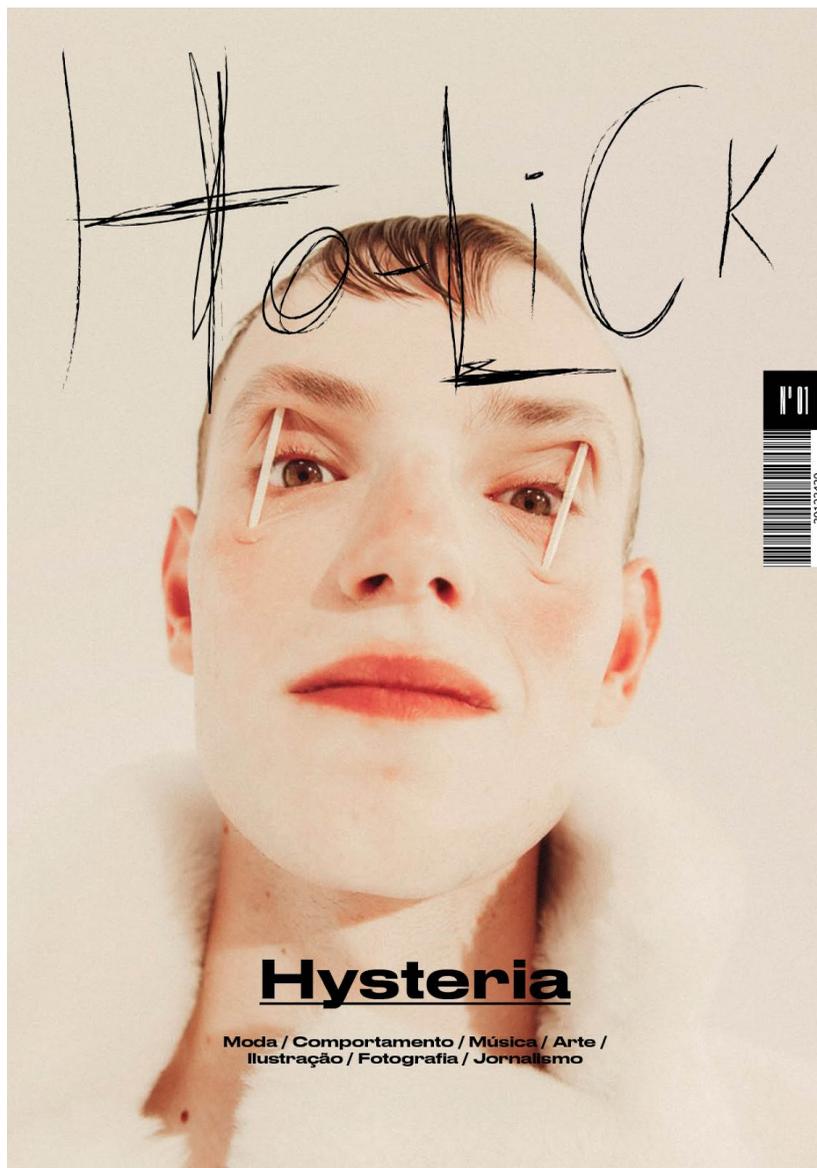
Figura 30 – Representação da Fonte desenvolvida pelo autor

The image shows a hand-drawn sketch of the word "Ho-LiCK" in a very rough, expressive, and somewhat chaotic font. The letters are formed with multiple overlapping strokes, giving them a textured, almost scribbled appearance. The 'H' is particularly tall and narrow, with a horizontal bar that is slightly uneven. The 'o' is a simple circle with a few extra lines. The 'L' is tall and thin, with a horizontal base. The 'i' is a simple vertical line with a dot. The 'C' is a large, open curve. The 'K' is formed with several overlapping strokes, giving it a complex, layered look. The overall style is very raw and unrefined, consistent with the concepts of "Brutalidade" and "Assimetria" mentioned in the text.

Fonte: Desenvolvido pelo autor

## 6 PROPOSTA FINAL

Figura 31 – Capa da Revista Ho-Lick



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 32 – Miolo Revista Ho-Lick

# The Hysteric Issue

HO-LICK NÚMERO 01

Ho-Lick significa questionar percepções de normalidade, gênero, raça e comportamento, indagando as suas condições e semelhanças, representando um desafio realista às dinâmicas socioculturais e contemporâneas. Somos uma revista independentemente produzida, cada edição um tema culturalmente específico e ao qual se convidam fotógrafos colaboradores. Não adotamos esse conceito através de temas ou séries fotográficas ou de moda, arte e design gráfico. Não há primeira edição, o tema abordado será baseado na obra escolhida, nomeadamente de Sigfried Freud, o livro reúne aspectos psicológicos de inspiração freudiana e

psicanálise, original por trauma e experiência representada no sentido da infância. Freud deu o primeiro passo ao criar a psicanálise que a história e a cultura ocidental. Por ter podido se aborvir e investigar a relação estrutural existente de modo positivo, Freud tornou-se famoso entre a população que vivia em um momento em que a cultura através de livros, filmes, teatro e outras representações sociais, estava a fazer uma revolução. Uma visão sobre a história e suas raízes culturais na sociedade atual, representada de modo criativo através de ilustrações, fotografias, colagens, montagens ou animações.



FEATURING

**STEPH WILSON  
VINICIUS DANTAS  
CLAIRE MCGUIVOR  
SARA PARKER  
GIOVANNI SHEIN  
KENDRA BARKER  
SOFIA JUSTOS  
MAGNOLIA CRAWFORD**

HO-LICK

www.ho-lick.com.br

11.

32.

40.

50.

**SUMÁRIO**

06. I never learned to dance.

14. A moda tem um problema de saúde mental?

22. Steph Wilson

35. Quando Clara encontra Adwoa.

40. Pierre Molinier

42. Fever Ray: Review Album Plunge

56. The Visitor

Fonte: Desenvolvido pelo autor



Figura 34 – Miolo Revista Ho-Lick

– FOTOGRAFIA –

Foi, antes de, antes  
loco de infância  
que Tycho conhecia  
Lindgarðurhúseti,  
que mais tarde se  
leitor para o seu  
Learned to Dance.  
O título em si é um  
atividade que Tycho  
trabalhar no pro-  
jeto: "para mim, é  
tenha aprendido  
eu tenho que en-  
maneira de encor-  
trar, alegria no meu  
Vida".



11

– FOTOGRAFIA –



Vislumbres na vida cotidiana dos residentes de Lih-  
ber, rindo na cama e os passaportes que foram através de  
tudo o mundo. O resto, há que anjos, a do-  
ao oferecer uma janela para o mundo deles. "A doença  
mental não deve ser um estigma", diz ele.



"Nunca falar  
sobre doenças  
mentais é mes-  
que falamos so-  
quebada ou  
doenças".

Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 35 – Miolo Revista Ho-Lick



**COMPORTAMENTO**

## A moda tem um problema de saúde mental?

**Por Helena Piko**  
Business e Fashion Website  
Novembro 28, 2016 09:30

**As pressões excessivas da moda podem deixar seus trabalhadores vulneráveis a problemas de saúde mental, impactando empregadores e empregadoras. O que a indústria pode aprender de outros setores?**

Artistas de rua fazem um grande corte de cabelo em uma cabeça de fazedor. No entanto, o corte criativo e a saúde mental são dois assuntos de saúde. Contudo, quando os modelos desistem de trabalhar, não há ninguém para substituí-los. Isso pode ser considerado o que os profissionais de moda em geral – o não apenas criativos, mas também os técnicos, os estilistas e fotógrafos. Com a falta de conexão emocional, o trabalho em moda está cada vez mais isolado e menos empático para os indivíduos em todos os níveis.

Além disso, os profissionais de moda são frequentemente expostos a níveis elevados de estresse. De acordo com o estudo de 2014 de Emma Harris, chefe de tendências do local de trabalho da moda, uma pesquisa realizada com profissionais de moda revelou que 60% dos entrevistados afirmaram que o estresse no trabalho afetava seu bem-estar físico e mental. Isso também se refletiu em sua produtividade e qualidade de vida.

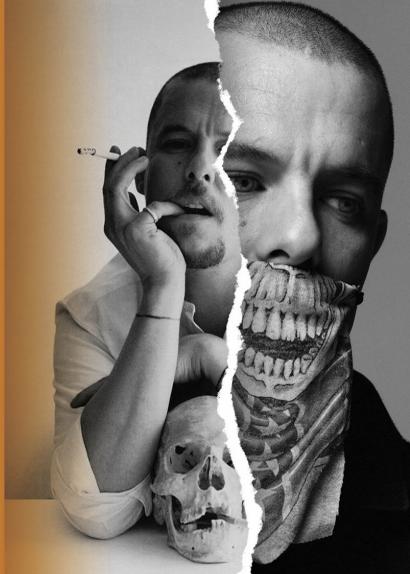
Além disso, a pressão da indústria da moda geralmente pode significar uma pressão adicional no trabalho. Isso se reflete na saúde mental dos modelos. A falta de equilíbrio na vida pessoal e profissional pode levar a problemas de saúde mental. Isso também se reflete na saúde mental dos profissionais de moda. A falta de equilíbrio na vida pessoal e profissional pode levar a problemas de saúde mental.

**COMPORTAMENTO**

## As empresas de moda preclaram por mais responsáveis com problemas de saúde mental entre seus funcionários\*

Estimativa de 2014 da McKinsey que identifica a saúde mental como um setor. Uma pesquisa realizada com profissionais de moda revelou que 60% dos entrevistados afirmaram que o estresse no trabalho afetava seu bem-estar físico e mental. Isso também se refletiu em sua produtividade e qualidade de vida.

Além disso, a pressão da indústria da moda geralmente pode significar uma pressão adicional no trabalho. Isso se reflete na saúde mental dos modelos. A falta de equilíbrio na vida pessoal e profissional pode levar a problemas de saúde mental. Isso também se reflete na saúde mental dos profissionais de moda. A falta de equilíbrio na vida pessoal e profissional pode levar a problemas de saúde mental.



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 36 – Miolo Revista Ho-Lick

- COMPORTAMENTO -

**A falta de compreensão sobre a saúde mental simplesmente cria um terreno fértil para isso. Muitas empresas também oferecem programas corporativos de saúde e bem-estar que encorajam os trabalhadores a tirarem tempo do escritório para se cuidar fisicamente.**

- COMPORTAMENTO -

Após uma audição, a EDF Empretec, uma grande empresa de engenharia de energia elétrica, contratou a atriz e diretora de teatro para criar um programa de saúde mental para os funcionários. O programa foi desenvolvido em conjunto com a equipe de recursos humanos e o departamento de bem-estar da empresa. O programa inclui workshops de saúde mental, sessões de terapia em grupo e programas de apoio emocional. O programa também oferece suporte financeiro para a contratação de um terapeuta individual. O programa foi desenvolvido em conjunto com a equipe de recursos humanos e o departamento de bem-estar da empresa. O programa inclui workshops de saúde mental, sessões de terapia em grupo e programas de apoio emocional. O programa também oferece suporte financeiro para a contratação de um terapeuta individual.

- COMPORTAMENTO -

Desde concebido como o Ho-Lick, a revista tem sido considerada por muitos como a revista de moda mais exclusiva e exclusiva do mundo. A revista é conhecida por suas imagens de alta qualidade e seus artigos de moda. A revista também oferece uma variedade de programas de saúde mental para os funcionários. O programa inclui workshops de saúde mental, sessões de terapia em grupo e programas de apoio emocional. O programa também oferece suporte financeiro para a contratação de um terapeuta individual.

- COMPORTAMENTO -

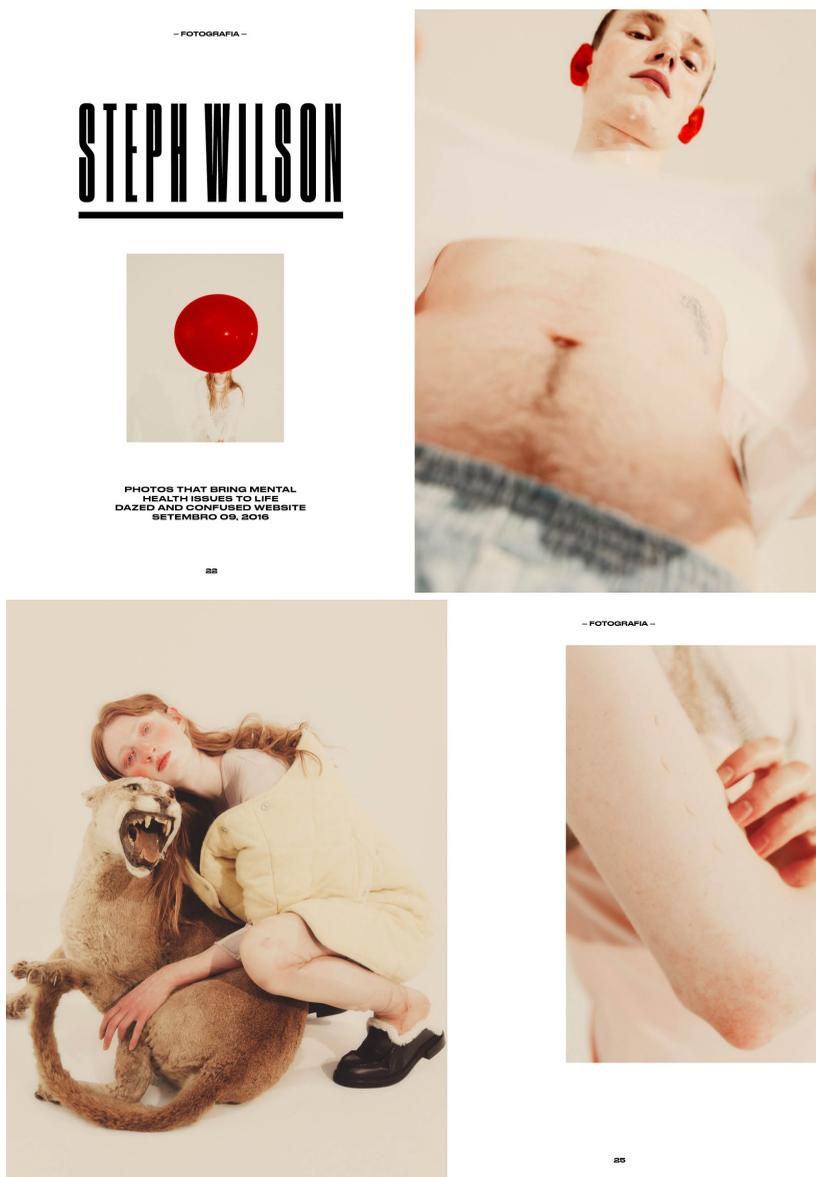
**"A falta de compreensão sobre a saúde mental simplesmente cria um terreno fértil para isso"**

**"É claro que precisamos de sistemas de adoção e apoio, mas é somente através da saúde mental que podemos começar a iniciar a mudança"**

30

Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 37 – Miolo Revista Ho-Lick



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 38 – Miolo Revista Ho-Lick

– FOTOGRAFIA –



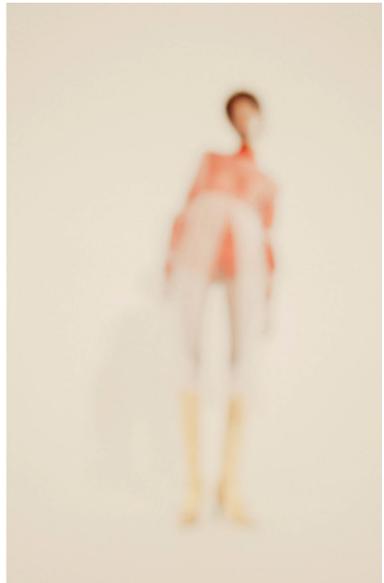
26



– FOTOGRAFIA –



28



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 39 – Miolo Revista Ho-Lick



— FOTOGRAFIA —



31



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 40 – Miolo Revista Ho-Lick



— ENTREVISTA —

**ADOWA:** Ninguém jamais me educou em saúde mental. Eu me tornei não só uma mãe, mas também uma filha. E tudo era brilhante, e então, de repente, foi embora deixando um buraco profundo.

**CARA:** Deixante como um raio, choca como trovão.

**ADOWA:** Instantaneamente. E, mais, pois eu tinha um instância na sua maneira de lidar com as coisas.

**CARA:** Um dia quando fiquei muito triste, ela veio com um corte gigante em seu peito, talvez algo sério demais. Mas se é algo sério, então não é realmente um problema, não é?

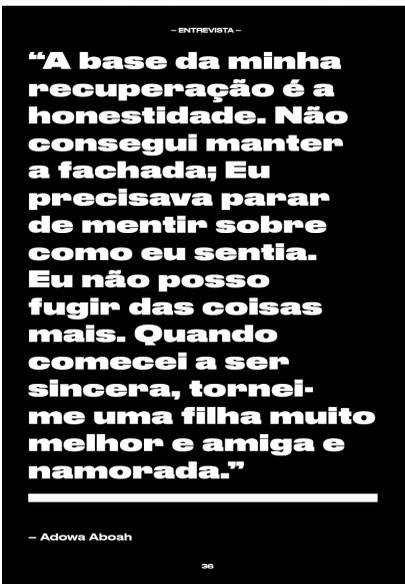
**ADOWA:** Não, completamente. Mas eu não sei. Ela temia que morrer e me deixar, assim como eu, e esse tipo de coisa eu nunca senti que meca problemas eram grandes o suficiente. Eu sempre acreditei que eu tinha que fugir do meu país.

**CARA:** Há a questão de gênero que não importa qual raça ou classe ou demografia você tenha. Eu realmente acredito que a história é relativa.

**“Ninguém jamais me educou em saúde mental. Eu realmente não entendi por que eu sentiria grande a vida, e tudo era brilhante, e então, de repente, eu estaria entrando em um buraco profundo.”**

— Adowa Aboah

35



— ENTREVISTA —

— Adowa Aboah

36



Fonte: Desenvolvido pelo autor



Figura 42 – Miolo Revista Ho-Lick

– ARTE VISUAL –



Hánel II

42

– ARTE VISUAL –



Hánel I

43

– ARTE VISUAL –



Pantomime Celeste

70 destas montagens foram incluídas em *The Shaman e suas Criaturas*, um livro do artista inacabado feito em 1987, ao qual o prefácio diz: "sem todos os tempos, meus atos e minhas ações na vida deriva do amor ou do erotismo".

44



Las Hánel I

Fonte: Desenvolvido pelo autor







Figura 46 – Miolo Revista Ho-Lick



— EDITORIAL —



60



Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 47 – Miolo Revista Ho-Lick

— EDITORIAL —



68

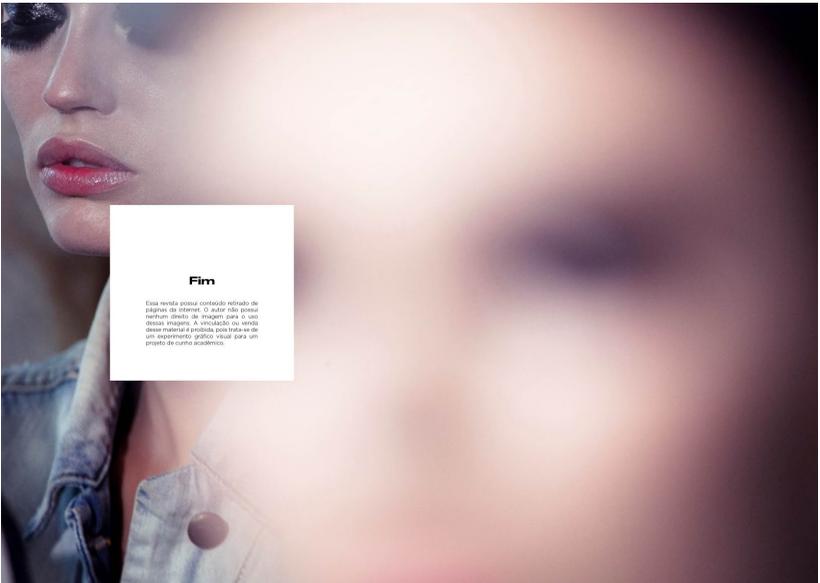


Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 48 – Miolo Revista Ho-Lick



07



**Fim**

Essa revista possui conteúdo retirado de páginas de internet. O autor não possui nenhuma ideia de lucros nem se acha devida qualquer remuneração. A reprodução ou venda desse material é proibida, sob pena de um expormento gráfico visual para um prazo de cinco acadêmicos.

Fonte: Desenvolvido pelo autor

Figura 49 – Contra Capa Revista Ho-Lick



Fonte: Desenvolvido pelo autor

## 6.1 ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

Segundo Frascara (2006), a delimitação e escolha das especificações técnicas para impressão do produto, ajudam o designer a elaborar soluções práticas visuais enquanto realizar a produção editorial.

É considerado a pesquisa realizada anteriormente com o público-alvo, e por se tratar de uma revista com baixo alcance, é definido que será impresso na primeira edição 300 exemplares.

A capa, será impressa com uma gramatura de 270g Couché Fosco, objetivando um contraste e resistência em relação ao miolo do produto. Com o número de 72 páginas, o acabamento escolhido é lombada quadrada, para melhor sustentação da revista.

O miolo, será impresso na gramatura de 120g e o papel escolhido é o Offset. Por se tratar de um papel sem revestimento, ele irá transmitir uma aparência com cores menos vivas, e um toque mais rústico.

Não serão utilizadas acabamentos especiais, como aplicação de cores especiais Pantone, alto ou baixo relevou ou hot stamp, para baratear o custo da impressão. A impressão será efetuada apenas com o sistema de cores CMYK, 4x4.



## 7 CONCLUSÃO

Ho-Lick foi idealizada como uma revista independente com conteúdo colaborativo, guiada por um conceito macro que é reinventado a cada edição.

Ao analisar o resultado final, temos uma revista contemporânea que se diferencia dos projetos editoriais atuais. Quase agressiva, a revista transparece o conceito macro da histeria, através da linguagem visual e do seu conteúdo, ela realiza com êxito todos os objetivos iniciais.

Apesar de ser inicialmente idealizada com um conteúdo desenvolvido especialmente para a revista, o resultado com conteúdo retirado de blogs e sites foi satisfatório, e serviu como base para a criação de uma identidade visual que pode ser utilizada com conteúdo próprio.

O método de criação foi predominantemente experimental. Nota-se que ao criar uma revista independente, as pautas sofrem inúmeros ajustes e por esse motivo, devem ser elaboradas de modo orgânico, respeitando os limites e reinventando quando necessário.



## REFERÊNCIAS

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. New York: Bookman, 2011.
- ARNE-YTRE, Brita. **'I want to hold it in my hands': readers' experience of the phenomenological differences between women's magazines online and in print**. 2011.
- BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.
- BEZERRA, Márcia. **Histeria na contemporaneidade**. Recife: 2004.
- BONSIEPE, G; KELLNER, P; POESSNECKER, H. **Metodologia experimental: desenho industrial**. Brasília: CNPq/Coordenação editorial. 1984.
- BURDEK, B. E. **Design: A História a Teoria e a Prática do Design de Produto**, 2005.
- DOMINGUÉZ, Nuño. **Creatividad y psicosis comparten las mismas raíces genéticas**, El País, 2015. (último acesso em 29/06/2015). Disponível em: < [http://elpais.com/elpais/2015/06/08/ciencia/1433775678\\_454166.html](http://elpais.com/elpais/2015/06/08/ciencia/1433775678_454166.html)>.
- FRASCARA, Jorge. **Communication design: principles, methods and practice**. New York: Allsworth Press, 2004.
- FREUD, Sigmund; **Edição Standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud: v.2: Estudos sobre a histeria**. 2. ed. Rio de Janeiro: Imago, 1987.
- FREUD, Sigmund; BREURER, Josef. **Studies on Hysteria**. Basic Books, New York, 1981.).
- FONTOURA, Antonio M.; FUKUSHIMA Naotake. **vade-mécum de Tipografia 2 edição**. Editoria Insight, 2012.
- FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico**. São Paulo: Rosari, 2006.
- GALLUCCI NETO, José; MARCHETTI, Renato Luís. **Histeria: Somatização, Conversão e Dissociação**, 2009.

CASTRO, Luciano; PERASSI, Richard. **A tipografia como base do projeto gráfico-editorial. GRÁFICA'13, 2013.** Disponível em: <<http://wright.ava.ufsc.br/~grupohipermedia/graphica2013/trabalhos/A%20TIPOGRAFIA%20COMO%20BASE%20DO%20PROJETO%20GRAFICO%20EDITORIAL.pdf>>. Acesso em 07 de Setembro de 2017.

KALBACH, James. **Design de navegação web: otimizando a experiência do usuário.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

KLANTEN, Robert; EHMANN, Sven. **Turning Pages: Editorial Design for print media.** DIE GESTALTEN VERLAG, 2010.

MASURIER, Megan Le. **Independent magazines and the rejuvenation of print.** 2012.

NOBLE, Ian; RUSSEL Bestley. **Pesquisa Visual.** Porto Alegre: Bookman, 2013.

SALTZ, Ina. **Design e Tipografia: 100 fundamentos do design com tipos.** Blucher, 2010.

ZIMERMANN, D E. **Fundamentos psicanalíticos: teoria, técnica e clínica – uma abordagem didática.** Porto Alegre: Artmed, 1999.