

Thuani Rodrigues Santos

PROJETO GRÁFICO-EDITORIAL DE UMA REVISTA SOBRE ANSIEDADE NO ÂMBITO UNIVERSITÁRIO

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, 04 de junho de 2018.

Prof. Luciano Patrício de Souza Castro,
Orientador e Dr. Professor do Curso

Prof. Israel de Alcântara Braglia,
Dr. Professor do Curso

Prof^a. Marília Matos Gonçalves,
Dra. Professora do Curso

Dedico esse projeto aos meus pais que são o maior exemplo que eu tenho na vida. Obrigada por me fazerem sentir tanto orgulho das minhas escolhas e dos meus valores!

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, professor Luciano Castro, por ter acreditado nesse projeto e me ajudado a construí-lo, por todo rico ensinamento durante o ano e ao longo do curso que me fizeram despertar ainda mais o amor pelo design editorial. Obrigada pelos constantes incentivos!

À minha família, que cada dia está maior e mais unida me mostrando que nunca estarei sozinha. Obrigada por me proporcionarem essa vida maravilhosa, constantemente enxergando o melhor em todas as situações e por serem essas pessoas tão incríveis para mim. Cada linha desse projeto é dedicada a vocês. Todo amor do mundo é pouco para representar o que sinto aqui.

Aos meus amigos, minha família que escolhi a dedo, obrigada por se manterem presentes nesse semestre tão difícil e por serem tão bons para mim. Amanda e Maria, nós três, há anos juntas sendo suporte uma da outra. Ana Mossini, mesmo em outra cidade reforça que não existem barreiras para amizade e que é sim possível estar presente todos os dias sem a presença física. Ao quarteto do design, Carol, Nádia e Laís: obrigada por iniciarem e finalizarem esse ciclo tão importante comigo! Amo a gente! Loisi, você é força, luz, inspiração. Obrigada pelo apoio e por compartilhar tuas conquistas comigo nesse semestre. Natháine, você me ajudou quando tive minhas primeiras crises e disse “um dia você vai ajudar alguém como eu estou te ajudando”. Eu nunca esqueci e aqui estou hoje, mais uma vez, sendo grata. Uma das inspirações vem da sua paz. Ao Luiz, por ser parte de mim há tantos anos evoluindo junto comigo, ajudando a transformar a minha história mais bonita - e engraçada. E Rafaela, obrigada pelos últimos dois anos de suporte diário, você é uma das pessoas mais iluminadas que eu conheço e amo. Mari, coma menos coisas estragadas, mas obrigada por ser tão mãe e por cuidar tanto de mim quando precisei.

Também agradeço ao meu namorado, Vinícius, que esteve ao meu lado no último ano por toda paciência, carinho, incentivo e troca de experiências. Você já é quase designer!

Por fim, gostaria de agradecer a todos que fizeram parte da minha vida e me ajudaram a construir a profissional que sou hoje. Aos queridos colegas da Uipi, Gestão Ambiental, Labtrans e Softplan: obrigada por todo aprendizado!

LISTA DE FIGURAS

- 19 **Figura 1** - Metodologia de Bruce Archer / Fase analítica
- 19 **Figura 2** - Metodologia de Bruce Archer / Fase criativa
- 19 **Figura 3** - Metodologia de Bruce Archer / Fase executiva
- 23 **Figura 4** - *Four orders of design*, Richard Buchanan
- 23 **Figura 5** - *As quatro categorias de problemas no design*, Richard Buchanan
- 24 **Figura 6** - *Mapa mental Ansiedade*
- 28 **Figura 7** - *Capa Cadernos Brasileiros de Saúde Mental*
- 28 **Figura 8** - *Interface Cadernos Brasileiros de Saúde Mental*
- 28 **Figura 9** - *Conteúdo Cadernos Brasileiros de Saúde Mental*
- 29 **Figura 10** - *Bones Magazine*
- 29 **Figura 11** - *Bones Magazine*
- 30 **Figura 12** - *Bones Magazine*
- 30 **Figura 13** - *Revista Viva Saúde Ed. Mente feminina*
- 31 **Figura 14** - *Revista Viva Saúde Ed. Ansiedade*
- 31 **Figura 15** - *Site Revista Viva Saúde*
- 31 **Figura 16** - *Site Revista Viva Saúde*
- 32 **Figura 17** - *Capa Could my parent have an anxiety disorder*
- 32 **Figura 18** - *Sumário Could my parent have an anxiety disorder*
- 33 **Figura 19** - *Spread Could my parent have an anxiety disorder*
- 39 **Figura 20** - *Aproveitamento de papel*
- 40 **Figura 21** - *Exemplificação de tipografia geométrica*
- 40 **Figura 22** - *Teste tipográfico*
- 41 **Figura 23** - *Características tipográficas*
- 42 **Figura 24** - *Cálculo do novo formato*
- 42 **Figura 25** - *Construção do grid*
- 43 **Figura 26** - *Escala modular*
- 43 **Figura 27** - *Tabela de Média de Caracteres por Linha*
- 44 **Figura 28** - *Comprimento do alfabeto*
- 44 **Figura 29** - *Tamanho satisfatório das colunas*
- 44 **Figura 30** - *Representação grid duas colunas*

- 45 **Figura 31** - *Representação grid uma coluna*
- 46 **Figura 32** - *Ativação da linha de base*
- 48 **Figura 33** - *Espelho de Publicação*
- 49 **Figura 34** - *Mapa mental*
- 50 **Figura 35** - *Paleta de cores definida para editoria Fractal*
- 50 **Figuras 36 e 37** - *Seção Powerful*
- 50 **Figura 38** - *Paleta de cores definida para editoria Inspire*
- 50 **Figuras 39 e 40** - *Seção Calm*
- 51 **Figura 41** - *Paleta de cores definida para as editorias Coexistindo e Refúgio*
- 51 **Figuras 42 e 43** - *Seção Friendly*
- 51 **Figura 44** - *Paleta cromática final*
- 52 **Figura 45** - *Tipografia de título*
- 52 **Figura 46** - *Exemplo de aplicação de tipografias de título*
- 53 **Figura 47** - *Exemplo de aplicação de subtítulos e entretítulos*
- 53 **Figura 48** - *Exemplo de aplicação de outros elementos gráfico-editoriais*
- 54 **Figura 49** - *Exemplo de aplicação de elementos gráfico-editoriais não-textuais*
- 55 **Figura 50** - *Exemplo de imagens*
- 56 **Figura 51** - *Capa Respiro*
- 56 **Figura 52** - *Exemplo de aplicação da capa*
- 57 **Figura 53** - *Logotipo Respiro*
- 57 **Figura 54** - *Logotipo Respiro - Aplicação de cores*
- 57 **Figura 55** - *Logotipo Respiro - Aplicação de cores*
- 60 **Figura 56** - *Aplicação diagrama 2 colunas*
- 60 **Figura 57** - *Aplicação diagrama 2 colunas*
- 61 **Figura 58** - *Aplicação diagrama 2 colunas*
- 61 **Figura 59** - *Abertura editoria Coexistindo*
- 62 **Figura 60** - *Aplicação diagrama 1 coluna*
- 62 **Figura 61** - *Aplicação diagrama 1 coluna*
- 63 **Figura 62** - *Capa planificada com medidas*

introdução 13

contexto geral 14

pergunta de projeto 15

objetivos 15

justificativa 15

delimitação de projeto 15

metodologia 17

fase analítica 21

briefing 22

análise de similares 27

estratégias de design 34

fase criativa 36

conteúdos 39

estruturação gráfica 39

espelho de publicação 47

paleta de cores 49

*elementos gráfico-
editoriais textuais 52*

*elementos gráfico-
editoriais não-textuais 54*

imagens 55

capa e logotipo 56

fase executiva 58

diagramação 60

características físicas 63

conclusões 64

referências 68

apêndice 69

sumário

introdução

CONTEXTO GERAL

O design gráfico, apesar de popularmente reconhecido apenas por sua estética, desde a era modernista tem como raiz o funcionalismo que estabeleceu diversos parâmetros os quais são referência até os dias de hoje para a execução de um "bom design". Segundo Gruszynski (2008), a orientação conhecida como *form follows function* foi muito importante para a introdução do design na indústria, trazendo a adequação do belo ao útil e a valorização da legibilidade.

Por sua vez, no mercado editorial de mídia impressa o design atua como instrumento de geração de valor. Desde a década de 80, quando a televisão ganhou força no mercado brasileiro, as revistas buscam um diferencial competitivo no mercado para continuarem existindo e a segmentação foi uma das alternativas que as mantém até hoje. Com o surgimento da internet e da velocidade na qual as informações circulam, só a segmentação não é o suficiente. Além de conteúdos confiáveis e bem produzidos, é necessário que sejam comunicados de forma distinta com princípios de design claramente definidos. Uma simples escolha errada da tipografia em uma revista de mesmo segmento pode levar o leitor a optar pela concorrente em questão de segundos.

No entanto, o design está presente em variados níveis que influenciam o desenvolvimento da sociedade. Forty (2007) argumenta que o design nasceu em um momento histórico do capitalismo, se desenvolveu e possui forte influência na forma de pensar da população. Porém, o design precisa de um objeto para se manifestar como agente de transformação e as revistas são um elo excelente para alcançar esse objetivo. Além de comunicarem, influenciam no comportamento e pensam nos desejos do leitor, em como emocioná-lo. É nessa linha de pensamento que esse projeto ganha forma, com foco em acadêmicos, trazendo conteúdos ricos sobre transtornos de ansiedade.

Ao abordar assuntos como estes em revistas segmentadas, tem-se reforçada a preocupação na forma que serão comunicados. Nos dias atuais, transtornos psíquicos são vistos com um pré-conceito de que quem os possui são pessoas isoladas da sociedade. A missão nesse projeto é, então, criar um estado de alerta nas pessoas para repararem que os transtornos estão convivendo lado a lado não somente na sala de aula, mas no trabalho e em todos os lugares rotineiros que frequenta-se diariamente. Ademais, a revista busca informar o maior número de pessoas que possuem o transtorno e não sabem - orientando, nesse caso, como prosseguir - e bem como conscientizar que todos são capazes de ajudar um conhecido passando pela situação.

PERGUNTA DE PROJETO

Como um produto de design pode ajudar na redução da ansiedade no âmbito acadêmico?

OBJETIVOS

Objetivo geral

Realizar um projeto gráfico editorial de uma revista impressa, com foco em conteúdos sobre redução da ansiedade no âmbito universitário.

Objetivos específicos

- avaliar e descrever a comunicação de revistas que abordam transtornos psíquicos;
- reunir e organizar conteúdos referentes ao tema da revista;
- desenvolver projeto gráfico compatível com a missão da revista;
- realizar uma diagramação adequada, organizando os conteúdos de forma que a revista cumpra com o objetivo de ajudar as pessoas.

JUSTIFICATIVA

A necessidade de realizar este projeto torna-se relevante devido ao surgimento de transtornos em 14% a 19% dos estudantes universitários em algum momento da vida acadêmica, onde entre estes, apenas um quarto dos alunos procura atendimento, de acordo com um estudo de Rimmer, Halikas e Schuckit (1982). A outra parcela fica sem amparo ou busca por ajuda em conteúdos de origens diversas, muitas vezes sem cunho científico.

O intuito ao realizar um projeto gráfico que aborda esses assuntos é de, além de ajudar pessoas que estão passando por crises, despertar o interesse em profissionais da área para dar o amparo necessário a quem precisa, pois atualmente pouco se preocupa com a saúde mental no âmbito universitário. A união entre transtornos e o design editorial, reforça a defesa de que o design vai muito além

da estética, podendo estar presente elevando o nível do projeto de ponta a ponta. A forma não seguirá a função somente de comunicar mas também de emocionar, instruir, surpreender e engajar pessoas com o auxílio de conceitos e metodologias adquiridos durante a graduação.

Ademais, o projeto de conclusão de curso é um dos poucos momentos durante a graduação nos quais o aluno pode ter a oportunidade de fazer um projeto significativo de seu próprio interesse. No momento em que a autora optou por realizar uma revista com esse tema, foi motivada pelo desejo de atuar na área editorial profissionalmente que surgiu a partir do desafio de aprimorar soluções resolvendo problemas. De mesmo modo, possui identificação com o assunto por se encaixar nessa parcela de alunos com distúrbios causados durante o período acadêmico.

DELIMITAÇÃO DO PROJETO

O projeto se delimita a uma revista impressa que estará disponível no meio digital através de um site próprio. A identidade visual será construída a partir das pesquisas e o conteúdo será retirado de livros, teses e artigos já existentes no mercado com o auxílio de profissionais da área. Inicialmente, sua distribuição será em universidades regionais e não possui fins lucrativos.

metodologia

METODOLOGIA

O ponto inicial de um projeto de design é dado a partir da metodologia. Bomfim (1995) considera metodologia “a ciência que se ocupa do estudo de métodos, técnicas ou ferramentas e de suas aplicações na definição, organização, e solução de problemas teóricos e práticos”.

No entanto, toda metodologia é um processo auxiliar e não deve ser utilizada como regra universal. Estas técnicas estão em constante estado de evolução, podendo haver adaptação das etapas de acordo com as necessidades de cada projeto realizado.

“O método para o designer não é nada absoluto nem definitivo. É, portanto, algo que se pode modificar, caso se encontre outros valores objetivos que melhorem o processo. E isto se liga à criatividade do projetista que, ao aplicar o método, pode descobrir algo para melhorá-lo. Portanto, as regras do método estimulam o projetista a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros.” (MUNARI, 2008)

Para este projeto gráfico-editorial será utilizada a metodologia sistemática e linear de Bruce Archer, desenvolvida na década de 60 e adaptada por Luciano Patrício de Souza Castro. De acordo com Dubberly (2004), Archer acreditava que somente depois de tudo definido em relação ao problema de design e a análise de dados é que poderia restar dificuldade no ato de design, sendo este o salto entre o entendimento da questão e uma proposta de solução. Dessa forma, delimitou sua metodologia em três fases: **fase analítica, fase criativa e fase executiva.**

A **fase analítica** tem foco em pesquisa e compilação de dados, onde foi realizado o briefing para definir a missão e fórmula editorial, pontuando o objetivo da revista e o contexto no qual ela será inserida, como público-alvo e detalhes a respeito do posicionamento da revista no mercado. A análise de similares e concorrentes também foi um item chave nessa etapa por ter avaliado e situado os principais concorrentes, ressaltando os diferenciais e onde se deve ter mais atenção.

Em seguida foi idealizada a **fase criativa** que é composta pela escolha dos elementos gráficos da revista como forma da página, tipografias e paleta de cores. Nessa etapa foi feita a estruturação gráfica, sabendo quais matérias a revista será composta e onde elas estarão situadas. Antes de passar para a seguinte fase, todos os itens passaram pela formalização e verificação de possibilidade de aplicação nesse projeto.

Durante a fase final, chamada por Archer de **fase executiva**, as ideias foram ajustadas junto ao orientador levando em consideração a valorização das críticas para mudanças e melhorias. O desenvolvimento do processo iterativo deu forma à diagramação, que resultou na materialização do projeto e em seguida no estudo de sua viabilidade. Com o protótipo concretizado, foi realizada a apresentação deste projeto gráfico para obter a aprovação da banca.

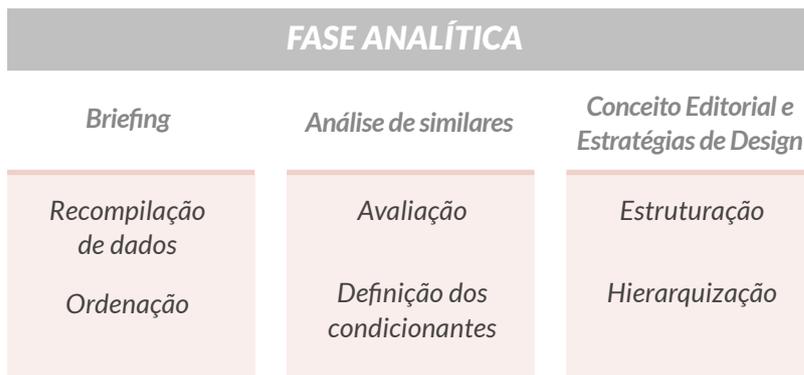


Figura 1 - Metodologia de Bruce Archer / Fase analítica.
Fonte: Desenvolvido pela autora.



Figura 2 - Metodologia de Bruce Archer / Fase criativa.
Fonte: Desenvolvido pela autora.



Figura 3 - Metodologia de Bruce Archer / Fase executiva.
Fonte: Desenvolvido pela autora.

fase analítica

BRIEFING

O briefing é realizado para obter uma visão geral do problema e de suas restrições, permitindo a produção de soluções mais precisas. No design editorial, é separado em duas partes que ajudam a consolidar informações e a gerar ideias: a missão editorial, que é construída para descobrir o real objetivo da revista e a fórmula editorial que infere características físicas e estratégicas da mesma.

Contextualização

O período de transição entre o fim da adolescência e o início da vida adulta é marcado por mudanças psicossociais importantes, principalmente quando está relacionado ao começo da graduação e do futuro profissional. A dificuldade de estabelecer vínculos, a adaptação a um novo meio de aprendizagem e avaliação, a tomada de decisão de qual carreira seguir são uns dos diversos desafios enfrentados por estudantes (Almeida & Soares, 2003).

A ocorrência de transtornos durante o período acadêmico é comum devido a diversos aspectos estressores como o excesso de provas e tarefas acadêmicas, falta de motivação, problemas pessoais e financeiros, pressão familiar e entre outros. O Transtorno de Ansiedade Social (TAS), também denominado como Fobia Social, é o transtorno de ansiedade mais comum e apresenta elevadas taxas de prevalência, sendo também o terceiro mais prevalente entre todos os transtornos mentais (Clark e Beck, 2012).

O Brasil é o país com a maior taxa de pessoas com transtornos de ansiedade no mundo e o quinto em casos de depressão. Segundo estimativas da Organização Mundial da Saúde (OMS) 9,3% dos brasileiros têm algum transtorno de ansiedade.

Nesse projeto gráfico editorial o tema Ansiedade utilizará a base científica de Clark e Beck (2012) que define ansiedade como um sistema complexo de respostas cognitivas, afetivas, fisiológicas e comportamentais. Segundo esse estudo, a ansiedade é ativada no momento em que eventos ou circunstâncias antecipadas são consideradas altamente aversivas, pois são percebidas como eventos imprevisíveis, incontroláveis e com a possibilidade de serem uma ameaça aos interesses vitais de uma pessoa.

Os mesmos autores apresentam as diferenças entre a ansiedade normal e a ansiedade patológica, esta ocorrendo quando há avaliação incorreta de perigo de determinada situação causando prejuízo no funcionamento social e ocupacional diário do indivíduo com grande permanência de tempo. O Manual de Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-5) acentua essa diferença caracterizando a ansiedade como patológica por sua frequência, intensidade e nível de prejuízo na vida da pessoa.

Uma vez que popularmente pouco se conhece sobre o poder que o design tem para atuar em questões sociais, Richard Buchanan (2001) o idealiza em sua teoria das Quatro Ordens de Design como a criação de modelos através de um sensemaking, independente se forem tangíveis como símbolos e coisas ou intangíveis como ações e ideias.

Através da evolução das profissões de design e de sua transformação, essa teoria segue como uma linha do tempo. A primeira e segunda fase indicam o tangível em sua vertente gráfica e de produto, utilizadas para comunicação visual, publicidade e bens de consumo que ganharam destaque principalmente após a Revolução Industrial: “Nesse sentido, símbolos e coisas físicas são o que eu quero dizer com o foco do design de primeira e de segunda ordem no século XX” cita o autor.

	SYMBOLS	THINGS	ACTION	THOUGHT
SYMBOLS	<i>Graphic Design</i>			
THINGS		<i>Industrial Design</i>		
ACTION			<i>Interaction Design</i>	
THOUGHT				<i>Environmental Design</i>

Figura 4 - Four orders of design, Richard Buchanan
 Fonte: Desenvolvido pela autora.

Com o avanço tecnológico e da interação do ser humano com as máquinas, surge o design de interface que marcou o contato imediato do indivíduo com a tela do computador. Esta camada de design rapidamente evoluiu e foi muito além das telas digitais, pois lidava com diversos tipos de interações humanas em diferentes contextos. Na década de 90 a direção da profissão se voltou aos serviços, atuando não somente em ofertas de negócios e empresas mas também nos serviços sociais governamentais e não governamentais. Para tais camadas, Richard intensifica: “Os produtos são mais do que objetos físicos. Eles são experiências, atividades ou serviços, os quais são integrados em um novo entendimento do que um produto é ou poderia ser”.



Figura 5 - As quatro categorias de problemas no design, Richard Buchanan
 Fonte: Desenvolvido pela autora.

Esse contexto serve para um melhor entendimento da finalidade do atual projeto. Principiou na fase de ideias ao externalizar os princípios e valores da autora através de ações concretas, como pesquisas e desenvolvimento de estratégias. O resultado final é um produto que além de comunicar assuntos que interagem e sensibilizam, visam promover a mudança das pessoas e alcançar o maior público possível.

Conceito editorial

O conceito editorial se constrói através da missão e fórmula editorial. A missão editorial serve como fio condutor para manter uma unidade na revista. É onde se define o público-alvo, objetivos e os principais aspectos gerais como o tipo de revista e a forma do conteúdo. Um dos fundamentais atributos estipulados nessa etapa é o título, pois em apenas uma palavra transparece a personalidade da revista: o que é e porque existe. Por sua vez, a fórmula editorial rege a organização do interior da revista e

como ela se comporta no mercado. Definiu-se o espelho de publicação com o número de páginas, editoriais e matérias, detalhes a respeito das características físicas, a possibilidade de haver ou não anúncios, sua distribuição, tiragem e periodicidade.

Para o estabelecimento destes, foi realizado um questionário respondido pela autora com o auxílio da professora adjunta Fernanda Lopes do departamento de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina.

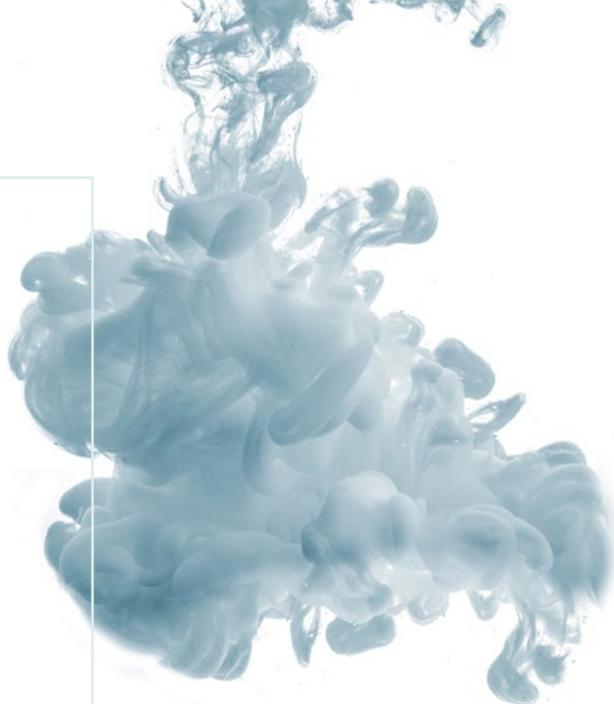
Missão editorial

No intuito de atingir o maior número de pessoas com transtorno de ansiedade, a revista passou por um brainstorming para definir um título que possa cumprir essa tarefa. Nesse processo foi desempenhado um mapa mental do que é ansiedade e outro indicando possíveis métodos para amenizá-la.



Figura 6 - Mapa mental Ansiedade
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Respiro¹ foi o nome escolhido para refletir a essência da revista por ser o principal método de relaxamento utilizado durante crises de ansiedade, e também, por ser um homônimo significando de mesmo modo pausa/descanso/folga. A ambiguidade do título é intencional e positiva pois, ao tratar o transtorno, é necessário respirar e ao mesmo tempo dar um respiro às coisas que lhe fazem mal, e é esse o sentimento que a revista visa alcançar.



Esta revista é classificada como segmentada por interesses, pois os leitores são aqueles que têm o transtorno ou pessoas que possuem curiosidade pelo assunto. A Respiro deve instruir com clareza o que é a doença, auxiliar na identificação dos principais sintomas e das possíveis técnicas de relaxamento.

O objetivo central é despertar interesse em toda a comunidade acadêmica para se informar sobre o assunto, podendo ser o próprio leitor ou um colega que esteja passando por problemas. Desse modo, determina-se como público-alvo estudantes universitários, de 19 a 26 anos, entre eles:

Primário: estudantes que sofrem de ansiedade e têm conhecimento disto, mas não possuem condições financeiras para tratamento;

Secundário: estudantes os quais possuem os sintomas de ansiedade mas são leigos em relação ao assunto;

Terciário: estudantes que não possuem os sintomas mas possuem amigos, colegas ou familiares que possuem a doença e não sabem como ajudá-los.

¹Ao realizar uma busca no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) não foram encontrados registros com este nome, especialmente na área editorial.

A organização do conteúdo foi definida a partir da resposta do questionário¹ que deu forma a escolha de conceitos. Serenidade, refúgio, autoconhecimento e empatia são para a Respiro os pilares que sustentam e transparecem sua personalidade. Por meio de matérias de cunho informativo-científico, os conteúdos serão voltados ao público jovem e consequentemente não estarão configurados por blocos massantes de texto.

Fórmula editorial

A Respiro poderá variar de 54 a 76 páginas divididas em 4 editorias fixas, cada uma dispondendo de 5 a 7 matérias totalizando em média 25 matérias, sem contemplar anúncios por não ter fins lucrativos. A revista é iniciada com a editoria "**FRACTAL**", de cunho informativo que ocupará 18 páginas dando um parecer mais técnico sobre ansiedade e como ela se manifesta. "**INSPIRE, EXPIRE**" dá sequência a segunda editoria com dicas e técnicas de relaxamento em uma média de 16 páginas. Esta seção dá abertura e expõe diversas áreas que atuam na redução da ansiedade como música, design, esportes e entre outros. Em seguida, "**ISSO TAMBÉM PASSA**" ocupa 12 páginas da revista com dicas, relatos e histórias de superação. É a parte mais abstrata da revista e também um objeto de aproximação do leitor. Para finalizar, "**JUNTOS**" cria uma atmosfera de colaboração em 10 páginas auxiliando a como ajudar um amigo ou familiar que está passando por problemas de ansiedade.

A tiragem foi pensada de acordo com a taxa de ocorrência de transtorno de ansiedade levantada pela Organização Mundial da Saúde (9,3%) em comparativo com a quantidade de alunos que a Universidade Federal de Santa Catarina possui. São 11 centros em Florianópolis e outros 4 campi pelo estado (Joinville, Araranguá, Blumenau e Curitiba), totalizando por volta de 30 mil estudantes. Considerando a

periodicidade semestral, serão distribuídos 3.000² exemplares, ou seja, em média 200 para cada centro e, no caso dos campi Joinville, Araranguá, Blumenau e Curitiba, serão 200 por campi. A princípio, sua distribuição será local e englobará os campi da UFSC, onde o centro acadêmico e a coordenação de cada curso funcionarão como pontos de distribuição. Algumas unidades também serão destinadas ao Projeto Amanhecer e ao SAPSI – Serviço

de Atenção Psicológica, que possui diversos postos de atendimento dentro da universidade e é onde os alunos são redirecionados pela coordenação do curso quando ocorrem casos de ansiedade. Para um maior alcance futuramente, a Respiro visa ter parcerias com outras universidades nacionais para levar a revista para o Brasil inteiro. Uma versão online também estará disponível gratuitamente para baixar no site da universidade.

Na estruturação das características físicas da revista foi estabelecido o formato retangular, derivado do octógono e um pouco menor que uma A4 para, caso necessário, caber na bolsa e ser confortável de levar na mão. O papel será couché fosco, com gramatura de 120g/m² e sua impressão será offset. Haverão acabamentos para aflorar a sinestesia durante a leitura da revista como vernizes localizados. Será encadernada com capa dura e revestida com BOPP fosco, para trazer o sentimento de abrigo e conforto, mantendo a identidade da revista e de seus conceitos.

¹Questionário do Briefing, que se encontra em anexo.

²Taxa do índice de ansiedade arredondada para 10%.

ANÁLISE DE SIMILARES

O mercado editorial

Segundo historiadores, a invenção da imprensa está entre as cinco mais importantes mudanças de paradigmas culturais (Samara, 2011). A mesma autora cita que a capacidade de disseminar informações de forma rápida possibilitou que as ideias, anteriormente disponível apenas para poucos, fossem acessível para milhares de pessoas. A mídia impressa também ajudou na união de culturas semelhantes de regiões próximas, com a padronização de línguas que variavam muito. Esses acontecimentos, que podem parecer singelos, aos poucos moldaram a condição humana que vivemos hoje.



Com a revolução digital muitos questionamentos a respeito do fim da imprensa surgiram, quando na verdade, o resultado da produção impressa foi aprimorado com a qualidade tecnológica das máquinas e softwares. Milhões de impressões são feitas todos os dias, sobre os mais variados assuntos, traduzidos ou idealizados em diferentes línguas. As publicações são instrumentos fundamentais da cultura, seja para unir as pessoas no café da manhã com os jornais ou para decorar sua casa através de revistas segmentadas.

O mercado das revistas também foi afetado com grandes mudanças. Segundo Luís Maluf, diretor de Marketing e Novos Negócios da Editora Caras, atualmente esse mercado possui dois públicos diferentes: o jovem, em sua maioria, que consome o online e os apegados ao impresso que ainda é um grande e relevante público.

É necessário neste momento de transição voltar os olhos para o consumidor e conseguir enxergar onde ele está e o que ele quer, moldando-se a revistas, televisão e online, se preciso. As empresas estão cada vez mais apostando em personalização para conquistar seus clientes, e nessa disputa, são os consumidores que ganham com isso. As revistas segmentadas, nesse contexto, continuam com força no mercado por seguir firme com essa visão e por deixar o leitor pensar que aquele conteúdo foi feito especialmente para ele.

Nas revistas que abordam saúde, é um pouco mais delicado. Não se trata apenas de marketing para fazer com que o leitor sinta que o conteúdo foi feito para ele, mas tem o objetivo de fazê-lo pensar que suprirá suas dúvidas para ajudar a si mesmo ou algum conhecido que esteja precisando da informação.

Similares

Os similares foram escolhidos levando em consideração o tipo de revista, os temas abordados e os aspectos gráficos. A revista *Cadernos Brasileiros de Saúde Mental* se aproxima da *Respiro* por em seu conteúdo haver artigos sobre transtornos e é uma iniciativa que surgiu dentro da universidade.

Cadernos Brasileiros de Saúde Mental

Durante a avaliação de revistas com o mesmo propósito que a *Respiro* possui, foi encontrada a *Cadernos Brasileiros de Saúde Mental*. Trata-se de uma publicação interdisciplinar semestral da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), organizada pelo Grupo de Pesquisas em Políticas de Saúde do Departamento de Saúde Pública do Centro de Ciências da Saúde, em colaboração com a Associação Brasileira de Saúde Mental (Abrasme). Com temas diversos desde a crise mundial à práticas inovadoras de saúde mental na atenção básica, a revista possui circulação on-line, sendo enviada por e-mail aos leitores após efetuarem cadastro no site de Periódicos da UFSC.

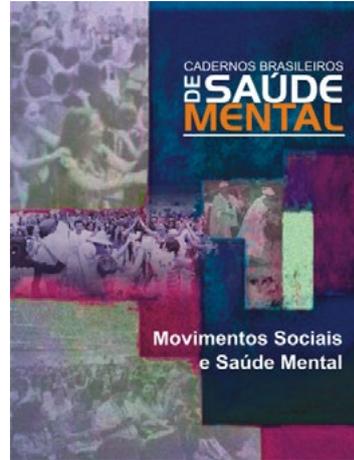


Figura 7 - Capa *Cadernos Brasileiros de Saúde Mental*
Fonte: ENSP.

Na Figura 8 é possível ver uma falha de usabilidade ao leitor abrir o site para conseguir baixar a revista, pois trata-se de um site com um layout sem design, não pensado na experiência do usuário.



Figura 8 - Interface *Cadernos Brasileiros de Saúde Mental*
Fonte: ENSP.

O conteúdo, como mostra a Figura 9, é composto por artigos em formato PDF, produzido por diversos especialistas, enviados separados e diagramado de forma institucional de acordo com as normas da ABNT, o que dificulta a leitura e se distancia do padrão que conhecemos por revista.

Figura 9 - Conteúdo *Cadernos Brasileiros de Saúde Mental*
Fonte: ENSP.

LOUCURA E IMAGINÁRIO SOCIAL NA LITERATURA BRASILEIRA: PASSAGEM DO SÉCULO XIX PARA O SÉCULO XX *Madness and Social Imaginary in Brazilian Literature: Passage of the nineteenth century to the twentieth century*

Leandra Brasil da Cruz¹

Artigo encaminhado: 11/05/2016
Aceito para publicação: 05/07/2017

RESUMO: O presente artigo tem como principal objetivo analisar o imaginário social sobre a loucura a partir das produções literárias de autores brasileiros do final do século XIX e início do século XX. O período escolhido é o do advento do *alienismo* no Brasil, da criação do primeiro hospício brasileiro e da primeira lei de assistência aos alienados, havendo um processo de transição da visão mística e religiosa da loucura

Bones Magazine

Levando em consideração os aspectos gráficos, a Bones Magazine representa a temática Ansiedade através de suas cores, frases, tipografias, imagens e ilustrações. É possível sentir agonia, agitação, medo e tantas outras sensações causadas pelo transtorno através da sinestesia aplicada em cada spread.



Figura 10 - Bones Magazine

Fonte: Issuu.

O primeiro questionamento que se tem sobre a revista é a respeito do público-alvo. Por retratar explicitamente o que é a ansiedade, gera a dúvida de que talvez pessoas com o transtorno não poderiam ler, por aflorar ainda mais os sentimentos fortes que este público tenta evitar. No entanto, entre poemas melancólicos, ilustrações e desabafos, a revista explica alguns sintomas e informa sobre o tema. Por exemplo, no spread onde visualmente mostra o estresse, a parte textual instrui a como identificá-lo, como é possível ver o exemplo na Figura 11.

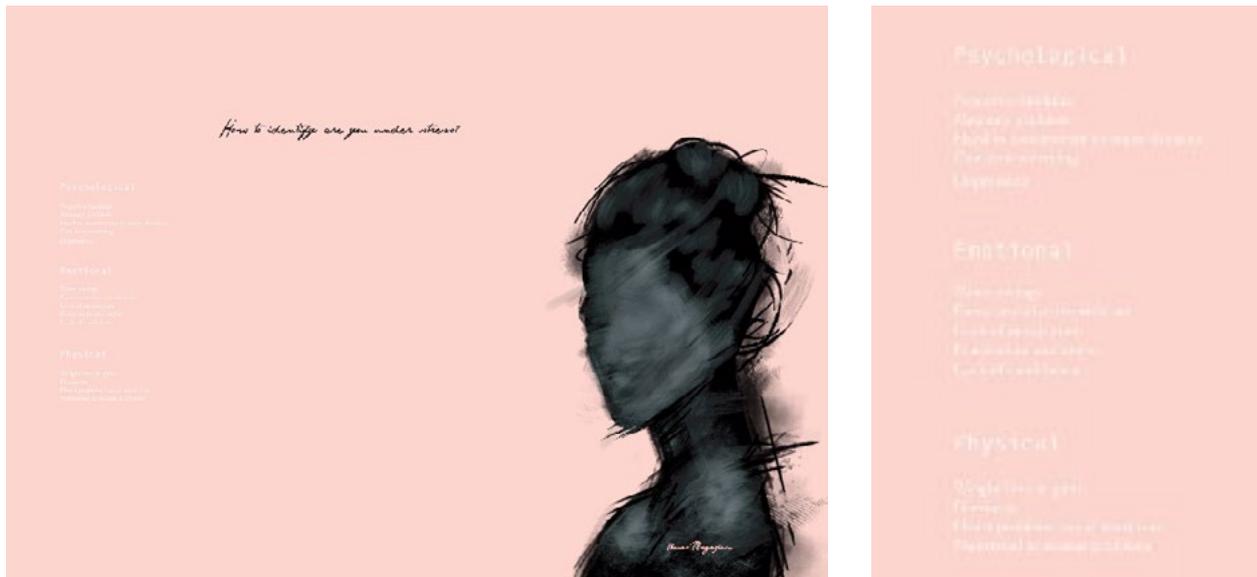


Figura 11 - Bones Magazine

Fonte: Issuu.

No spread final da revista também é aplicado um questionário para saber se a pessoa possui transtorno de ansiedade e ao lado são colocadas dicas de como lidar.



Figura 12 - Bones Magazine
Fonte: Issuu.

É uma revista que representa a ansiedade com uma grande bagagem visual, servindo de inspiração para a Respiro principalmente em seus conceitos mais intangíveis e estéticos.

Coleção Viva Saúde Especial

A Revista Viva Saúde é mensal e segmentada por interesses, já consolidada no mercado brasileiro. É composta por 90 páginas e a cada edição aborda um tema diferente que envolva saúde, seja alimentação, doenças, exercícios e entre outros. Possui a estrutura de revista tradicional que estamos acostumados a ler, apesar de sua diagramação pecar em muitos aspectos gráficos e hierárquicos, como é possível ver na Figura 13.



A grande variação de cores vibrantes e do tamanho das tipografias causam confusão ao leitor. O desvio da atenção alterna entre o tema, matéria principal, foto, fólios e as matérias. Não possui um fluxo de leitura ou hierarquia das informações. O nome da revista nessa edição situa-se ao lado de um chocolate, parecendo ser apenas mais uma matéria.

Figura 13 - Revista Viva Saúde
Ed. Mente feminina
Fonte: Editora Escala



Apesar de sempre variar o tema, ela se assemelha à Respiro por suas edições serem específicas e se aprofundarem em apenas um assunto. Na revista que aborda Ansiedade (Figura 14), os principais tópicos também são similares ao produto a ser realizado nesse projeto. São eles:

- Como diferenciar a ansiedade natural daquela do tipo patológico
- Quais são os medicamentos mais usados para equilibrar os hormônios “ansiosos”.
- Todas as doenças relacionadas à ansiedade patológica e como elas são tratadas.
- Como a dieta pode ser uma aliada no avanço do tratamento.

Figura 14 - Revista Viva Saúde Ed. Ansiedade
Fonte: Editora Escala

Outro fato interessante sobre a Viva Saúde, é um site onde eles disponibilizam online diversos conteúdos que se relacionam com as temáticas abordadas por eles. No site é possível conferir novidades e também realizar a compra das revistas.



Figura 15 - Site Revista Viva Saúde
Fonte: Editora Escala



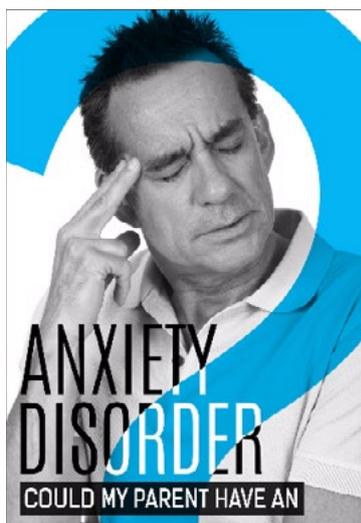
Figura 16 - Site Revista Viva Saúde
Fonte: Editora Escala

Teen Mental Health Group

É uma organização focada em saúde mental para jovens entre 12 a 25 anos. A abordagem deles ocorre de forma direta e indireta, pois existe a possibilidade de lidar diretamente com a pessoa que está precisando de ajuda mas também com os parentes/amigos.

A comunicação utilizada pela TMH é através de livros e revistas que são disponibilizadas no online no site e impressa na Amazon para compra. A revista que estará sendo analisada para esse projeto será a *Could my parent have...?* (Será que meus pais têm...?), que possui o intuito de levar a informação ao filho ou ao parente que tem interesse em ajudar a pessoa que está com suspeita de alguma doença.

Figura 17 - Capa *Could my parent have an anxiety disorder*
Fonte: Issuu.



Cada edição aborda um tema diferente e foca em como o parente poderia ajudar. Tem seu início explicando a doença e ensina a perceber como que alguém está com ela, a como lidar e como ajudar essa pessoa, dicas de tratamento e diversas outras matérias sobre o assunto. Os conteúdos podem ser conferidos na Figura 18.

Figura 18 - Sumário *Could my parent have an anxiety disorder*
Fonte: Issuu.

CONTENTS

3. Introduction
5. Facts about Anxiety Disorders
9. Treating Anxiety Disorders
10. What you can do
12. Talking to your parent
14. Question & Answer
16. Dealing with your Emotions
18. Dealing with your Stress
21. Family Roles
22. Substance Abuse
25. Getting Support
28. Helpful websites
29. Write about you
30. Emergency Contact List
31. Ulysses Agreement

Na Figura 19 é possível ver que a diagramação foi feita com uma coluna, cores vibrantes, com o uso de imagens e tipografias de título em bold e caixa alta em preto.

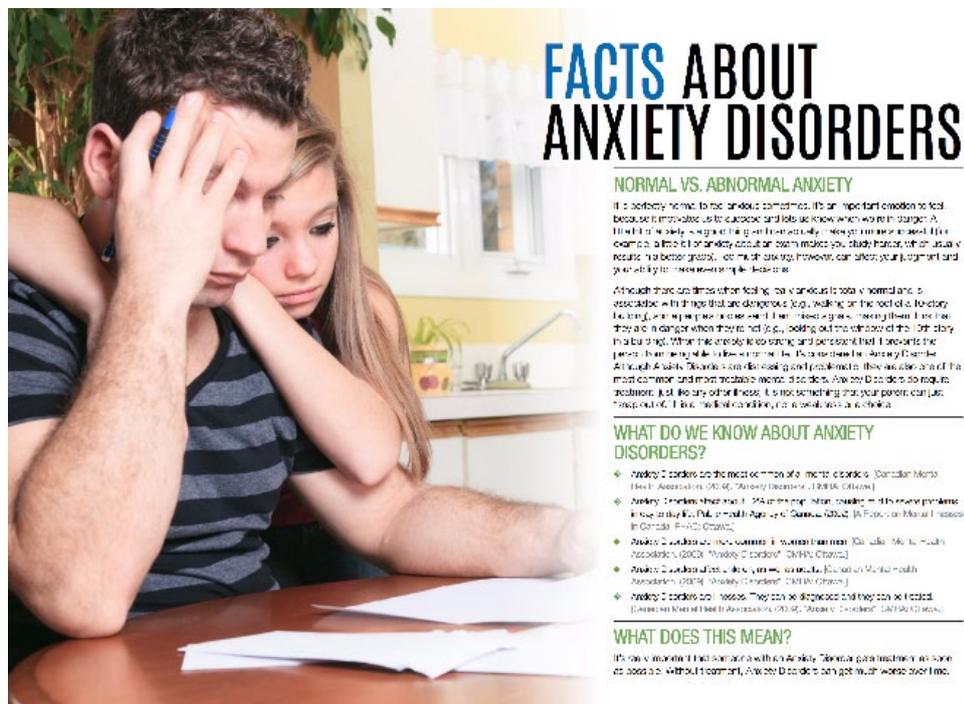


Figura 19 - Spread Could my parent have an anxiety disorder
Fonte: Issuu.

ESTRATÉGIAS DE DESIGN

A partir dos conceitos desenvolvidos, foi necessário planejar como o design pode ajudar a Respiro a ter um bom posicionamento no mercado estrategicamente.

EMPATIA

utilização de um kerning e tracking menor em títulos que abordem temas de proximidade com o leitor;

linguagem informal para que pessoas de todas as classes possam compreender;

imagens que demonstram apoio, força;

ilustrações que representam as sensações sentidas pelas pessoas que possuem o transtorno.

AUTOCONHECIMENTO

tipografia legível, sem serifa e arredondada;

formas orgânicas e fluidas;

ícones representativos;

imagens de todos os tipos de pessoas;

questionários e elementos de interação.

SERENIDADE

capa com tons claros e suaves, que remetem tranquilidade;

lettering no título de algumas matérias que transparecem apoio;

imagens e ilustrações que remetem ao ar, respiro e pensamentos positivos;

pequenos blocos de texto.

REFÚGIO

papel couché fosco com aplicação de verniz localizado;

layouts abstratos;

ilustrações e fotografias interagindo com os textos;

formato de página menor que as tradicionais revistas em A4;

olhos e citações com grande apelo estético-visual.

Tipografia

O uso de tipografias sem serifa para o corpo de texto foi pensado por conta da visão em abranger o público jovem, de diversas faixas etárias. O conteúdo deve ser de fácil entendimento, leve, instigante e tranquilizante ao mesmo tempo. Por isso, as tipografias dos títulos variam seus pesos e formas de acordo com a matéria, por exemplo, quando o assunto for de apoio serão aplicados letterings, quando for abordado um tema delicado a tipografia será sóbria em bold para chamar atenção e passar confiança.

Diagrama e grid

O projeto gráfico da Respiro será cambiante entre 3 e 2 colunas. Por conta de seus conteúdos com pequenos blocos de texto, às vezes será necessário o uso de 3 colunas para uma melhor distribuição do corpo de texto visualmente. A liberdade estética de quebra de grid poderá ser utilizada nas editorias quando estas conterem matérias, depoimentos e/ou conteúdos mais abstratos.

Cores

A revista contém assuntos delicados e ao mesmo tempo precisa passar seriedade. Serão aplicados em sua grande maioria tons claros e neutros para a identidade da revista, contudo, as cores vibrantes não serão descartadas. Estas, serão utilizadas para contrastar e chamar atenção ao decorrer das matérias e editorias.

Imagens e ilustrações

Com base nos similares analisados, foi percebida a importância de imagens e ilustrações para a construção de uma identidade visual, ajudar no entendimento e despertar interesse sobre o assunto. A revista terá imagens e/ou ilustrações em quase todos os seus spreads, salvo os que já possuem uma carga de elementos visuais elevadas como lettering, olhos, e etc. A posição das imagens e ilustrações serão em grande maioria a primeira hierarquia, onde o título será o segundo foco e em seguida o conteúdo da matéria.

Composição, layout e acabamentos

A composição da revista será construir uma espécie de linha do tempo da ansiedade, primeiro com um layout informativo, transparente, instigante, acabamentos ásperos. Em seguida as formas se suavizam com o apoio de verniz localizado para instruir a como lidar e quais métodos de relaxamento existem. As diagramações finais terão o apoio de cores mais vivas, para representar que é possível dominar o transtorno ao mostrar superação com relatos e dicas de como lidar com pessoas que possuem ansiedade.

fase criativa

A fase analítica serviu para apresentar o contexto no qual a revista estará situada. Uma vez que o alinhamento com o público-alvo, mercado atual, similares e concorrentes é feito, foi possível partir para a próxima etapa: a fase criativa.

A etapa atual, chamada de **fase criativa**, dá início a materialização da Respiro. Todos os detalhes técnicos incluindo o projeto gráfico, imagens, ilustrações, acabamentos, capa e logotipo foram estudados, testados e definidos.

CONTEÚDOS

Alguns dos conteúdos da Respiro foram selecionados e adaptados pela autora. São eles: Ansiedade, Os diferentes tipos de ansiedade, Invista no auto-mimo, Checklist (do que se livrar!) e toda a editoria Coexistindo que contém relatos reais.

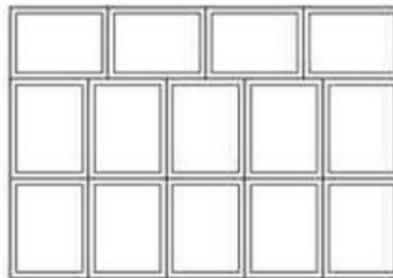
ESTRUTURAÇÃO GRÁFICA

Para a construção do projeto gráfico da Respiro, foi utilizada a metodologia de Castro e Perassi (2013) a qual utiliza a estruturação endoprojetual, ou seja, de dentro para fora da página. A partir da definição da tipografia, são determinadas as outras etapas do projeto que estão subdivididas em 8 etapas, sendo elas:

- Predefinição da forma da página/aproveitamento de papel
- Definição da tipografia.
- Estabelecimento da entrelinha.
- Determinação do módulo.
- Dimensionamento da forma da página e construção da grade.
- Criação de uma escala modular.
- Representação do diagrama (largura de colunas e margens).
- Configuração e ativação da linha de base.

Predefinição da forma da página/aproveitamento de papel

Como definido nas estratégias de design, a revista deveria fugir da aparência de revista tradicional e transmitir confiança e empatia. Neste fim, foi previamente definido o formato de página 14, com as medidas de 19,2x23,4cm, sendo menor que uma A4, aproximando-se mais do quadrado e tendo um ótimo aproveitamento de página para impressão.



Formato 14
Papel > 19,2 x 23,4 cm
Mancha > 18 x 22,5 cm

Figura 20 - Aproveitamento de papel
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Definição da tipografia

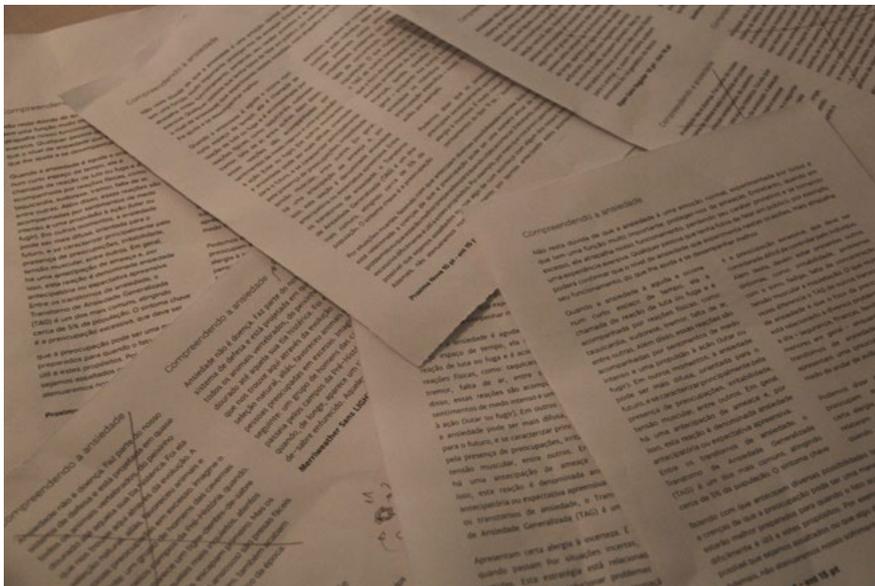
Para a escolha tipográfica, foi necessário ter em mente os conceitos e as estratégias de design anteriormente definidas. Segundo Sousa (2002), o que faz uma tipografia ser legível é "saber o que é para ser lido, o porquê vai ser lido, quem e quando o vai ler, e onde vai ser lido." Um dos requisitos desse projeto é não possuir serifa, por conta do seu público jovem e por ser uma revista com pequenos blocos de texto, propiciando uma leitura mais dinâmica. Outro ponto é que deve transmitir modernidade, confiança e refúgio.

O principal norte para realizar o teste tipográfico foi selecionar tipografias geométricas, onde a principal característica encontra-se no eixo central da letra o, que deve ser um círculo perfeito. A tipografia também teve de conter uma boa legibilidade e uma grande família tipográfica.

geométrica

Figura 21 - Exemplificação de tipografia geométrica
Fonte: Desenvolvido pela autora.

*"O que faz uma tipografia ser legível é saber o que é para ser lido, o porquê vai ser lido, quem e quando o vai ler, e onde vai ser lido."
Sousa (2002)*



Fontes testadas:

Quattrocento Sans
Open Sans
Merriweather Sans
Gotham
Proxima Nova

Figura 22 - Teste tipográfico
Fonte: Desenvolvido pela autora.

A fonte escolhida foi a Proxima Nova no tamanho 10 pt, que é um meio-termo entre as clássicas Futura e Akzidenz Grotesk. É uma tipografia geométrica, segundo o sistema de classificação de tipos proposto por Dixon em 1995, com uma família de 8 pesos tipográficos adequada para este projeto e altura-x mediana, que não compromete a leitura. Segundo Ali (2009) quanto maior a diferença entre a altura da caixa-alta e da caixa-baixa, menor a legibilidade e consequentemente a leiturabilidade. Suas ascendentes e descendentes não são longas, outro fator que favorece a leitura confortável. Seus traços não possuem contraste entre partes finos e grossos do desenho dos tipos, e com isso a leitura flui suavemente.



Proxima Nova Thin

Proxima Nova Thin Italic

Proxima Nova Light

Proxima Nova Light Italic

Proxima Nova Regular

Proxima Nova Italic

Proxima Nova Medium

Proxima Nova Medium Italic

Proxima Nova Semibold

Proxima Nova Semibold Italic

Proxima Nova Bold

Proxima Nova Bold Italic

Proxima Nova Extrabold

Proxima Nova Extrabold Italic

Proxima Nova Black

Proxima Nova Black Italic

Figura 23 - Características tipográficas

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Estabelecimento da entrelinha

A entrelinha é um dos principais coadjuvantes da leiturabilidade e em sua definição, normalmente o padrão de configuração utilizado é o valor de 20% a mais que o tamanho do corpo de texto. Entrelinhas menores que 20% são utilizadas em textos com colunas de pouco comprimento, para leituras rápidas, como jornais. Para este projeto, o uso de uma entrelinha maior que o padrão fez-se necessário por não ser uma revista para ser lida com pressa, a leitura deve transmitir leveza e conforto para o leitor.

Entrelinha escolhida: 14 pt. Fonte 10 pt.

Este é um exemplo da aplicação da entrelinha escolhida para o projeto gráfico da Respiro.

Determinação do módulo

O módulo é a medida inicial que auxilia na construção do grid, e a partir deste, é feito o ajuste da forma da página. O módulo é estabelecido usando o valor da entrelinha em milímetros como base. Sendo 1 ponto igual a 0,35275 mm, conclui-se que 14 pontos (valor da entrelinha) é equivalente a 4,938 mm, sendo este o valor do módulo.

Para o cálculo da forma da página, é preciso dividir o valor pré-definido de largura e altura pelo valor do módulo para saber quantos módulos cabem em uma página. Arredonda-se este valor para baixo ou para cima e neste projeto, optou-se pelo valor mais baixo para não aumentar as dimensões da página previamente estabelecida. Após o arredondamento, multiplica-se novamente pelo valor do módulo para obter novo valor do formato de página, como mostra o cálculo a seguir.

LARGURA DA PÁGINA

$192\text{mm} / 4,938 = 38,88 = 38 \text{ módulos}$
 $38 \times 4,938 = 187,644 \text{ mm}$

ALTURA DA PÁGINA

$234\text{mm} / 4,938 = 47,38 = 47 \text{ módulos}$
 $47 \times 4,938 = 232,086 \text{ mm}$

NOVO FORMATO

187,644 x 232,086 mm

Figura 24 - Cálculo do novo formato
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Dimensionamento da forma da página e construção do grid

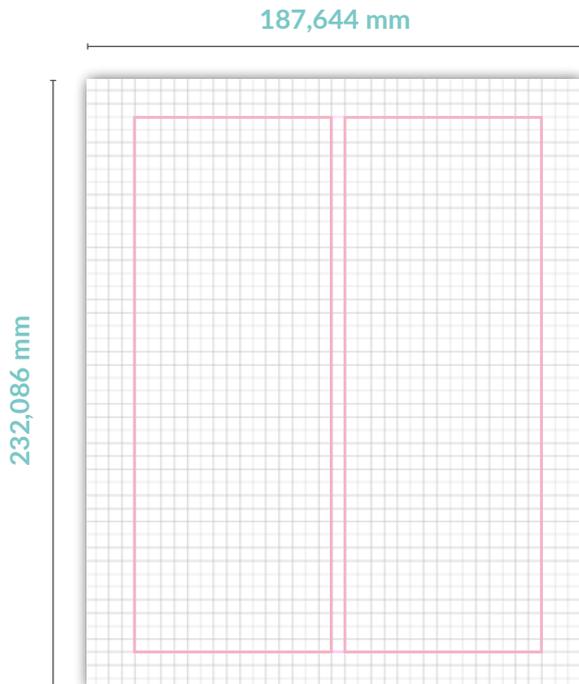


Figura 25 - Construção do grid
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Criação de uma escala modular

A escala modular serve para harmonizar os tamanhos dos tipos utilizados na revista, a distribuição dos elementos gráficos editoriais e as margens da página. Para a sua construção, é fundamental definir uma proporção relativa de um tamanho de fonte inicial. Neste projeto, o tamanho inicial utilizado será o mesmo escolhido para a tipografia (10 pontos) e utilizaremos a proporção de Fibonacci, 1,61803, também conhecida como a razão áurea (número FI Φ).

Representação do diagrama

O diagrama é estrutura fundamental do layout no design editorial. Os diagramas podem possuir diversos formatos, e para a Respiro, utilizaremos o diagrama colunar. Bringhurst (2015) indica que a largura das colunas seja definido a partir da média satisfatória de caracteres por linha nas colunas de texto, e esse valor é fornecido a partir do comprimento do alfabeto em caixa baixa da tipografia escolhida, como mostra a tabela ao lado.

Figura 27 - Tabela de Média de Caracteres por Linha
Fonte: Bringhurst (2015)

Proxima Nova 6 pt

Proxima Nova 10 pt

Proxima Nova 16 pt

Proxima Nova 26 pt

Proxima Nova 42pt

Figura 26 - Escala modular

Fonte: Desenvolvido pela autora.

		MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA																		
		10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40			
LARGURA DA COLUNA (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				

O comprimento do alfabeto da Proxima Nova é de 126,33 pontos. Comparando com os dados da tabela, o tamanho de coluna satisfatório para este projeto deverá variar entre 16 até 30 paicas.



Figura 28 - Comprimento do alfabeto
Fonte: Desenvolvido pela autora.

		MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA											
LARGURA DA COLUNA (paicas)		10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32
80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	
85	38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	
90	36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	
95	34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	
100	33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	
105	32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	
110	30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	
115	29	35	41	47	53	59	64	70	76	82	88	94	
120	28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	
125	27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	
130	26	31	36	41	47	52	57	62	67	73	78	83	

Figura 29 - Tamanho satisfatório das colunas
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Para este projeto, optou-se pelo diagrama com variação entre uma e duas colunas. No diagrama de duas colunas, a medida é de 17 paicas condizente com o tamanho satisfatório de Bringhurst (2015), suas margens seguem a proporção 4, 3, 3, 3 módulos e o gutter possui tamanho de 1 módulo.

O texto composto em duas colunas é normalmente destinado para matérias ou editorias mais importantes. Segundo Ali (2009) quanto mais largas as colunas de texto, maior a percepção de importância para o seu conteúdo. Esse tipo de diagrama será utilizado não somente para textos, mas como sustentação para ilustrações, imagens e elementos visuais da revista. Apesar de não fazer parte do escopo da Respiro grandes blocos de texto, caso seja necessário, esse deverá ser o modelo a seguir com a diagramação.

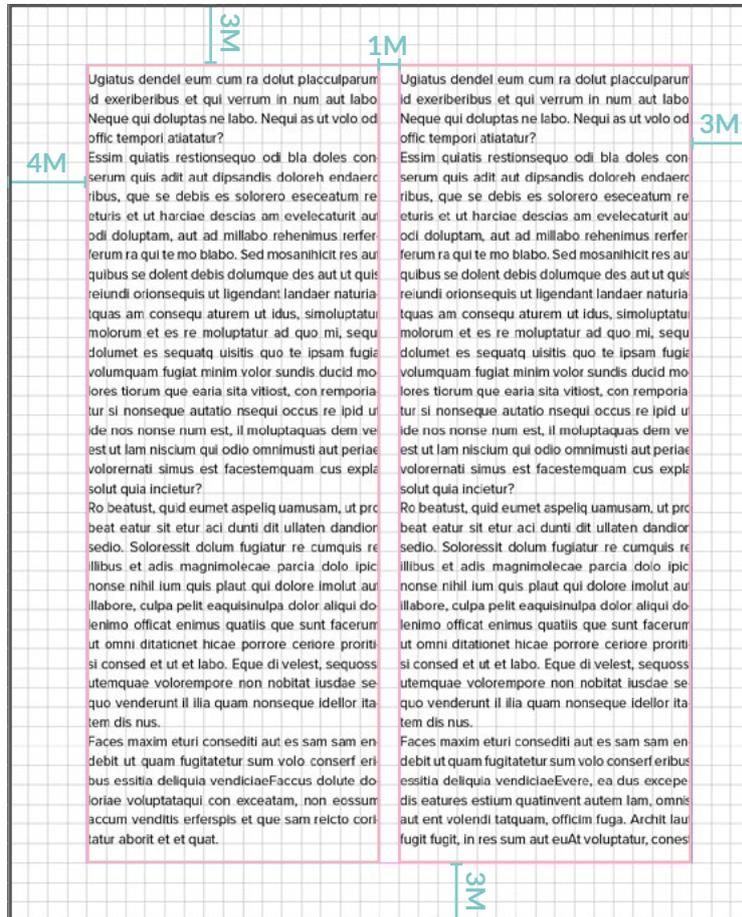


Figura 30 - Representação grid duas colunas
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Por sua vez, o diagrama de uma coluna possui 24 paicas, o tamanho ideal sugerido por Bringham (2015), e as margens estão com proporções de 4, 3, 14, 4 módulos.

Uma única e larga coluna na página funciona para apresentação de uma editoria ou matéria. Esse modelo também permite que seja reforçado os conceitos Serenidade e Refúgio, com um layout limpo, pouco texto, ideal para páginas que tenham em peso elementos editoriais não-textuais, como por exemplo a editoria Inspire que manifesta sentimentos e sensações através de seus conteúdos e imagens.

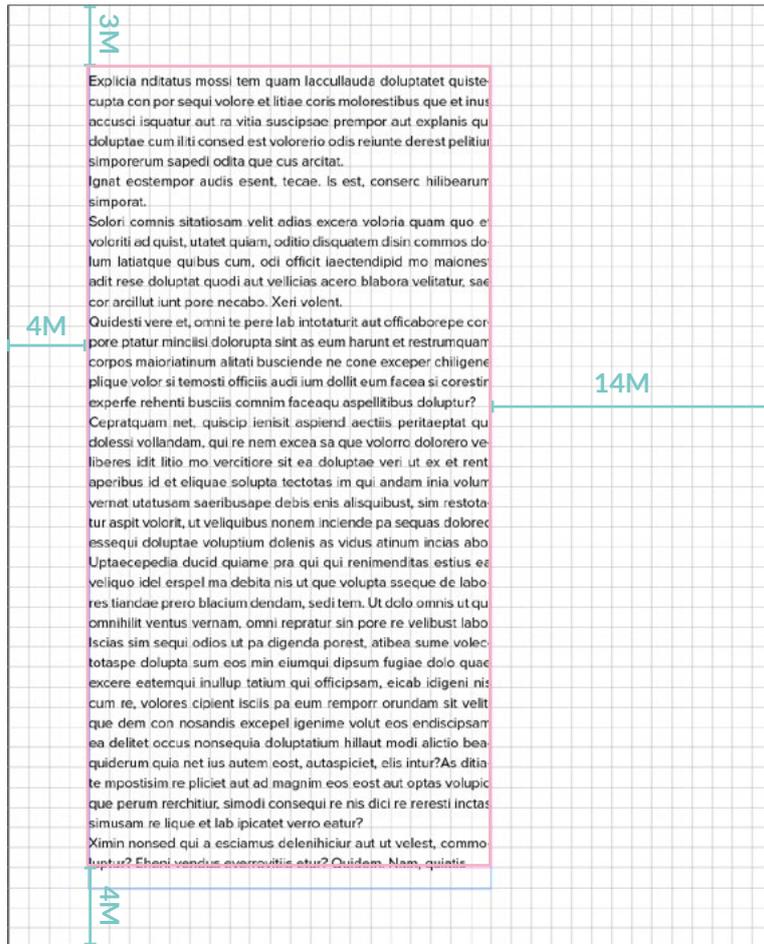


Figura 31 - Representação grid uma coluna
 Fonte: Desenvolvido pela autora.

A proposta inicial de utilizar 3 colunas no projeto não foi concretizada pois o formato da página resultaria em colunas estreitas, indicadas para leituras mais rápidas, diferente do propósito da Respiro.

Configuração e ativação da linha de base

A linha de base é onde a tipografia fica assentada seguindo toda a relação de proporção modular inicialmente definida. A ativação foi feita após a definição do diagrama com o mesmo valor da entrelinha no software de editoração. De preferência, a linha de base deve estar dentro das margens, como mostra a figura 32.

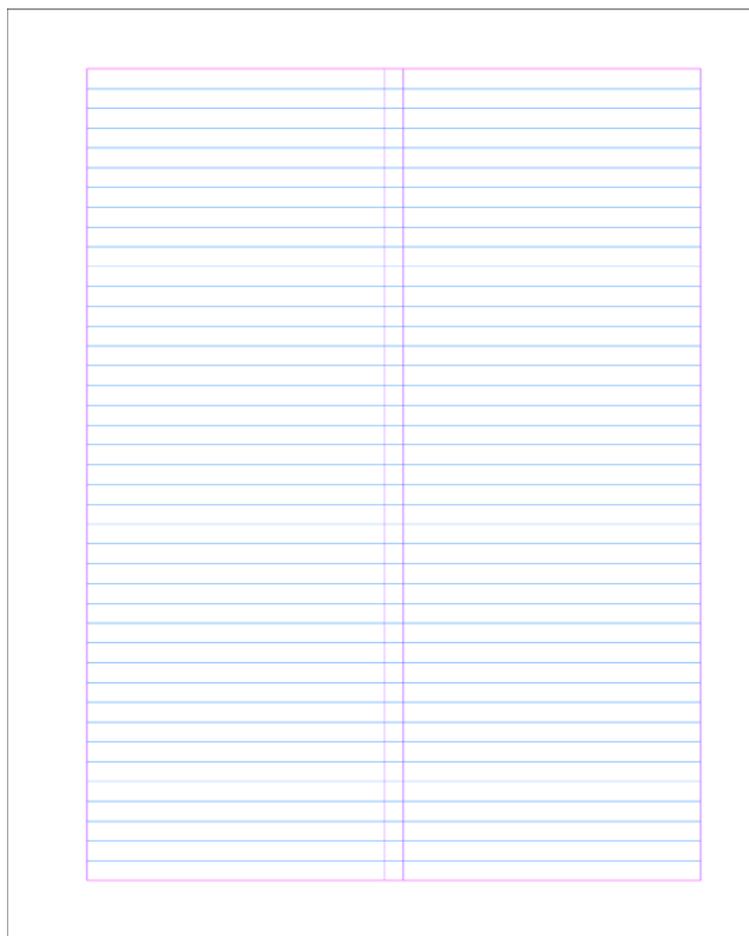


Figura 32 - Ativação da linha de base
Fonte: Desenvolvido pela autora.

ESPELHO DE PUBLICAÇÃO

O espelho de publicação desenha a ordem dos conteúdos da revista. É a distribuição do conteúdo editorial, matérias, editorias, colunas e páginas de publicidade ao longo do miolo da publicação. A Respiro não possui anúncios e é introduzida em sua primeira página com uma frase marcante e em sequência, acompanha o Expediente e o Editorial. A primeira editoria que dá abertura a revista é a Fractal, que possui cunho informativo e expressa um parecer técnico sobre o que é ansiedade, quais os tipos de ansiedade e como ela se manifesta. É uma seção que prevalecem os espaços em brancos contrastando com o texto em preto, formas geométricas, fios e grafismos. Os textos são alternados entre colunas e imagem, não tendo muitos blocos de texto no mesmo spread. Para destaque, cores vivas ou neon e mármore. A tipografia escolhida para os títulos é a Proxima Nova e a Proxima Nova Condensed em seus diferentes pesos.

Em seguida, a Inspire começa a suavizar a revista com muitas

imagens e suas cores sutis e tranquilizantes. Essa editoria, antiga Inspire, Expire teve seu nome reduzido. Seus conteúdos expõem diversas áreas que ajudam a controlar a ansiedade com dicas e técnicas de relaxamento, como esporte, música, design, arte e etc. Nessa editoria a Respiro é enriquecida de cores e elementos visuais relaxantes. A tipografia escolhida para título auxiliar foi a Reenie Beanie, que em forma de caligrafia traz uma conexão com um leitor mais suave, leve e descontraída. Os elementos gráficos utilizados foram elementos da biônica, que remetam a natureza, assim como sua paleta de cores.

Para reativar as cores vivas e através de frases fortes de efeito, a Coexistindo, antiga Isso também passa, traz dicas, relatos e histórias de superação/motivação. Essa editoria teve um equilíbrio entre o sombrio e o vivo e usou uma paleta semelhante a da Fractal com tons mais suaves. Teve sua representação principalmente através de imagens e as cores foram um elemento chave.

O espelho de publicação é um mapa simplificado da revista que indica ordem, relevância e quais espaços serão ocupados com quais matérias.

A tipografia definida de apoio para essa editoria foi a Cutive Mono, por relembrar a tipografia da máquina de escrever e gerar essa lembrança de mensagem antiga, carinho e afeto.

Para fechar a revista, a Refúgio, antiga Juntos, reflete uma atmosfera de colaboração, elos, laços, compartilhamento, rede, links. É uma editoria clean, com pontos de cores mais vibrantes, utilizando esse mix entre rede, fios e a seriedade. Conta com poucos blocos de textos e muitos elementos de ligação. A tipografia auxiliar foi a Proxima Nova Condensed aplicada em seu contraste de peso thin e bold, para dar solidez e passar confiança.

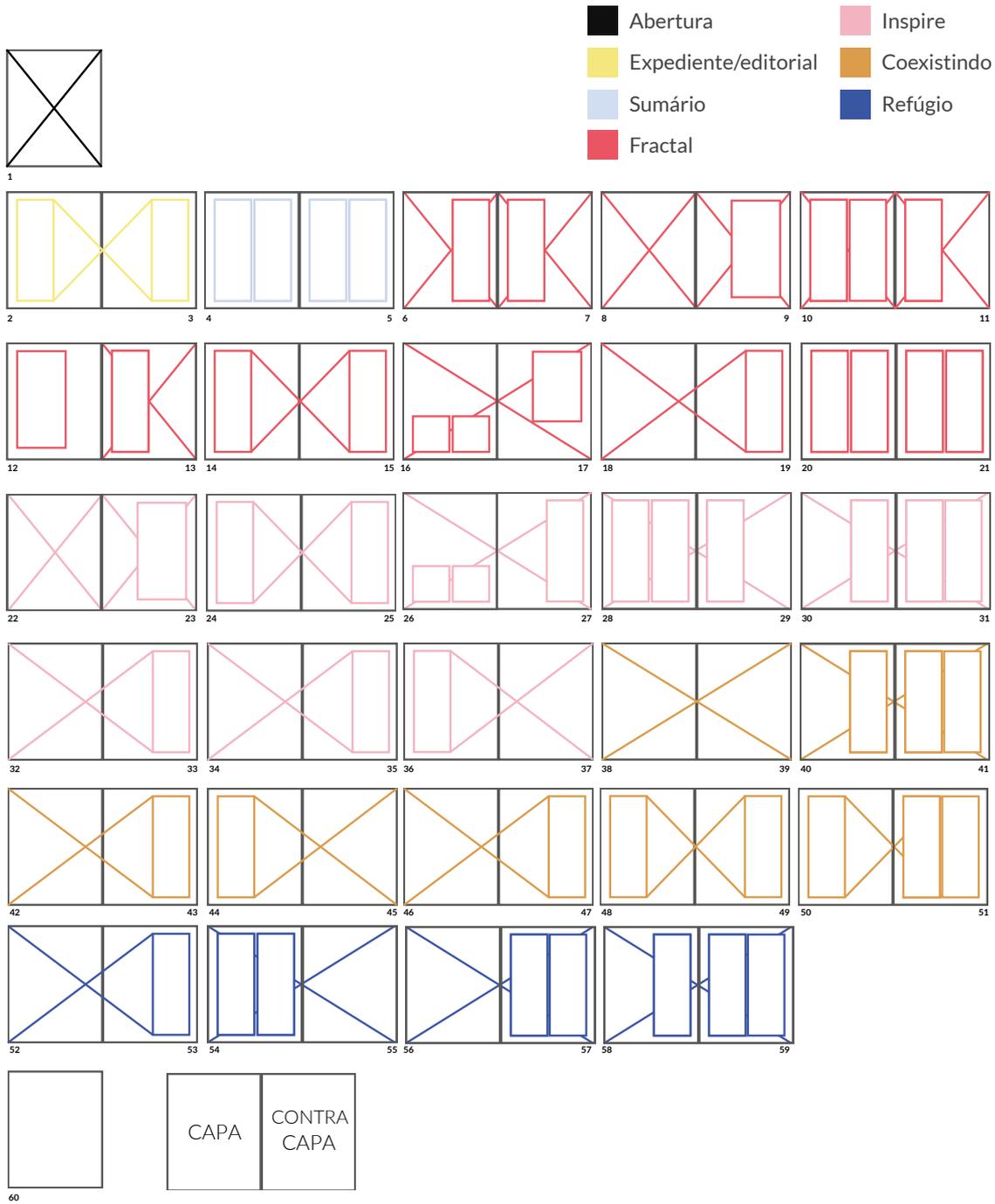


Figura 33 - Espelho de Publicação
 Fonte: Desenvolvido pela autora.

PALETA DE CORES

A partir do espelho de publicação, foram construídos mapas mentais de cada editoria para reafirmar os conceitos de forma visual. Aproveitou-se para extrair desses mapas uma paleta de cores inicial, como mostra a figura 34.

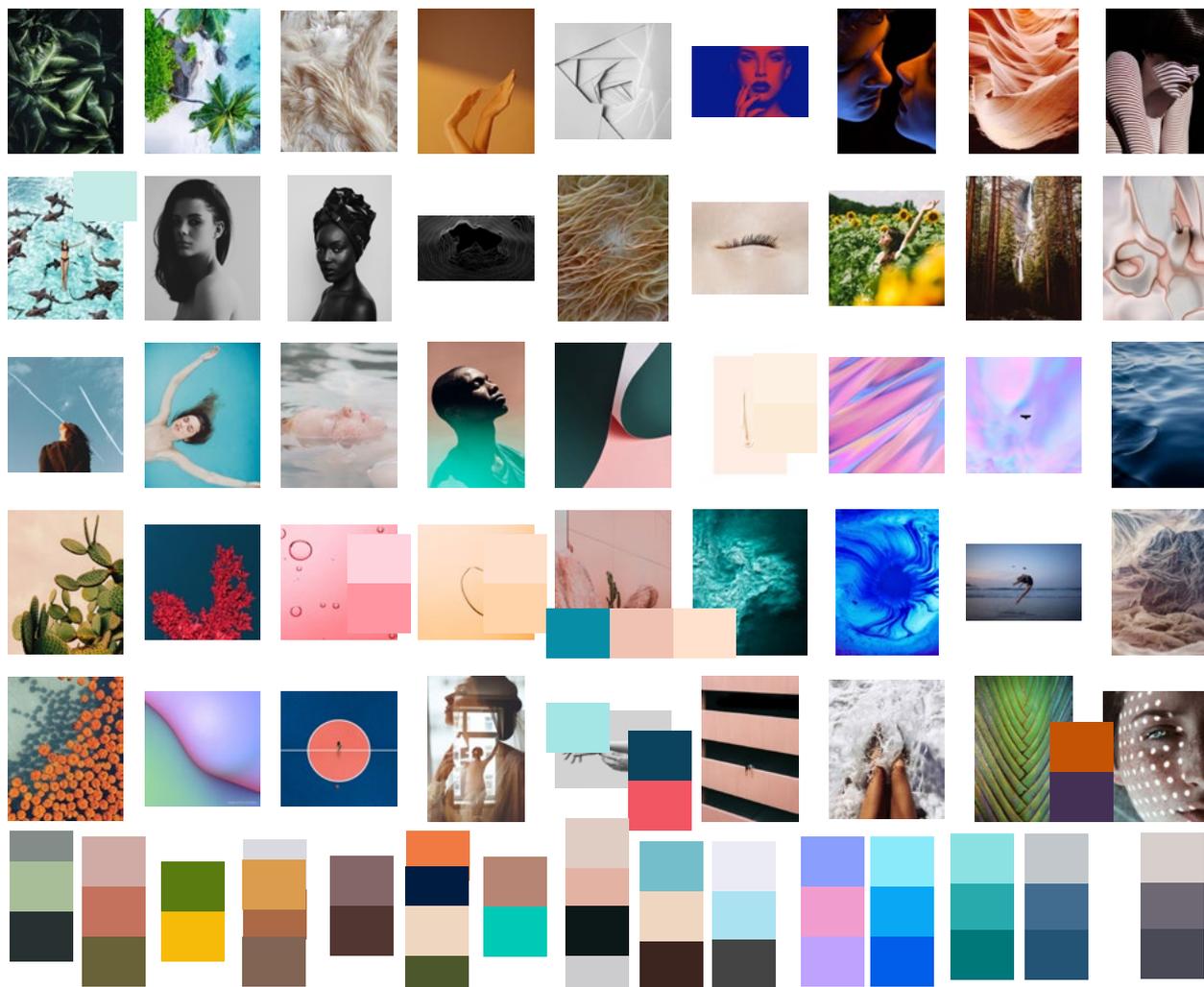


Figura 34 - Mapa mental
Fonte: Desenvolvido pela autora.

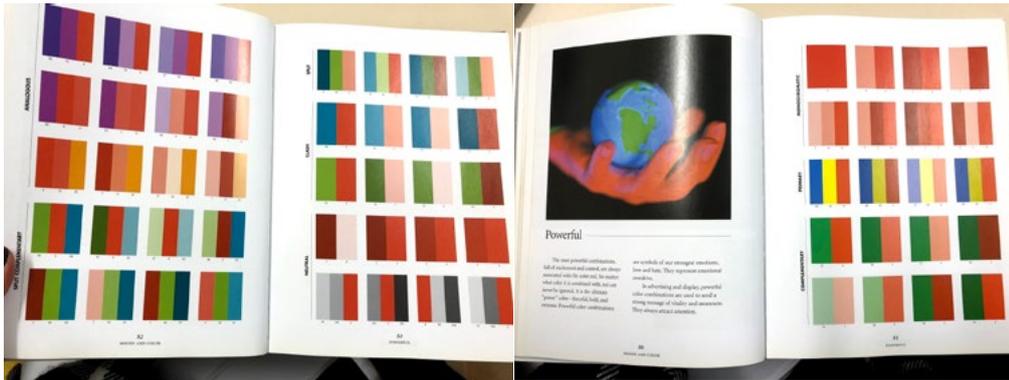
Esse mapa mental serviu de suporte, porém para uma escolha mais precisa foi utilizado o auxílio do livro *The Complete Color Harmony*, da Tina Sutton e de Bride M. Whelan.

FRACTAL

A editoria Fractal usou como inspiração as cores da seção *Powerful*, dando boas-vindas ao leitor com tons mais vivos.



Figura 35 - Paleta de cores definida para editoria Fractal
Fonte: Desenvolvido pela autora.



Figuras 36 e 37 - Seção Powerful
Fonte: *The Complete Color Harmony*

INSPIRE

Inspire é uma editoria tranquilizante, com métodos de relaxamento e sua paleta não poderia ser diferente. A seção do livro utilizada de apoio foi a *Calm*, com tons mais serenos e suaves.

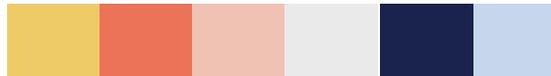


Figura 38 - Paleta de cores definida para editoria Inspire
Fonte: Desenvolvido pela autora.



Figuras 39 e 40 - Seção Calm
Fonte: *The Complete Color Harmony*

COEXISTINDO E REFÚGIO

Os conceitos das editoriais Coexistindo e Refúgio são muito similares, pois ambos são editoriais com muita empatia com o objetivo de gerar uma atmosfera de colaboração e ajuda. O conceito utilizado para a paleta foi o *Friendly*, com tons mais quentes.



Figura 41 - Paleta de cores definida para as editoriais Coexistindo e Refúgio
Fonte: Desenvolvido pela autora.



Figuras 42 e 43 - Seção Friendly
Fonte: The Complete Color Harmony

PALETA CROMÁTICA FINAL

C:100	C:86	C:100	C:26	C:3	C:6	C:0	C:1	C:5	C:7	C:9
M:93	M:68	M:93	M:11	M:29	M:4	M:78	M:66	M:30	M:18	M:7
Y:38	Y:0	Y:38	Y:2	Y:94	Y:61	Y:50	Y:64	Y:27	Y:26	Y:1
K:37	K:0	K:37	K:0	K:0						

Figura 44 - Paleta cromática final
Fonte: Desenvolvido pela autora.

ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS TEXTUAIS

Os elementos gráfico-editoriais ajudam na construção da identidade visual da revista e são determinados com o apoio da escala previamente definida. Para este projeto, foi utilizado principalmente para os títulos as tipografias Proxima Nova e Proxima Nova Condensed e como suporte a Reenie Beanie e a Cutive Mono.

Tipografia títulos

Proxima Nova – 42 pt

Proxima Nova Condensed – 42

Reenie Beanie – 42 pt

Cutive Mono – 42 pt

Figura 45 - Tipografias de título
Fonte: Desenvolvido pela autora.



Figura 46 - Exemplo de aplicação de tipografias de título
Fonte: Desenvolvido pela autora.

diferença entre ansiedade normal e a patológica

Deve-se procurar ajuda de um profissional quando a ansiedade permanece durante muito mais tempo do que o esperado, em uma grande intensidade, causando um considerável nível de prejuízo na vida da pessoa. Quando a ansiedade é aguda e ocorre num curto espaço de tempo, ela é chamada de reação de luta ou fuga e é acompanhada por reações físicas, como: taquicardia, sudorese, tremor, falta de ar, entre outras. Além disso, essas reações são acompanhadas por sentimentos de medo intenso e uma propensão à ação (lutar ou fugir). Em outros momentos, a ansiedade pode ser mais difusa, orientada para o futuro, e se caracterizar principalmente pela presença de preocupações, irritabilidade, tensão muscular, entre outros. Em geral, há uma antecipação de ameaça e, por isso, esta reação é denominada ansiedade antecipatória ou expectativa apreensiva.

fatores de diferenciação

🕒 tempo

📊 intensidade

⚠️ nível de prejuízo

Subtítulos - 26 pt

Entretítulos - 16 pt

Figura 47 - Exemplo de aplicação de subtítulos e entretítulos

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Créditos - 8 pt

Fólio - 9 pt

Corpo de texto - 10pt

Vinheta - 8pt

Olho da matéria - 26pt

Figura 48 - Exemplo de aplicação de outros elementos gráfico-editoriais

Fonte: Desenvolvido pela autora.

REFÚGIO

“a empatia pode fazer uma enorme diferença para alguém que está ansioso”

“Não é culpa sua.”

“É importante não diminuir a experiência”, explica Ferchione. “Ser solidário é estar disposto a ouvir o que eles têm a dizer e ser compreensivo. Mas, para chegar a esse nível de entendimento, é necessário validar o que eles estão sentindo.”

Mas é importante reconhecer o sofrimento sem aumentar ainda mais a ansiedade, alerta Ferchione. “Tenha cuidado para não ser cúmplice do medo da pessoa”, diz ele. “Ser compreensivo não significa que temos de acomodar seus medos, algo que as famílias costumam fazer com frequência. Esse tipo de atitude pode acabar alimentando a ideia de que há algo a temer.”

“Isso deve ser muito difícil para você.”

Frases como “isso deve ser muito difícil para você!” ou “por favor, me diga o que posso fazer!” podem significar validação – um fator importante quando se trata de oferecer apoio genuíno, diz Ferchione.

Muitas vezes queremos fazer algo para ajudar uma pessoa querida, mas tudo o que eles realmente precisam no momento é de um ombro amigo e do reconhecimento de que estão passando por um momento difícil. A empatia pode fazer uma enorme diferença para alguém que está ansioso. “O paradoxo é que [uma frase empática] ajuda a acalmar, porque eles não sentem que têm de lutar por sua ansiedade”, disse previamente ao HuffPost Healthy Living Keith Humphreys, professor de psicologia da Universidade Stanford. “Isso mostra alguma compreensão.”

Silêncio.

No fim das contas, Ferchione diz que não é necessariamente o que você diz o que realmente importa, mas como você demonstra seu apoio. Às vezes, o simples ato de ouvir pode ser mais do que suficiente. “Esteja disposto a oferecer o seu tempo”, diz ele. “Esqueçamos como isso é importante. Às vezes, o mais útil para quem sofre de ansiedade é simplesmente ter alguém para ouvir a sua experiência. Só isso.”

Chris Schoonover

28

29

ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS NÃO-TEXTUAIS

Os elementos gráfico-editoriais não textuais introduzem a personalidade da Respiro através de box, fios, grafismos, contornos e wallpapers.



Figura 49 - Exemplo de aplicação de elementos gráfico-editoriais não-textuais
Fonte: Desenvolvido pela autora.

IMAGENS

As imagens retratam os conceitos de empatia, serenidade, autoconhecimento e refúgio. De acordo com a matéria, ela retrata um conceito diferente de uma forma mais aprofundada. Foi feita uma seleção de imagens que encaixassem com os conceitos e trouxessem uma conexão com o leitor e com os conteúdos. As imagens são profundas, intensas e repletas de sentimentos e sensações. Obteve-se o cuidado de recolher os mais variados esteriótipos para poder alcançar o máximo de empatia, um dos principais e mais importantes conceitos da revista. A serenidade encontra-se em imagens que remetem a natureza, a pessoas em paz, de olhos fechados. Por sua vez, o autoconhecimento é gerado nas fotos que mais retratam os transtornos. O refúgio, que também é uma das editoriais, foi pontualmente usado nas imagens que possuem contato físico.



Figura 50 - Exemplo de imagens
Fonte: Desenvolvido pela autora.

CAPA E LOGOTIPO

Capa

Para a capa, buscou-se uma imagem que refletisse o naming e conversasse com a marca, criando estímulos sensoriais através dos conceitos. As chamadas foram colocadas suaves e discretas no canto direito alinhadas com o box da edição, para manter o princípio de design de alinhamento e não concorrer com a logo.

As cores poderão variar de acordo com a edição, tanto do logo quanto do box de edição, seguindo a paleta de cores da Respiro.



Figura 51 - Capa Respiro
Fonte: Desenvolvido pela autora.

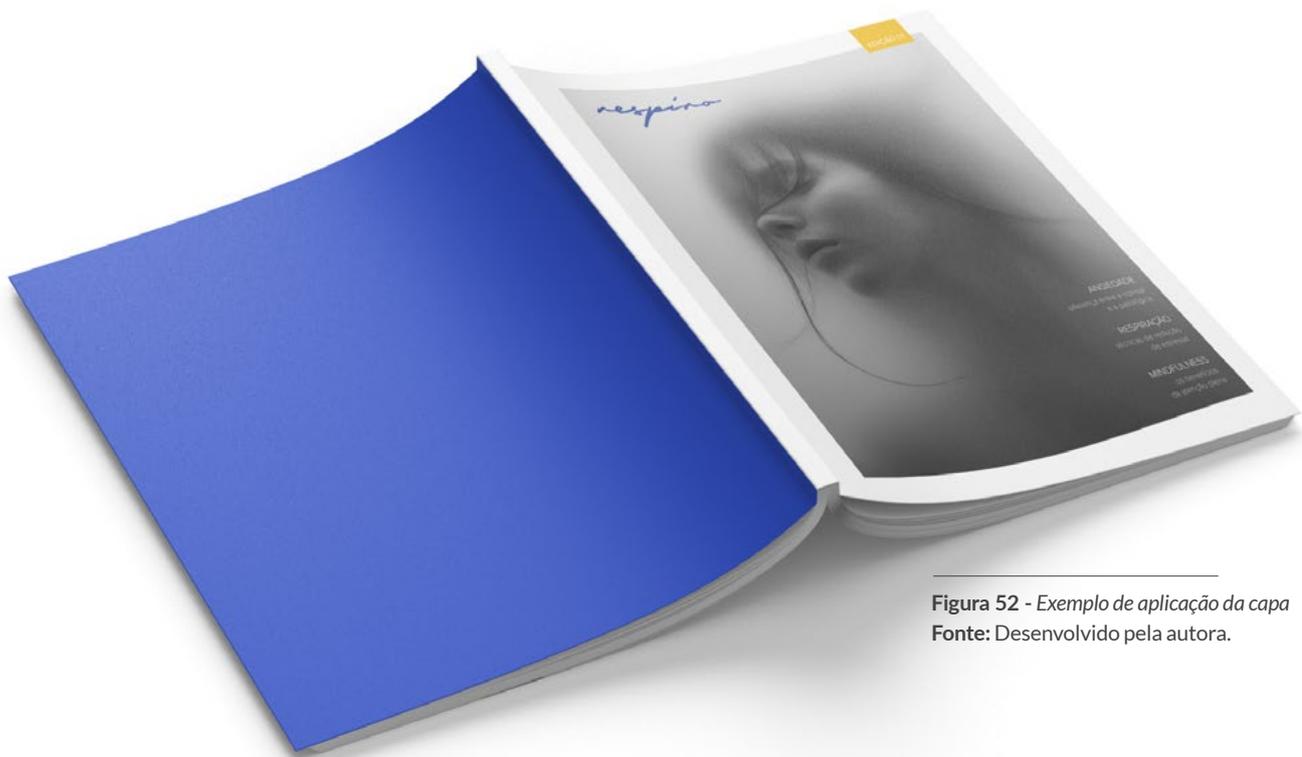


Figura 52 - Exemplo de aplicação da capa
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Logotipo

O logotipo escolhido foi desenhado e adaptado a partir da tipografia Hunter River, que se assemelha com um pincel.

Os conceitos refúgio e serenidade são os pilares desse logotipo por conta da sua forma arredondada e inclinada, que transporta leveza, delicadeza e conforto.

A cor utilizada foi a de mais destaque dentro da revista nesta edição, mas ela é cambiante e poderá ser aplicada de acordo com as necessidades de cada edição.

A palavra 'respiro' escrita em uma fonte cursiva, arredondada e inclinada, em uma cor azul escuro. O traço tem a aparência de ser feito com um pincel, com variações de espessura e bordas desbotadas.

Figura 53 - Logotipo Respiro
Fonte: Desenvolvido pela autora.

A palavra 'respiro' escrita em uma fonte cursiva, arredondada e inclinada, em uma cor amarelo vibrante. O traço tem a aparência de ser feito com um pincel, com variações de espessura e bordas desbotadas.

Figura 54 - Logotipo Respiro - Aplicação de cores
Fonte: Desenvolvido pela autora.

A palavra 'respiro' escrita em uma fonte cursiva, arredondada e inclinada, em uma cor vermelho-alaranjado. O traço tem a aparência de ser feito com um pincel, com variações de espessura e bordas desbotadas.

Figura 55 - Logotipo Respiro - Aplicação de cores
Fonte: Desenvolvido pela autora.

fase executiva

DIAGRAMAÇÃO

A diagramação é a ocasião em que podemos ver a aplicação do projeto gráfico e de todo estudo feito para esse projeto.

A Respirio priorizou o diagrama de duas colunas em sua diagramação, uma vez que as colunas não são ocupadas por grandes blocos de texto, como previsto no projeto. Foram utilizados grafismos, olhos e fios para dinamizar a leitura e preencher as colunas sem comprometer o grid utilizado. Retomando o conceito de Empatia, é possível ver as sensações sentidas pelas pessoas que possuem o transtorno através da imagem.

Figura 56 - Aplicação diagrama 2 colunas
Fonte: Desenvolvido pela autora.



Ainda no diagrama de 2 colunas, destaca-se em diversas matérias a importância dos espaços em branco. As figuras 57 e 58 ilustram o contraste destes com o restante dos elementos gráfico-editoriais.

Ainda na figura 57, é possível ver a interação, uma das estratégias de design que reforçam o conceito Autoconhecimento, aplicada através do fio e da própria imagem.

Figura 57 - Aplicação diagrama 2 colunas
Fonte: Desenvolvido pela autora.



O conceito Serenidade é evidenciado através de tons claros e suaves e da utilização de letterings nos títulos de algumas matérias.

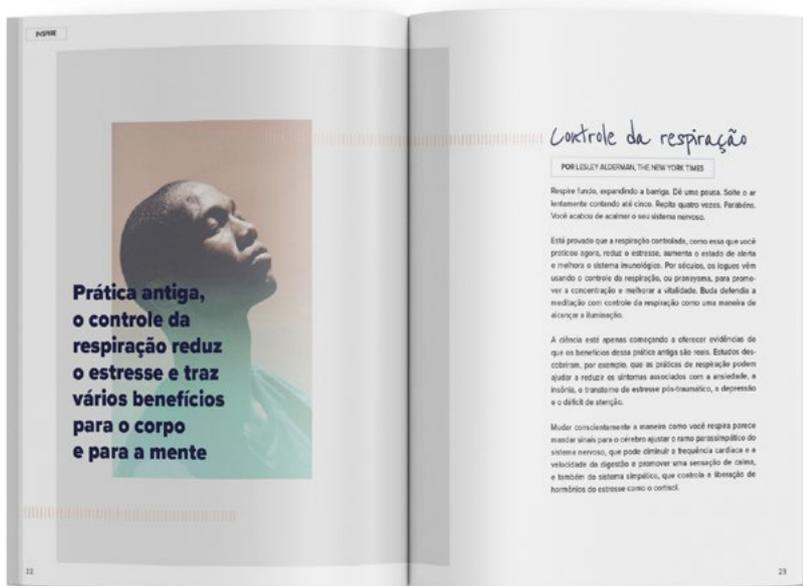


Figura 58 - Aplicação diagrama 2 colunas
Fonte: Desenvolvido pela autora.



Nesta edição de lançamento, foi necessário introduzir a editoria Coexistindo com uma abertura para contextualizar os relatos que estão inseridos na revista. Sem perder o alinhamento com as estratégias, foram utilizadas imagens de todos os tipos de pessoas para reforçar o conceito Empatia.

Figura 59 - Abertura editoria coexistindo
Fonte: Desenvolvido pela autora.



O diagrama de uma coluna foi utilizado para abertura de matérias ou para matérias que eram mais curtas, como é possível ver nas figuras 60 e 61.

O conceito Empatia é encaixado através da utilização de um kerning menor nos títulos, com o auxílio de uma imagem que transpareça sensações e sentimentos sendo abordados no conteúdo.

Figura 60 - Aplicação diagrama 1 coluna
Fonte: Desenvolvido pela autora.



Nesta abertura de matéria é possível ver o conceito Refúgio materializado em layouts abstratos. O conceito Empatia também é reforçado através do kerning menor no título.

Figura 61 - Aplicação diagrama 1 coluna
Fonte: Desenvolvido pela autora.

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Miolo

A revista contém 60 páginas com as medidas de 187,644 x 232,086 mm no formato fechado e 375,288 x 232,086 mm no formato aberto. Serão 3 mil exemplares impressos no papel couché fosco 115g/m², no sistema *offset* em quadricromia (4/4). Foi optado por esta gramatura por não ser tão fina, para não prejudicar a impressão e também por não ser tão grossa, pois folhas com gramaturas muito altas prejudicam o manuseio da revista.

Fechamento de arquivo

Para garantir que as imagens não tenham cortes ou espaços em branco inesperados, foi utilizada uma sangria de 5 mm, que é o padrão sugerido por gráficas. Além do cuidado com a sangria, ao fechar o arquivo deve-se atentar a todas as imagens e cores que devem seguir o padrão CMYK, ideal para impressão.

Para a compactação, o sugerido para este projeto foi o PDF/X-1a, que mantém a qualidade das imagens e incorpora as fontes do documento.

Capa

A capa será impressa no papel couché fosco 250g/m², com lombada quadrada. O formato da capa deverá ser calculado de acordo com a quantidade de páginas de cada edição, levando em consideração o cálculo da lombada.

O cálculo é feito a partir da multiplicação do número de páginas pelo dobro do valor da gramatura do papel e em seguida, dividir esse resultado por 28.800.

$$60 \text{ páginas} \times 115\text{g/m}^2 \times 2 : 28800 = 0,47 \text{ cm}$$

Sendo assim, o valor final da capa considerando o cálculo da lombada no formato aberto, fica de **379,98 x 232,086 mm**.

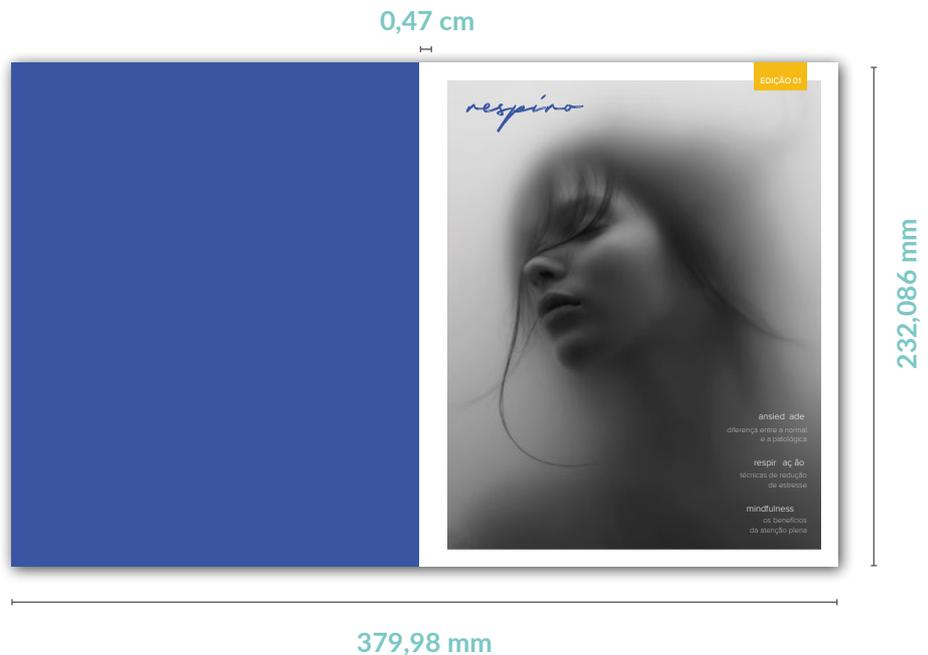


Figura 62 - Capa planejada com medidas

Fonte: Desenvolvido pela autora.

conclusões

CONCLUSÕES

O design tem o benefício de poder flutuar pela interdisciplinaridade e proporcionar que os projetos possam ir muito além da forma e função que estamos acostumados a ver na graduação. Utilizar a técnica para cumprir o papel social que temos dentro da universidade é incrivelmente gratificante.

Uma das principais dificuldades do projeto foi definir o público-alvo, porque existem duas principais formas de retratar ansiedade: ajudando um ansioso ou exemplificando para alguém o que é ansiedade. Nesta última, correria o risco de se tornar um gatilho para alguém que sofre de ansiedade por criar ainda mais esse sentimento. Como a proposta inicial da autora era contribuir com conteúdos que pudessem auxiliar pessoas com ansiedade e trazer esse retorno para a sociedade, optou-se pela primeira opção. A partir de pesquisas e referências, intensificou-se a busca por informar o que é ansiedade centrando no leitor e uma das principais descobertas foi que deveriam ser aplicadas cores vivas em sua grande maioria e não somente para destaque, como foi pensado inicialmente no projeto.

Acredita-se que o resultado final atendeu os conceitos e cumpriu o esperado, enriquecendo os conhecimentos da autora no campo do design editorial e no design gráfico num geral, além de seu desenvolvimento como ser humano criando a cada dia uma consciência maior sobre empatia e a experiência do usuário, independente de ser no momento em que ele é aluno ou leitor de uma revista. É uma satisfação inenarrável poder concretizar este projeto tão estudado e idealizado.

REFERÊNCIAS

- ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Thinking: Coleção Design Básico**. Bookman Editora, 2016.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. Bookman Editora, 2012.
- BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz; ABREU, Karen Cristina Kraemer. **A história das revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial**. Revista Científica Plural, v. 4, p. 1-21, 2014.
- BOMFIM, G. A. **Metodologia para desenvolvimento de projetos**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1995.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico: versão 4.0**. 3 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2015.
- Buchanan, Richard. "Design research and the new learning." Design issues 17, no. 4 (2001): 3-23.
- BUCHANAN, Richard. **Mundos em construção: design [projeto], gerenciamento e a reforma da cultura organizacional**. Arcos Design. Rio de Janeiro: PPD ESDI - UERJ. Volume 9 Número 2 Dezembro 2016.
- CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Editorial Design: Digital and Print**. London: Laurence King Publishing. 2ª edição. 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.
- CLARK, D.A.; BECK, A.T. 2012. **Terapia cognitiva para os transtornos de ansiedade: ciência e prática**. Porto Alegre, Artmed, 640 p.
- DUBBERLY, Hugh. **How do you design? A compendium of Models**. Disponível em: http://www.dubberly.com/wp-content/uploads/2008/06/ddo_designprocess.pdf.
- FORTY, Adrian. **Objetos do desejo: Design e sociedade desde 1750**. Tradução de Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007. 352 p. Título original: Objects of desire – design and society since 1750.
- GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**, v. 2, p.1-109, 2008.
- MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo, Ed. Martins Fontes. 2008.
- PEREIRA, Ana Catarina Martins. **Análise de depressão e ansiedade nos alunos do ensino superior: comparação com um estudo do curso de radiologia**. Análise de depressão e ansiedade nos alunos do ensino superior, 2009.
- RIMMER, John; HALIKAS, James A.; SCHUCKIT, Marc A. **Prevalence and incidence of psychiatric illness in college students: A four year prospective study**. Journal of the American College Health Association, v. 30, n. 5, p. 207-211, 1982.
- SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre: Artmed, 2011.
- SOUSA, Miguel. **Guia de tipos**. 2002.
- SUTTON, Tina; WHELAN, Bride M. **The Complete Color Harmony**. Rockport Publishers, 2004.

APÊNDICE

BRIEFING

MISSÃO EDITORIAL

1. Qual o objetivo da revista?

O objetivo será informar o maior número de pessoas sobre ansiedade e suas causas, assim como dicas e métodos de tratamento/relaxamento.

2. Quem vai ler sobre os assuntos?

O público da revista será quem sofre de ansiedade e tem interesse em aprender a lidar com ela. Inicialmente, o foco será atingir universitários devido ao alto nível de estresse gerado por conta do excesso de provas, trabalhos e pressão sobre a carreira profissional. Uma parcela do público também será quem possui amigos ou familiares com o transtorno e querem saber como ajudar e lidar com a situação.

3. Qual tipo de revista?

Revista segmentada por interesses.

4. Qual forma do conteúdo?

O conteúdo será informativo-científico, baseado em artigos publicados por diversos profissionais da área com o auxílio da Prof^{ta}. Fernanda Lopes do departamento de Psicologia da UFSC. No entanto, por ser voltado para um público mais jovem, não contemplará blocos massantes de texto. As informações estarão diluídas com imagens, olhos, citações e ilustrações complementares.

5. Qual o título da revista?

Respiro.

6. Que outras publicações já existem sobre os assuntos?

Caballo V. E. (2003). *Manual de avaliação e treinamento das habilidades sociais*. São Paulo: Livraria Santos Editora.

Caminha, R., Wainer, R., Oliveira, M., Piccoloto, N. (2003). *Psicoterapias cognitivo-comportamentais*. São Paulo: Casa do Psicólogo.

Cordioli, A. V., & Knapp, P. (2008). *A terapia cognitivo-comportamental no tratamento dos transtornos mentais*. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 30 (supl.2), S51-53.

Ito, L. M.; Roso, M. C.; Tiwari, S.; Kendall, P. C., & Asbahr, F. R. (2008). *Terapia cognitivo-comportamental da fobia social*. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 30 (supl.2), S96-101.

Knapp, P. (2004). *Terapia cognitivo-comportamental na prática psiquiátrica*. Porto Alegre: Artmed.

Knapp, P., & Beck, A. T. (2008). *Fundamentos, modelos conceituais, aplicações e pesquisa da terapia cognitiva*. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 30 (supl.2), S54-64.

Leahy, R. (2006). *Técnicas de terapia cognitiva: Manual do terapeuta*. Porto Alegre: Artmed.

Manfro, Gisele Gus; Heldt, Elizeth; Cordioli, Aristides Volpato & Otto, Michael W (2008). *Terapia cognitivo-comportamental no transtorno de pânico*. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 30 (supl.2), S81-87.

Rangé, B. P. (2001). *Psicoterapias cognitivo-comportamentais: Um diálogo com a psiquiatria*. Porto Alegre: Artmed.

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

Empatia. Autoconhecimento. Serenidade. Refúgio.

FÓRMULA EDITORIAL

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

Não existe a intenção de fins lucrativos para a revista. Produtos ou lugares que possam vir a ser indicados na revista não estariam em forma de anúncio.

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

A princípio a revista contará com 4 principais editorias fixas.

Primeira: informativa, explicando sobre ansiedade dando um parecer mais técnico. Tipos de ansiedade, compulsões, como a ansiedade se manifesta. Deverá ocupar 18 páginas da revista (9 spreads).

Segunda: dicas e técnicas de relaxamento. Nessa seção poderá aparecer diversas áreas e como eles atuam na redução da ansiedade, incluindo subdivisões como música, design, esportes, etc, Deverá ocupar 16 páginas da revista (8 spreads).

Terceira: dicas e relatos, histórias de superação. Parte mais abstrata da revista. Também é uma área importante para agir como um objeto de aproximação do leitor, causando uma possível identificação com os relatos. Deverá ocupar 12 páginas da revista (6 spreads).

Quarta: como ajudar um amigo ou familiar que está passando por problemas com ansiedade. Como identificar, qual o papel de um amigo/familiar para essa pessoa, o que fazer e o que não fazer. 10 páginas, 5 spreads.

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

Por se tratar de um guia com edições, de 5 a 7 matérias por edição. No caso dos relatos, cada relato seria uma matéria.

13. Qual periodicidade da revista?

Semestral.

13. Qual número estimado de páginas? (mínimo e máximo)

54 a 76.

14. Qual alcance de distribuição da revista?

Local (inicialmente começará a ser distribuído pelos campi do estado e poderá ter um alcance universitário nacional).

15. Qual a tiragem?

A tiragem foi pensada de acordo com a taxa de ocorrência de transtorno de ansiedade levantada pela Organização Mundial da Saúde (9,3%) em comparativo com a quantidade de alunos que a Universidade Federal de Santa Catarina possui. São 11 centros em Florianópolis e outros 4 campi pelo estado (Joinville, Araranguá, Blumenau e Curitiba), totalizando por volta de 30 mil estudantes. Considerando a periodicidade semestral, serão distribuídos 3.0001 exemplares, ou seja, em média 200 para cada centro e, no caso dos campi Joinville, Araranguá, Blumenau e Curitiba, serão 200 por campi.

16. Como será distribuída? Em que locais será encontrada?

Espaço físico: nos CA's de cada centro da universidade, projeto amanhecer.

Online: disponível gratuitamente para baixar nos sites da universidade, divulgação em mídias sociais.

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...)

Mais quadrada, derivada do octógono. O papel seria um couché com gramatura de 120gr, offset. Os acabamentos seriam essenciais para aflorar a sinestesia na revista, para o leitor sentir o que está lendo, como vernizes... Na encadernação, penso em um revestimento capa dura, para dar uma sensação de abrigo e conforto.



<https://issuu.com/thuanirodrigues/docs/respiro-web>