
ALICE FERNANDES ORMENEZE

**PROJETO GRÁFICO-EDITORIAL DE UMA REVISTA
CUSTOMIZADA PARA UM ESTÚDIO DE TATUAGEM**

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. Mary Vonni Meürer

**FLORIANÓPOLIS
2018**

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

Ormezeze, Alice
Projeto gráfico-editorial de uma revista customizada
para um estúdio de tatuagem / Alice Ormezeze ;
orientadora, Mary Vonni Meurer, 2018.
101 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,
2018.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design Editorial. 3. Design Gráfico. 4.
Revista Customizada. 5. Estúdio de Tatuagem. I. Meurer,
Mary Vonni . II. Universidade Federal de Santa Catarina.
Graduação em Design. III. Título.

ALICE FERNANDES ORMENEZE

**PROJETO GRÁFICO-EDITORIAL DE UMA REVISTA
CUSTOMIZADA PARA UM ESTÚDIO DE TATUAGEM**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design Gráfico, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 22 de novembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Mary Vonni Meurer de Lima, Dr^a.
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

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

Prof. Israel de Alcântara Braglia, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Este projeto é dedicado a minha professora orientadora que me acompanhou de perto durante todo o processo e aos outros professores que fizeram parte da minha jornada acadêmica. Aos meus amigos e família, que me apoiaram e estiveram sempre comigo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora, professora Mary Vonni Meürer, por ter me acompanhado, compartilhando conhecimentos e ideias que foram fundamentais para construção do meu projeto, e que me fizeram acreditar ainda mais que é possível, através do Design, tornar projetos gráficos mais relevantes, úteis e viáveis, fazendo com que o público alvo seja atingido pela mensagem a ser passada. Gostaria também de agradecer a todos os outros professores do curso que me incentivaram, acreditaram no meu potencial, e consequentemente me ajudaram a acreditar mais no meu projeto, especialmente ao professor Luciano Castro, Marília Matos e Cristina Nunes, com os quais eu me identifiquei muito desde o início do curso e que foram de grande inspiração, me abriram portas e me deram diversas oportunidades, se mostrando sempre muito solícitos e amigáveis. Um obrigada especial também a professora Regiane Pupo, por ter me recebido muitas vezes no laboratório PRONTO de braços abertos, e pelas diversas xícaras de café que tomei.

Um agradecimento imenso aos meus amigos, que passaram por esse momento junto comigo, compartilharam dos episódios de tensão e indecisão, me acalmaram, me fizeram rir, e de um modo geral, tornaram a jornada mais leve e divertida. Obrigada a todos que conheci e que fizeram parte desses cinco anos na universidade.

Agradeço também ao estúdio Café Preto Tattoo, por terem aceitado fazer parte deste projeto, se mostrando muito solícitos a ajudar com o que fosse necessário.

E por último, mas jamais menos importante, um agradecimento a minha família. Às minhas tias e aos meus avós por todo o amor e carinho, todo o cuidado e zelo que tiveram comigo. Aos meus primos e primas que me ensinaram a dividir e a trabalhar em equipe, e que amizade, mesmo de longe, não diminui. Aos meus pais, por terem me dado tudo que eu sempre precisei, por terem lutado para que eu tivesse o melhor, por terem me ensinado a ser uma pessoa melhor, a correr atrás dos meus objetivos, a ambicionar coisas maiores e alcançar sonhos. Especialmente a minha mãe, que está comigo todos os dias, me ensinando, e muitas vezes aturando o mal humor em dias difíceis, e que sempre foi um grande exemplo pra mim, de alguém que atingiu seus objetivos com sucesso. Amo muito todos vocês.

RESUMO

Este trabalho propõe o desenvolvimento de um projeto gráfico editorial de uma revista customizada para um estúdio de tatuagem, com auxílio do Método Sistemático para Designers, metodologia proposta por Bruce Archer e citada por Fuentes (2006), e também com o apoio do método de estruturação gráfica proposto por Castro e Perassi (2018), com o objetivo de oferecer conteúdo relevante através de um material que converse com o público-alvo, aplicando estratégias e princípios de design que foram definidos através da construção de painéis semânticos propostos por Baxter (1998), para que, assim, a mensagem a ser passada alcance o público leitor de maneira eficaz, consolidando cada vez mais a marca do estúdio no mercado. O resultado final consiste no protótipo da primeira edição da revista Cafeína, construída e baseada no estúdio Café Preto Tatto e no seu público-alvo, que uniu em seu projeto gráfico os conceitos Underground, Dinâmico e Conectado.

Palavras-chave: Design Gráfico, Design Editorial, Revista, Revista Customizada, Tatuagem.

ABSTRACT

This work proposes the development of an editorial graphic project of a customized magazine for a tattoo studio, with the support of the Systematic Method for Designers, methodology proposed by Bruce Archer and cited by Fuentes (2006), and also with the support of the graphic structuring method proposed by Castro and Perassi (2018), in order to offer relevant content through a material that communicates with the target audience, applying strategies and principles of Design that were defined through the construction of semantic boards proposed by Baxter (1998), so that the message to be passed reaches the readership in an effective way, consolidating even more the brand of the studio in the market. The final result consists of the prototype of the first edition of the magazine Caffeine, built and based on the studio Café Preto Tatto and its target audience, which united in its graphic design the Underground, Dynamic and Connected concepts.

Keywords: Graphic Design, Editorial Design, Magazine, Custom Magazine, Tattoo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Fluxograma da metodologia de Archer adaptado por Castro (2018). _____	19
Figura 02: Exemplos de publicações do Instagram do estúdio. _____	22
Figura 03: site do estúdio Café Preto Tattoo/Loja online. _____	23
Figura 04: canal do Café Preto Tattoo no YouTube. _____	24
Figura 05: Faixa etária. _____	26
Figura 06: Nuvem de tag da profissão. _____	27
Figura 07: Você tem tatuagem ou tem interesse em fazer uma? _____	27
Figura 08: Você se interessa por assuntos relacionados com tatuagem? _____	28
Figura 09: Nuvem de tag referente a outros assuntos de interesse. _____	28
Figura 10: Você conhece ou já ouviu falar do estúdio café Preto Tattoo? _____	29
Figura11: Você tem o costume/gosta de ler revistas impressas? _____	30
Figura 12: Exemplo de uma abertura de seção da revista Skin Deep. _____	31
Figura 13: Exemplo de cartola na revista Rolling Stone. _____	32
Figura 14: Exemplo de título da revista Total Tattoo. _____	33
Figura 15: Linha de apoio na revista Rolling Stone. _____	33
Figura 16: Exemplo de capitular na revista Rolling Stone. _____	34
Figura 17: Exemplo de texto na revista Rolling Stone. _____	34
Figura 18: Entretítulos dentro de uma matéria da revista Rolling Stone. _____	35
Figura 19: Exemplo de um olho de matéria na revista Rolling Stone. _____	36
Figura 20: Exemplo de crédito na revista Inked. _____	36
Figura 21: Exemplo de legenda na revista Inked. _____	37
Figura 22: Fólio e cabeça na revista Inked. _____	37
Figura 23: Exemplos de manchete e chamadas na revista Inked. _____	38
Figura 24: Exemplo de box na revista Inked. _____	39
Figura 25: Exemplo de fios separando colunas na revista Rolling Stone. _____	40
Figura 26: Exemplo de vinheta na revista Rolling Stone. _____	40
Figura 27: Logotipos dos estúdios concorrentes. _____	41
Figura 28: Estilos de publicações do estúdio Artwork Tattoo. _____	42
Figura 29: Perfil e publicações do tatuador Lucas Milk. _____	43
Figura 30: Perfil e publicações estúdio Milk Ink. _____	43
Figura 31: Perfil e publicações estúdio Overdrive Skin Art. _____	44
Figura 32: Revista Inked Magazine - edição Junho/2012. _____	45
Figura 33: Capas que abusam das cores e de diferentes tipografias. _____	46
Figura 34: Exemplos de capas mais sóbrias e sofisticadas. _____	47
Figura 35: Exemplos de capas com imagens mais sensuais. _____	47
Figura 36: Exemplos da revista TATTOO. _____	48

Figura 37: Revista Urban Ink, edição Maio/2016. _____	49
Figura 38: Edições da revista Tattoos for Women. _____	50
Figura 39: Exemplos de capas das revistas SkinDeep e Tattoos for Women. _____	51
Figura 40: Exemplos de capas da revista GOL. _____	57
Figura 41: Aproveitamento de papel. _____	60
Figura 42: Painel de Estilo de Vida. _____	63
Figura 43: Painel de Expressão do Produto. _____	64
Figura 44: Painel de Tema Visual. _____	65
Figura 45: Espelho de publicação. _____	70
Figura 46: Matriz de apoio a seleção tipográfica. _____	74
Figura 47: Demonstração da tipografia de corpo de texto. _____	75
Figura 48: Cálculos para definição do formato final da página. _____	77
Figura 49: Dimensionamento da página e construção do grid. _____	77
Figura 50: Representação da escala modular. _____	78
Figura 51: Tabela de Média de Caracteres por Linha. _____	79
Figura 52: Tamanho do alfabeto e tamanho ideal de coluna. _____	80
Figura 53: Representação do diagrama modular. _____	81
Figura 54: Ativação da linha de base. _____	82
Figura 55: Seleção de cores através do painel de expressão do produto. _____	83
Figura 56: Proposta cromática. _____	84
Figura 57: Principais tipografias em tamanho real, medidas em pontos. _____	85
Figura 58: Exemplos de títulos, entretítulo e crédito. _____	86
Figura 59: Exemplos de corpo de texto, olho de matéria, linha de apoio, vinheto e fólio. _____	87
Figura 60: Exemplos de legenda. _____	88
Figura 61: Exemplos de elementos-gráficos não textuais. _____	89
Figura 62: Exemplos de imagens da revista. _____	90
Figura 63: Exemplo de print disponibilizado como item colecionável. _____	91
Figura 64: Capa da revista Cafeína. _____	92
Figura 65: Logotipo revista Cafeína. _____	93
Figura 66: Exemplo do logotipo em fundo escuro. _____	93
Figura 67: Sumário. _____	94
Figura 68: Exemplo de spread de abertura. _____	95
Figura 69: Exemplo de páginas com mais texto. _____	95
Figura 70: Exemplo de spread de imagens. _____	96
Figura 71: Exemplo de página de abertura com texto. _____	96
Figura 72: mockup da capa e do miolo da revista. _____	98



SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
1.1. OBJETIVOS	17
1.1.1. Objetivo Geral	17
1.1.2. Objetivos específicos	17
1.2. JUSTIFICATIVA	17
1.3. DELIMITAÇÃO DO PROJETO	18
2. METODOLOGIA	18
3. FASE ANALÍTICA	20
3.1. BRIEFING	20
3.2. ANÁLISE DE QUESTIONÁRIO	26
3.3. ANATOMIA DE UMA REVISTA	31
3.4. ANÁLISE DE CONCORRENTES/SIMILARES	41
3.4.1. Análise de Estúdios Concorrentes	41
3.4.2. Análise de Revistas Segmentadas de Tatuagem	45
3.4.3. Análise de Revista Customizada	56
3.5. DADOS TÉCNICOS DO PROJETO	60
4. FASE CRIATIVA	61
4.1. PAINÉIS SEMÂNTICOS	61
4.2. CONCEITOS DA PUBLICAÇÃO - ESTRATÉGIAS DE DESIGN	66
4.3. ESPELHO DE PUBLICAÇÃO	69
4.4. ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO	71
4.4.1. Predefinição da forma da página	71
4.4.2. Definição da tipografia	72
4.4.3. Estabelecimento da entrelinha	76
4.4.4. Determinação do módulo	76
4.4.5. Dimensionamento da forma da página e construção do grid	76
4.4.6. Representação do diagrama	78
4.4.7. Configuração e ativação da linha de base	82
4.5. PROPOSTA CROMÁTICA	83
4.6. ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS TEXTUAIS E NÃO TEXTUAIS	85
4.7. IMAGENS	90
4.8. ELEMENTO COLECIONÁVEL	91
4.9. CAPA E LOGOTIPO	92
5. FASE EXECUTIVA	94
5.1. DIAGRAMAÇÃO	94
5.2. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS	97
5.3. MOCKUP DA REVISTA	98
6. CONCLUSÕES	99
7. APÊNDICE	100
8. REFERÊNCIAS	101



1. INTRODUÇÃO

O mercado dos estúdios de tatuagem vem crescendo ano após ano, cada vez mais essa cultura se espalha e conquista novos adeptos e admiradores. Segundo o Sebrae, o setor teve um crescimento de 24,1%, de acordo com dados apurados entre os anos de 2016 e 2017. Isso demonstra que a concorrência também vem aumentando, o que faz com que os estúdios busquem maneiras de se diferenciar e estabelecer uma comunicação mais direta e eficaz com seu público-alvo.

O investimento na marca e na sua força representativa no mercado, na cultura organizacional e inovação passou a ser fundamental e decisivo para a sobrevivência das empresas, assim como interfere diretamente na sua inserção no mercado e em como as pessoas irão enxergá-las e perceber a mensagem e os valores que estão querendo transmitir. Portanto, o investimento na comunicação dentre mídias em geral, principalmente na internet e nas redes sociais, representa um grande aliado para a consolidação da imagem de uma empresa e possibilitam uma comunicação muito mais direta e personalizada com os clientes. Um dos suportes conhecidos como mídias próprias que as empresas passaram a adotar nos últimos anos foram as revistas customizadas.

As revistas customizadas são publicações direcionadas a comunicação da empresa com o cliente, seu conteúdo é personalizado para atender aos interesses desse público. Segundo o *Custom Content Council* (disponível em <https://thecontentcouncil.org/About-Us>, acesso em 25 de Junho de 2018), o termo “publicações customizadas” se refere a

“um produto que une os objetivos de marketing de uma empresa com a informação que o seu público-alvo necessita. Isso acontece através da entrega de conteúdo editorial – em meios impressos, Internet ou outra mídia – tão intrinsecamente valioso que move o comportamento do consumidor na direção desejada.”

Outra questão importante a ser mencionada sobre revistas customizadas é que elas não tem o objetivo de fazer uma divulgação ostensiva da marca da empresa, e sim de cativar o público externo através da oferta de conteúdos relacionados ao universo em que a marca está inserida.

Portanto, trata-se de produto diretamente conectado com o conceito de *branded content*, que caracteriza-se pela oferta de conteúdo relacionado ao nicho da empresa e aos interesses de seu público. Esse tipo de estratégia vem tomando o lugar das publicidades invasivas, buscando entreter, educar e interagir com os clientes ou possíveis clientes.

O cliente prospectado para este projeto é o estúdio de tatuagem Café Preto Tattoo, que está no mercado há dois anos e foi criado por dois jovens empreendedores, um de Florianópolis e outro do Rio de Janeiro. Possuem uma identidade de marca forte e bem estabelecida e se comunicam com seu público principalmente através de mídias sociais e eventos. Para quem acompanha o crescimento do Café Preto Tattoo nos últimos anos, é perceptível a preocupação em buscar meios de se diferenciar no mercado, seja por meio de

eventos que os aproximam dos seus clientes, ou através de ações que apoiam diferentes causas, como o câncer de mama, por exemplo. A identidade e a ligação do estúdio são aspectos fundamentais a serem respeitados e mantidos durante a elaboração de toda a publicação, visando consolidar a sua marca e o seu nome no mercado, e também para que a comunicação com o público seja mais direta, visando uma conexão mais eficaz. A história

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo Geral

- Desenvolver o projeto gráfico-editorial de uma revista customizada para o estúdio de tatuagem Café Preto Tattoo.

1.1.2. Objetivos específicos

- Pesquisar sobre as preferências do público-alvo do estúdio para produzir uma revista que ofereça conteúdo relevante à eles, aplicando conceitos visuais definidos de acordo com a pesquisa;
- Analisar estúdios concorrentes e produtos similares;
- Elaborar um projeto gráfico-editorial que mantenha a identidade do estúdio, mas que seja inovador nas produções gráficas do mercado;

1.2. JUSTIFICATIVA

Como já citado anteriormente, o mercado de estúdios de tatuagem vem crescendo. Observando a evolução do Café Preto Tattoo e também os estúdios concorrentes, quais eram seus valores de marca e que estratégias utilizavam, surgiu a ideia de elaborar este projeto gráfico-editorial de uma revista customizada que atingisse o público-alvo do estúdio, levando em conta que esse tipo de mídia ainda não foi utilizada por nenhum dos estúdios concorrentes, como foi percebido em pesquisas feitas nos sites dos estúdios e em suas outras mídias.

O design gráfico tem papel fundamental na transmissão de conteúdo e de mensagens. Em uma revista customizada o designer deve saber como usar os elementos gráficos para que a identidade visual da empresa seja sempre reforçada, e para que o conteúdo seja mostrado da maneira mais interessante possível, levando em consideração os interesses do público e a estética ligada a ele. Além disso, o projeto de uma revista customizada deve levar em consideração a capacidade do estúdio em viabilizar futuramente o material.

A escolha de desenvolver um projeto editorial veio do interesse da autora em continuar a trabalhar em projetos gráficos-editoriais no mercado de trabalho, após ter cursado o módulo de projeto editorial no curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

1.3. DELIMITAÇÃO DO PROJETO

Este projeto gráfico-editorial delimita-se a elaboração de uma revista customizada para o estúdio de tatuagem Café Preto Tattoo. Imagens e ilustrações serão disponibilizadas pelo estúdio, mas algumas também serão retiradas da internet. Já o conteúdo textual não será elaborado pelo estúdio, devido a falta de tempo ábil e de pessoas disponíveis para produção. Portanto, o conteúdo será buscado na internet, em blogs e sites, e não poderá ser publicado pelo estúdio posteriormente.

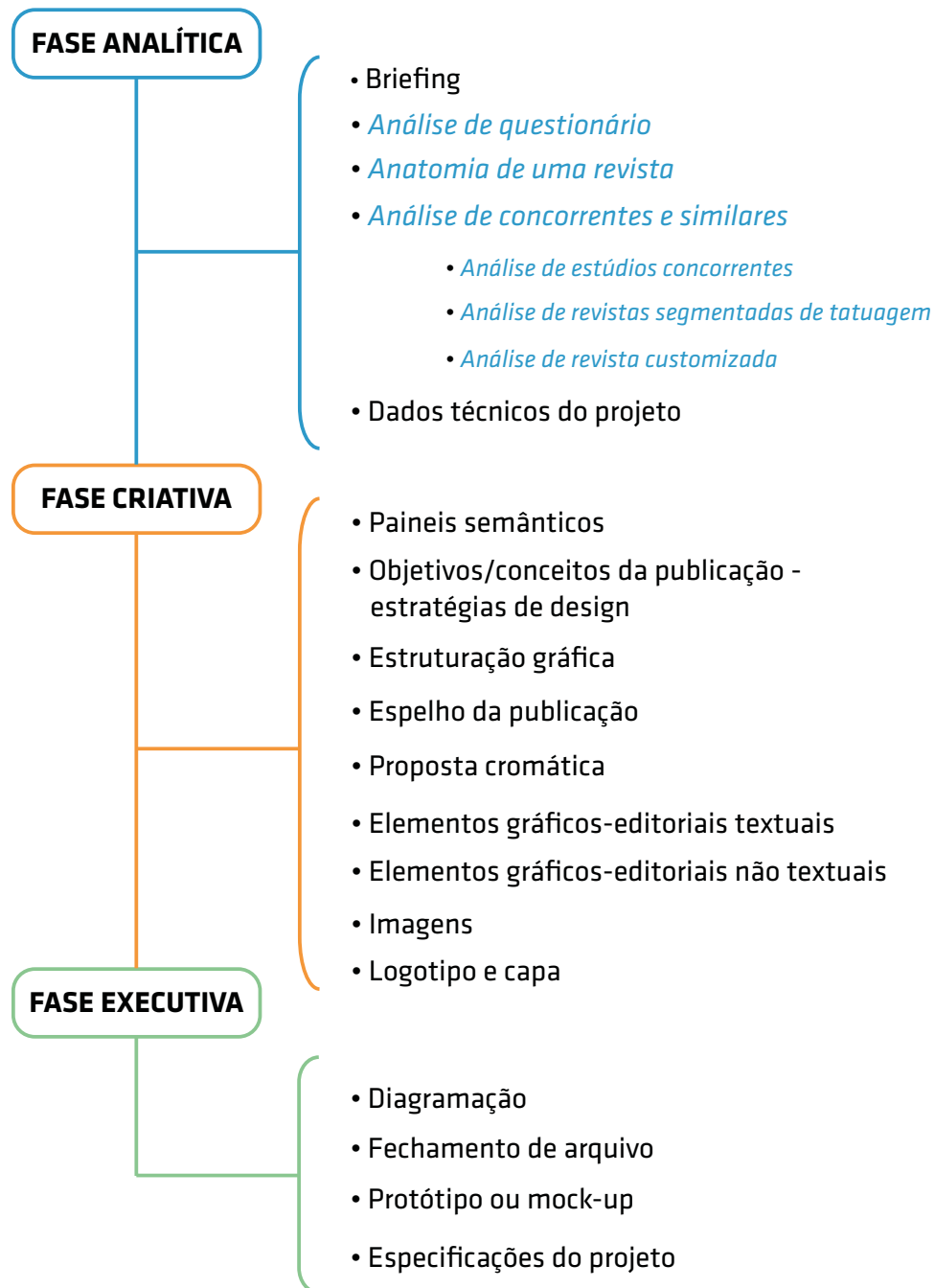
O projeto será de uma revista impressa, podendo ser adaptada para plataformas digitais posteriormente. Deve ser reduzido em custos para que o estúdio possa produzi-las em maior quantidade para distribuição, já que ainda estão se estabelecendo no mercado e é importante que continuem conquistando mais clientes, uma vez que não é interessante para a marca produzir poucos exemplares para ficarem disponíveis apenas no estúdio, tendo em mente que não alcançaria novos clientes.

Além disso, a identidade visual do estúdio deve ser mantida durante toda a construção do projeto, para que haja uma unificação visual dos elementos e, conseqüentemente, uma fixação da marca.

2. METODOLOGIA

Para este projeto foi usada uma metodologia adaptada baseada no Método Sistemático para Designers, metodologia criada por Bruce Archer e citada por Fuentes (2006). Essa adaptação foi feita para se moldar melhor aos projetos gráficos-editoriais de revistas customizadas, elaborada pelo professor Luciano Patrício Souza de Castro, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Na adaptação, as três fases principais (Analítica, Criativa e Executiva) foram mantidas, mas as sub-etapas contidas dentro delas foram modificadas, e passaram a compreender os seguintes passos representados no fluxograma da figura 01.

Figura 01: Fluxograma da metodologia de Archer adaptado por Castro (2018).



Na fase analítica foi coletada uma quantidade significativa de dados e informações sobre a empresa, como suas necessidades, história, propósito e linguagem. Também foram coletadas algumas informações referentes ao problema a ser resolvido com o projeto.

Dentre as etapas descritas na fase analítica, foi adicionada uma etapa de análise de questionário, entre as etapas de briefing e análise de concorrentes e similares. O objetivo do questionário, que foi aplicado ao público das redes sociais, era analisar melhor os interesses do público e tentar buscar algumas referências que pudessem auxiliar na arte de pesquisa do projeto.

Na fase criativa o foco era o projeto e sua concepção. Iniciou-se em uma etapa de levantamento de ideias referentes ao projeto a ser realizado, nesse caso uma revista customizada para um estúdio de tatuagem. A partir dos dados coletados na etapa anterior tornou-se mais fácil chegar a conclusões, conceitos e requisitos para o projeto, para que a solução proposta correspondesse a necessidade da empresa da melhor maneira possível.

Por fim, na parte executiva, o projeto foi posto em prática e começou a ser materializado. Foram criados mock-ups e protótipos para serem entregues ao cliente para aprovação, e também foram discutidos aspectos como requisitos e viabilidade do projeto.

3. FASE ANALÍTICA

Na fase analítica desse projeto foram realizadas as etapas de briefing, aplicação de questionário e análise das respostas, pesquisa e definição dos elementos que compõem uma revista, análise de estúdios concorrentes e produtos similares (revistas segmentadas de tatuagem e revista customizada) e a descrição dos dados técnicos do projeto.

3.1. BRIEFING

Este briefing foi realizado no dia 15 do mês Março, no estúdio Café Preto Tatto em Florianópolis. As perguntas foram feitas durante uma conversa com o um dos fundadores do estúdio, o tatuador Bruno Brasil.

SOBRE A EMPRESA

Quem são?

A história do estúdio se iniciou através de uma amizade entre dois artistas que se conheceram através do Grafite (arte urbana), um deles, Bruno Brasil, é de Florianópolis e o outro, Pedro Gomes, do Rio de Janeiro. Tiveram, então, a ideia de abrir um estúdio de tatuagem juntos, com uma sede em Florianópolis e outra no Rio de Janeiro. Após a inauguração, os responsáveis pelo estúdio se preocuparam em fazer um forte trabalho de divulgação de

marca, organizando eventos e investindo em uma identidade visual bem estabelecida para as mídias sociais. O estúdio se matém no mercado há dois anos, e veio construindo uma forte reputação e conquistando clientes.

Quais são as principais características que definem o estúdio?

São uma família, e levam sua identidade e sua filosofia muito a sério. Dedicção, responsabilidade, determinação, arte e vontade são algumas características que podem definir o trabalho dos tatuadores que trabalham juntos no Café Preto.

O que pode ser dito sobre a marca do estúdio?

Eles fazem um trabalho bem forte de divulgação nas mídias sociais e a identidade visual usada desde o começo vem seguindo um padrão bem consolidado que não sofreu grandes alterações ao longo do tempo. O lema “café preto sem açúcar, por favor” os acompanha nas mídias e redes sociais e também em estampas de camisetas. Além disso, o estúdio trabalha firme com a cultura do preto e branco em todos os seus materiais.

Como é o público ligado ao estúdio?

São pessoas com interesse em arte no geral, principalmente o público que frequenta estúdios como o Café Preto Tattoo, cujos tatuadores tem seu próprio estilo e consideram seu trabalho como arte. Também são pessoas interessadas em diversas formas de cultura, como música, história, cinema, etc. Frequentam lugares que carregam esse tipo de filosofia ligada ao mundo da tatuagem, como restaurantes de comida artesanal por exemplo.

Como é o trabalho de divulgação?

As redes como Facebook e Instagram são sempre atualizadas com os trabalhos dos tatuadores e artistas do Café Preto, algumas das publicações estão representadas na figura 02. Eles também produzem eventos que ajudam na divulgação e fazem com que mais pessoas conheça o estúdio, como festas e os chamados flash days. De acordo com a descrição dos tatuadores do estúdio:

O Flash Day é um dia especial com o objetivo de serem realizadas tatuagens de flash art. Flash's são folhas com desenhos pré-estabelecidos e exclusivos. No geral são artes autorais dos tatuadores, nos mais variados estilos. São excelentes oportunidades de fazer uma nova tatuagem já que, em sua maioria, são preços bem mais em conta.

O estúdio também possui um website onde colocam disponíveis para venda os produtos de vestuários produzidos por eles, camisetas com estampas criadas pelos artistas, outras peças de roupa, e máquinas de tatuagem personalizadas com as marca do Café Preto, conforme mostrado na figura 03. Outra estratégia de divulgação foi a websérie lançada neste ano (2018) pelo estúdio, chamada Café Preto pra Viagem, que mostra a viagem de 40 dias pelo Europa feita pelos artistas. A página principal do canal é representada na figura 04.

Figura 02: Exemplos de publicações do Instagram do estúdio.

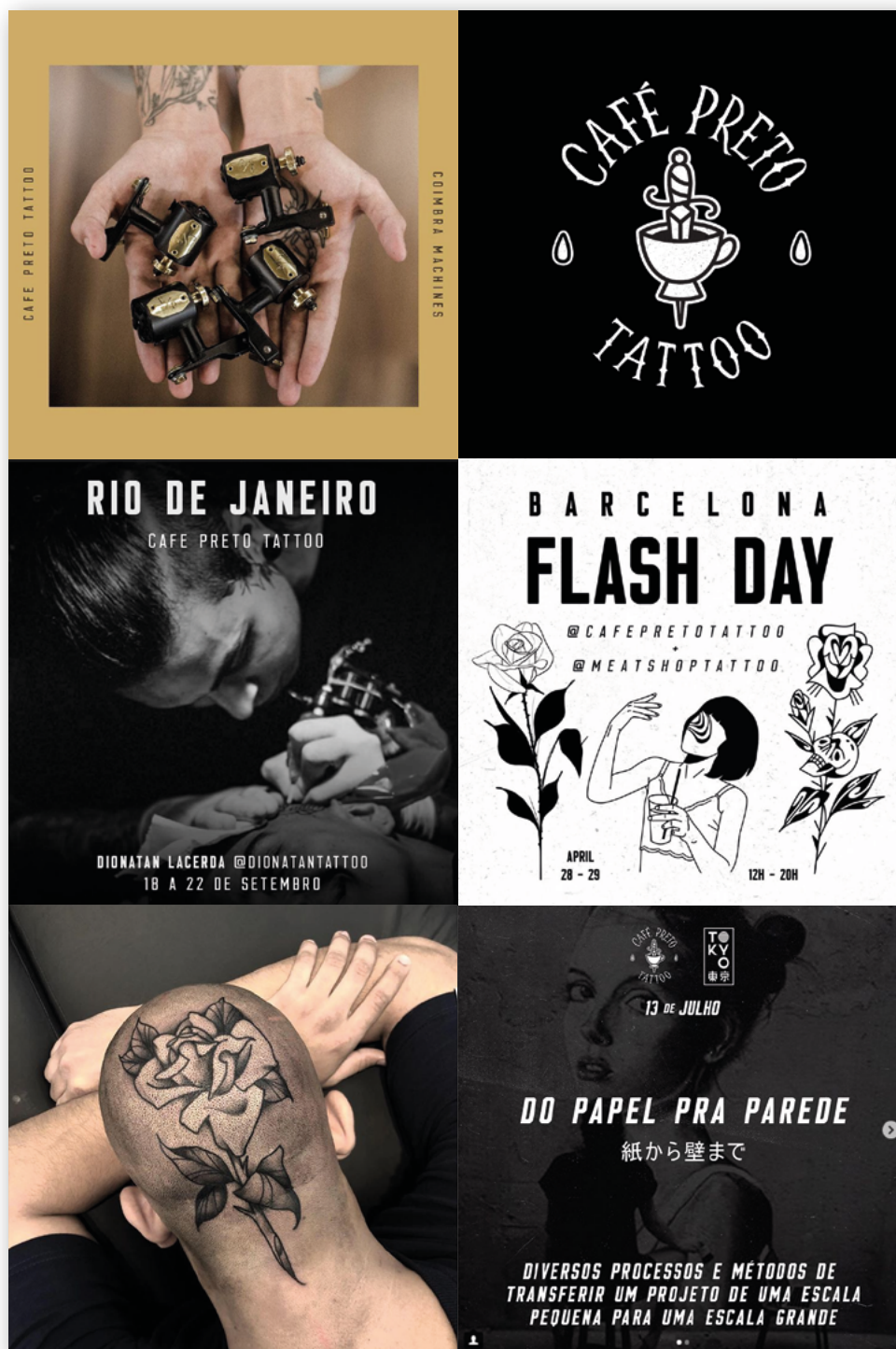
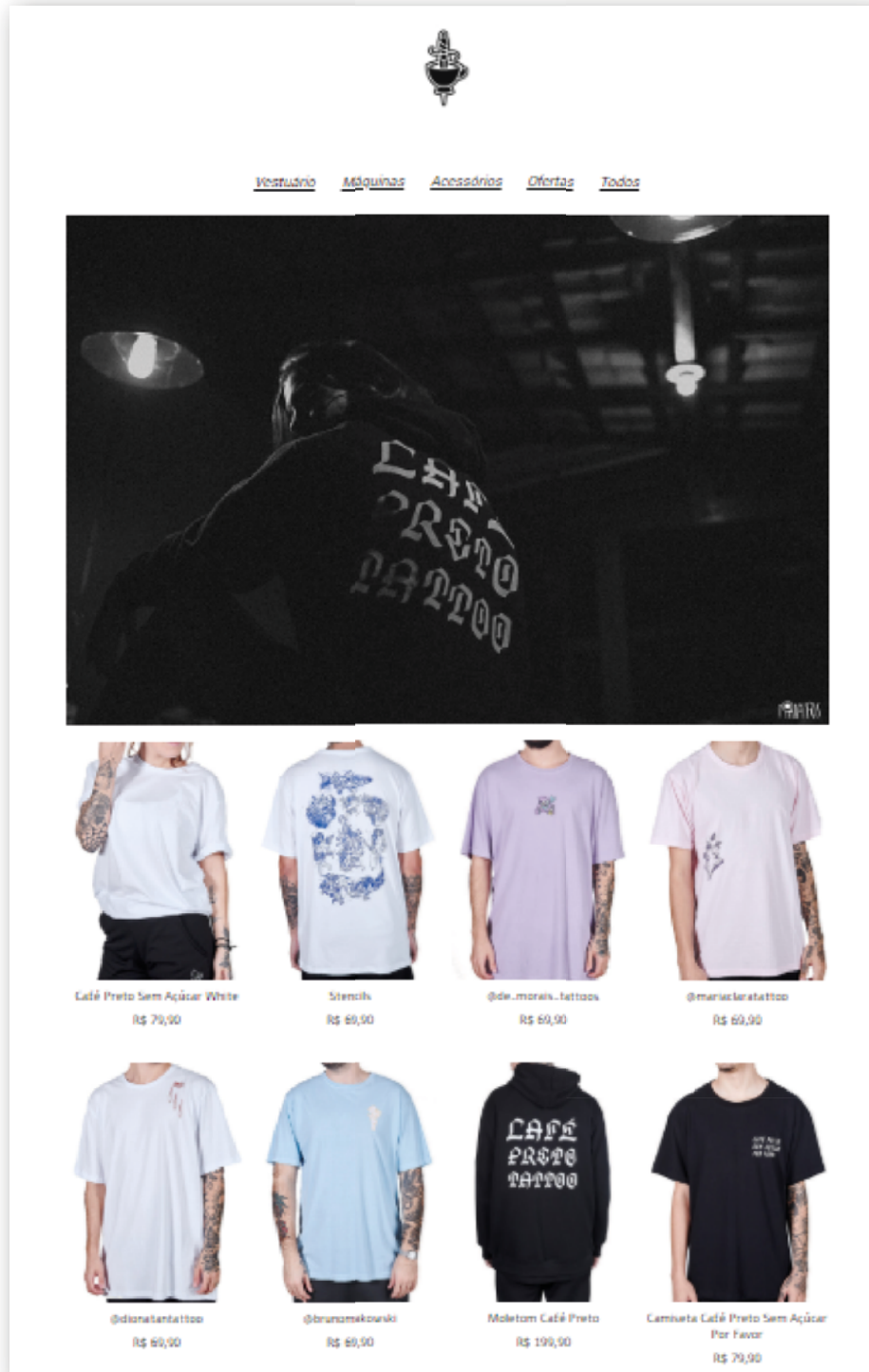
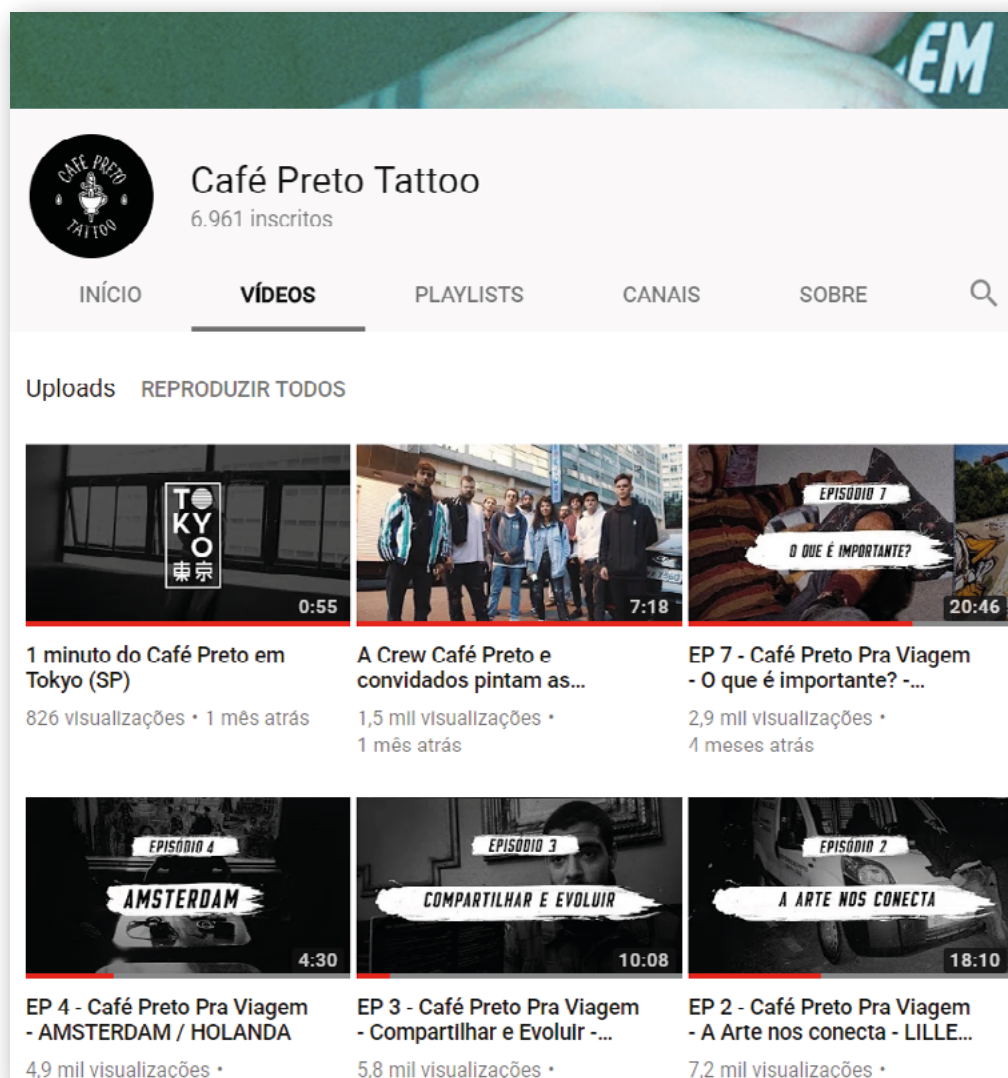


Figura 03: site do estúdio Café Preto Tattoo/Loja online.



Fonte: <http://www.cafepretotattoo.com.br/>

Figura 04: canal do Café Preto Tattoo no YouTube.



Fonte: youtube.com

SOBRE A REVISTA

Qual seria a vantagem em produzir uma revista customizada para Café Preto?

Oferecer conteúdo que seja do interesse do público do estúdio, conteúdos que sejam relativos ao trabalho deles (a tatuagem principalmente) e todo o universo que envolve a cultura da tatuagem. Esse tipo de publicação demonstra expertise e fará com que o Café Preto se torne uma referência cada vez mais forte no mercado.

Qual a ideia de distribuição da revista? Produzir poucos exemplares que ficarão no estúdio, ou produzir em maior quantidade para que a revista seja distribuída?

Isso depende do orçamento. No geral, o estúdio ainda não conta com uma grande capacidade financeira e como eles investem bastante em eventos a ideia principal é produzir uma revista que seja reduzida em custos. Para eles, o que ficar mais viável é a ideia que deve ser seguida. Como o estúdio já tem clientes fiéis, a necessidade maior no momento não é aproximar mais os clientes que eles já têm, e sim trazer novos clientes. Para isso, a melhor estratégia seria um projeto de revista que possibilitasse uma maior produção para que ela fosse distribuída em eventos, por exemplo.

Qual o conceito esperado da revista?

Um conceito mais *underground*. A ideia é produzir um material mais conceitual, mais visual do que textual, portanto, investir mais em imagens, ilustrações e tipografias do que em textos longos. É importante trazer para a revista um conceito diferente, que fuja do padrão e “saia da caixa”, mas sempre mantendo a identidade visual do estúdio presente.

Qual a periodicidade da revista?

O estúdio não conseguiria fornecer tanto conteúdo para que a revista fosse produzida com uma periodicidade curta. Por isso, a ideia inicial é de a revista ser uma publicação quadrimestral, três edições por ano.

SOBRE O MERCADO**Quem são os principais concorrentes?**

Os principais concorrentes do Café Preto Tattoo são os estúdios Artwork Tattoo Studio, Overdrive Skin Art e Milk Ink. São estúdios que promovem um estilo de vida e têm bastante contato com o público nas redes sociais. Também trabalham de maneira parecida. Os artistas e tatuadores só fazem tatuagens que eles mesmos desenham de acordo com o pedido do cliente, e são procurados pelo seu estilo de arte.

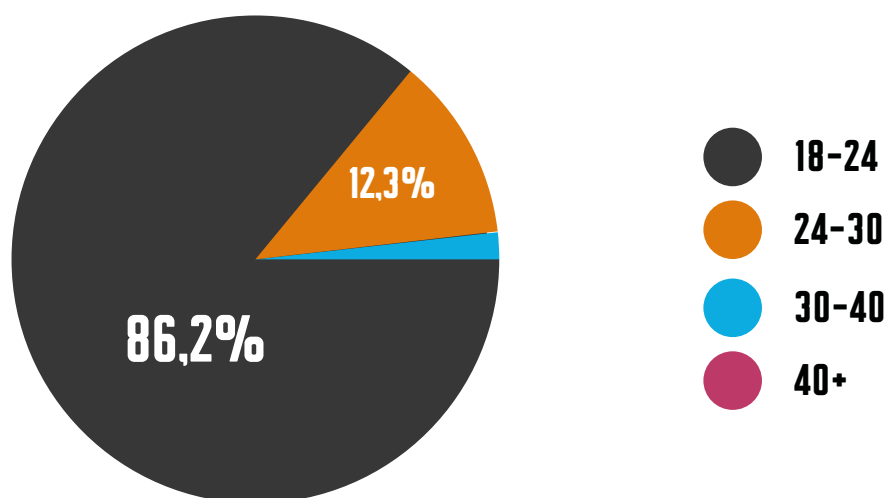
3.2. ANÁLISE DE QUESTIONÁRIO

Com o objetivo de entender melhor o público que se interessa por tatuagem e por esse universo, coletar informações como outras áreas de interesse e outros tipos de referências relevantes a elaboração do projeto, foi aplicado um questionário online divulgado em redes sociais, como Facebook, mais especificamente no grupo do Design UFSC. O questionário ficou disponível do dia 03 ao 10 de maio. Foram obtidas 65 respostas no total.

Como é possível ver na figura 05, a maior parte dos respondentes se encaixava na faixa etária dos 18 ao 24 anos. Mesmo a segunda maior porcentagem de respondentes, na faixa dos 24 aos 25 anos, ainda pode ser considerada como um público jovem. Deve-se levar em consideração que a maior parte das pessoas que responderam o questionário eram membros do grupo do Design UFSC no Facebook.

Figura 05: Faixa etária.

FAIXA ETÁRIA



Fonte: desenvolvido pela autora.

A nuvem de tag representada na figura 06 demonstra as proporções relativas a quantidade de vezes que uma determinada profissão apareceu nas respostas do questionário. Quanto maior o peso e o corpo do texto, maior o número de respostas. Dentre as profissões dos respondentes, dois grupos se destacaram: designers e estudantes. Mais uma vez, provavelmente devido ao meio onde foi divulgado o questionário. Outras profissões relacionadas surgiram, como ilustradores e animadores, professores e *head* de conteúdo.

Figura 06: Nuvem de tag da profissão.

PROFISSÃO

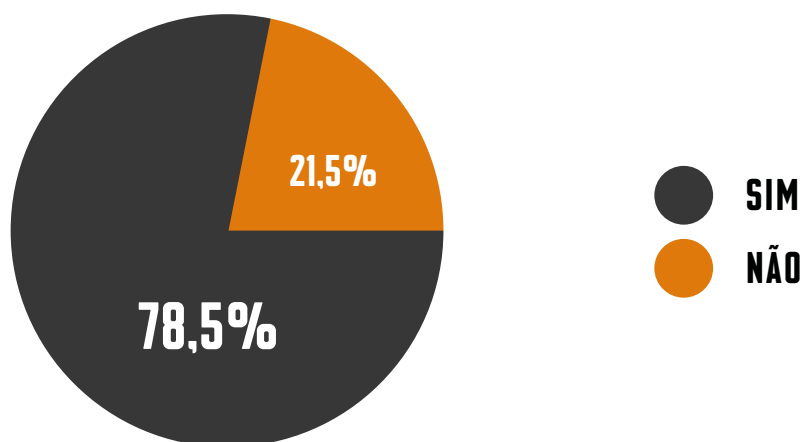


Fonte: desenvolvido pela autora.

A maioria significativa das pessoas responderam que tinham tatuagem ou se mostraram interessados em fazer alguma, conforme a figura 07. Assim como a maioria disse ter interesse em assuntos relacionados a esse universo (figura 04). Isso gera um embasamento que justifica a criação de projeto que seja voltado para distribuição de conteúdo relevante para o público-alvo de um estúdio de tatuagem.

Figura 07: Você tem tatuagem ou tem interesse em fazer uma?

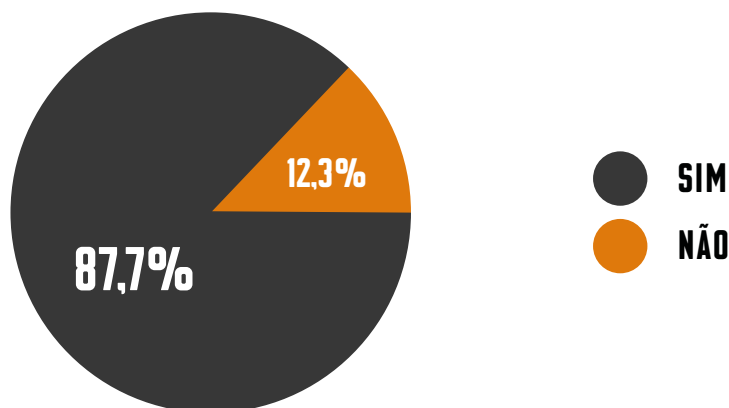
VOCÊ TEM TATUAGEM OU TEM INTERESSE EM FAZER UMA?



Fonte: desenvolvido pela autora.

Figura 08: Você se interessa por assuntos relacionados com tatuagem?

VOCÊ SE INTERESSA POR ASSUNTOS RELACIONADOS A TATUAGEM?

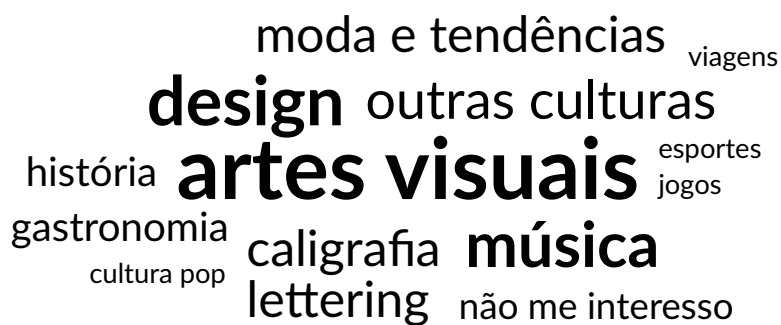


Fonte: desenvolvido pela autora.

Uma das perguntas mais relevantes do questionário foi a representada a seguir pela figura 09 em formato de nuvem de tag referente aos assuntos de interesse do público. Um dos assuntos de destaque foi Design, com 75,4%. O mais votado foi Artes Visuais, com 80% de votos, considerando diversos tipos de arte como pintura, grafite, ilustração, entre outros. Música, Culturas Diferentes, Moda e Tendência e Caligrafia/Lettering também foram assuntos pelos quais os respondentes mostraram bastante interesse, com 63,1%, 56,9%, 52,3% e 47,7% de votos, respectivamente). Comportamento, História e Gastronomia se mantiveram no mesmo nível de interesse entre as respostas, em torno de 40%.

Figura 09: Nuvem de tag referente a outros assuntos de interesse

OUTROS ASSUNTOS DE INTERESSE



Fonte: desenvolvido pela autora.

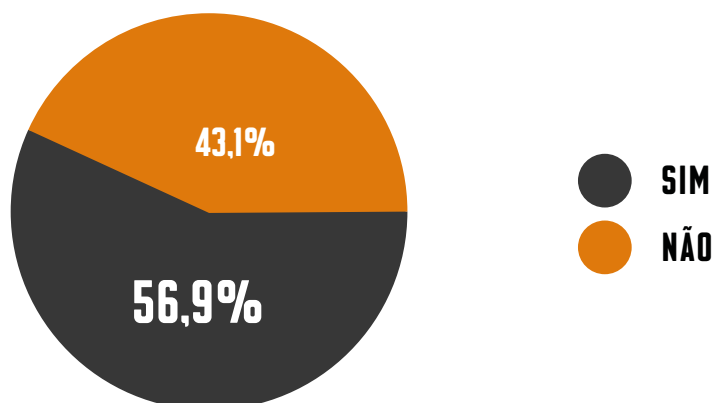
Outros assuntos foram sugeridos, entre eles apareceram jogos e filmes, cinema e cultura pop, que podem ser inseridos numa mesma categorias. Também apareceram assuntos como eventos, shows, oficinas e viagens.

Para estabelecer a melhor estratégia para a qual uma revista customizada poderia ser aplicada, no caso do estúdio Café Preto Tattoo, era necessário ter uma base do quão conhecido é o estúdio, o que está mostrado na figura 10. A porcentagem de pessoas que conhecem o estúdio foi mais alta do que as que não conhecem, ficando em 56,9%. Contudo, a partir disso também é possível chegar à conclusão de que a porcentagem de pessoas que ainda não conhece o estúdio também é grande, sendo 43,1% dos respondentes. Isso justificaria uma estratégia de atração de mais clientes para o estúdio, portanto a revista teria que ser distribuída de uma maneira a chamar mais a atenção das pessoas para o Café Preto Tattoo.

A ideia inicial era produzir uma revista customizada que ficasse disponível no estúdio para os clientes que estivessem lá, ou para os acompanhantes dos clientes passarem o tempo enquanto esperavam. Então o projeto poderia ser de uma revista cuja produção fosse mais cara, com acabamentos mais finos e diferentes, materiais e papéis mais caros, por exemplo, pois seriam produzidas pequenas quantidades. Contudo, após analisar os resultados obtidos nas respostas do questionário, percebendo que o estúdio ainda pode crescer muito mais e conquistar mais clientes, e também levando em consideração as conversas e o briefing que ocorreram anteriormente, a conclusão tirada foi a de que a melhor estratégia para o estúdio seria produzir uma revista de custo viável para o estúdio, mantendo um conceito diferenciado, e que pudesse ser produzida em maior quantidade para ser distribuída em eventos e locais onde mais pessoas pudessem ser atingidas e atraídas para se tornarem novos clientes.

Figura 10: Você conhece ou já ouviu falar do estúdio café Preto Tattoo?

VOCÊ CONHECE OU JÁ OUVIU FALAR SOBRE O ESTÚDIO CAFÉ PRETO TATTOO?



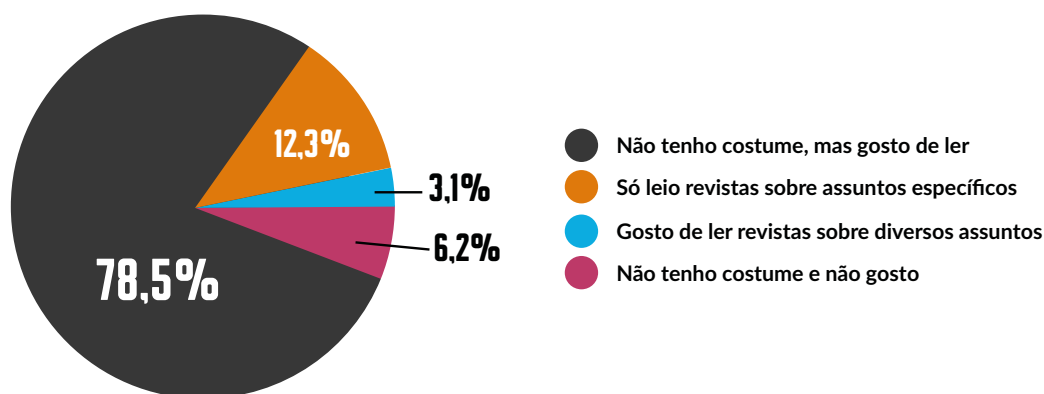
Fonte: desenvolvido pela autora.

Também era muito importante saber se as pessoas gostavam de ler revistas impressas ou se a alternativa mais viável era produzir uma revista digital, por exemplo. Mas o resultado foi de que a maioria das pessoas gosta, sim, de ler revistas impressas, porém não têm costume, como mostra a figura 11. Isso pode ser devido ao fato de revistas impressas serem mais difícil de acessar do que as revistas digitais, por ser vendidas em bancas e lojas.

O número de pessoas que disseram que não têm costume e não gostam de ler revistas impressas foi relativamente baixo, com uma porcentagem de 6,2%.

Figura11: Você tem o costume/gosta de ler revistas impressas?

VOCÊ TEM O COSTUME/GOSTA DE LER REVISTAS IMPRESSAS?



Fonte: desenvolvido pela autora.

E para finalizar a análise das perguntas feitas no questionário, foi deixado um espaço para que as pessoas fizessem indicações de revistas relacionadas a tatuagem que considerassem interessantes, caso soubessem de algumas, mas só houveram duas respostas, uma citando a revista Inked Magazine e outra citando o site www.tatuagem.com, que foi utilizado como referência para a pesquisa de similares.

3.3. ANATOMIA DE UMA REVISTA

É importante falar sobre os elementos que compõem a anatomia de uma revista para que, posteriormente, os termos citados nas análises de similares sejam compreendidos. Em geral, as publicações como revistas e jornais são compostas pelos mesmos elementos, que organizam o conteúdo e tornam mais fácil a navegação, conforme citado no livro *Design Editorial: Jornais e revistas/Mídia impressa e digital*, escrito por Cat Caldwell e Yolanda Zappaterra. A seguir, serão descritos brevemente esses elementos.

Toda publicação de revista possui uma estrutura que se inicia com um sumário, e a seguir vem a parte dividida entre as seções e suas matérias e a área das reportagens. As seções são definidas por assuntos, e elas são compostas por elementos que se mantêm em todas as publicações, criando uma identidade baseada em cores, elementos gráficos decorativos e tipografias (que variam em tamanho, peso e estilo).

As aberturas de seções são normalmente uma composição em página dupla (*spread*) com uma imagem chamativa, uma tipografia display que dará ênfase ao título, e uma mínima quantidade de texto. A figura 12 mostra um exemplo de abertura de seção.

Figura 12: Exemplo de uma abertura de seção da revista Skin Deep.



Fonte: issuu.com

Os elementos que compõem as páginas de uma revista são divididos em elementos gráficos-editoriais textuais e não textuais. São eles que ajudam o leitor a identificar em qual página estão, qual matéria estão lendo e sobre o que se trata, ou seja, facilitam muito a navegação pela revista. Começando pelos **textuais**:

Cartola

Funciona como informação complementar ao título e é posicionada logo acima ou abaixo dele, como mostra a figura 13, e isso varia de acordo com o design. Pode ser chamada também de retranca, chapéu ou antetítulo.

Figura 13: Exemplo de cartola na revista Rolling Stone.



Fonte: issuu.com

Título

Identifica a matéria ou reportagem, e tem caráter objetivo. Sua função é atrair a atenção do leitor, instigando-o a ler o que vem a seguir. A seguir, na figura 14, um exemplo de título

Figura 14: Exemplo de título da revista Total Tattoo.



Fonte: issuu.com

Linha de apoio

A figura 15 mostra um exemplo de linha de apoio, que também funciona como complementação do título, contudo, um pouco mais completa e mais detalhada do que a cartola.

Figura 15: Linha de apoio na revista Rolling Stone. - Fonte: issuu.com



Fonte: issuu.com

Capitular e texto

A capitular é uma letra de corpo consideravelmente maior que é responsável por dar início a um texto, podem ser trabalhando em tipografias diferentes, como mostra a figura 16. Já o texto representa a maior parte da composição de qualquer publicação, conforme vemos na figura 17. Normalmente é escolhida uma família tipográfica com vários pesos diferentes e de fácil leitura e legibilidade que é trabalhada no corpo de texto no decorrer de toda a publicação.

Figura 16: Exemplo de capitular na revista Rolling Stone.



Fonte: issuu.com

Figura 17: Exemplo de texto na revista Rolling Stone.

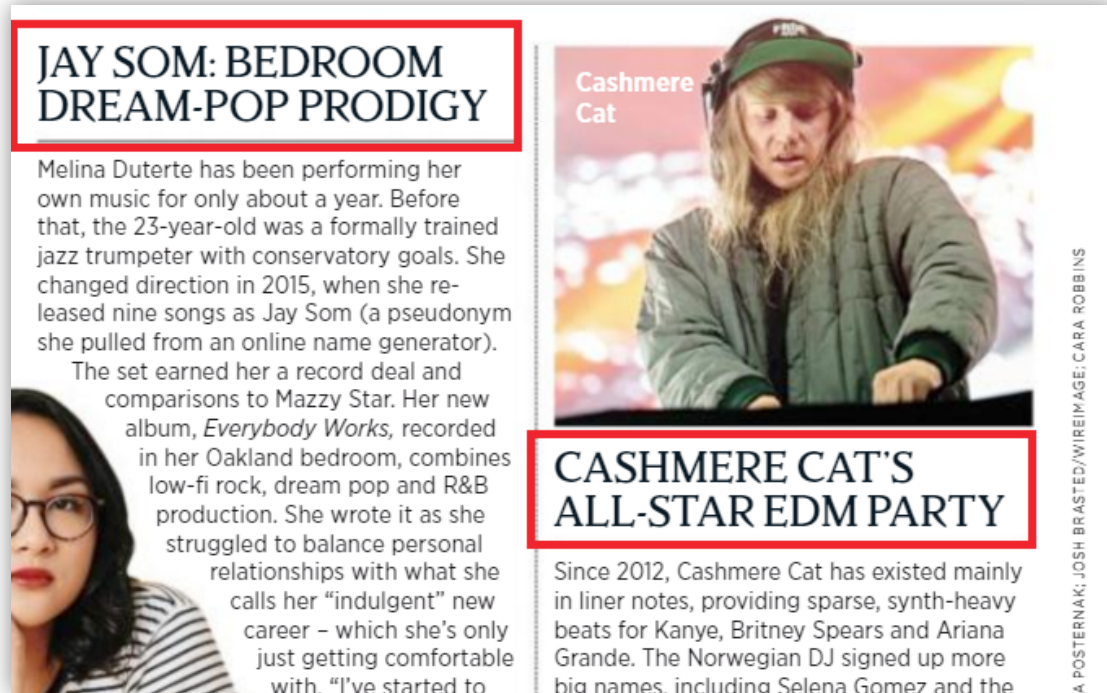


Fonte: issuu.com

Entretítulo

São quebras de textos que facilitam a leitura e introduzem uma nova abordagem ou tema da matéria. Podemos ver dois exemplos na figura 18.

Figura 18: Entretítulos dentro de uma matéria da revista Rolling Stone.

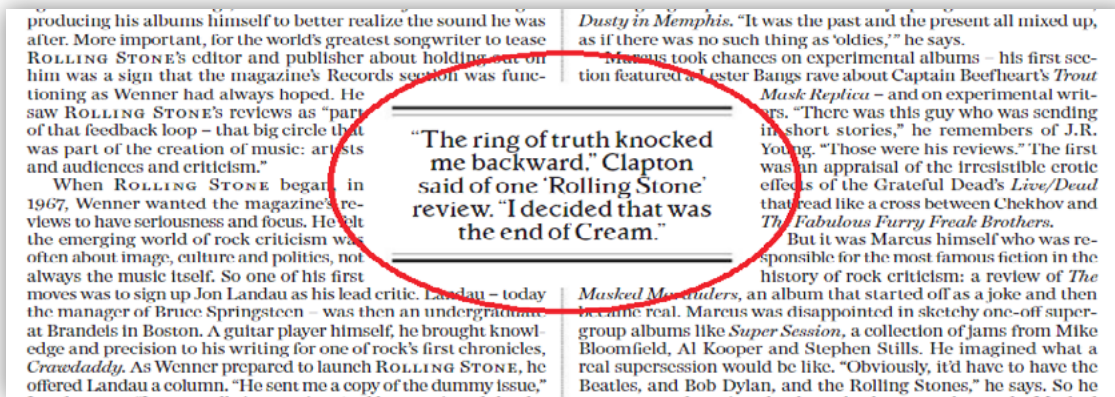


Fonte: issuu.com

Olho de matéria

É um elemento que funciona como um chamariz ao texto, posicionada entre o corpo do texto, entre colunas, por exemplo, e também funciona como um descanso para a leitura. São elementos destacadas, com uma tipografia de corpo maior, em bold ou itálico, que muitas vezes é trazido a página quando não existem imagens. A figura 19 mostra um exemplo de olho de matéria na revista Rolling Stone.

Figura 19: Exemplo de um olho de matéria na revista Rolling Stone.

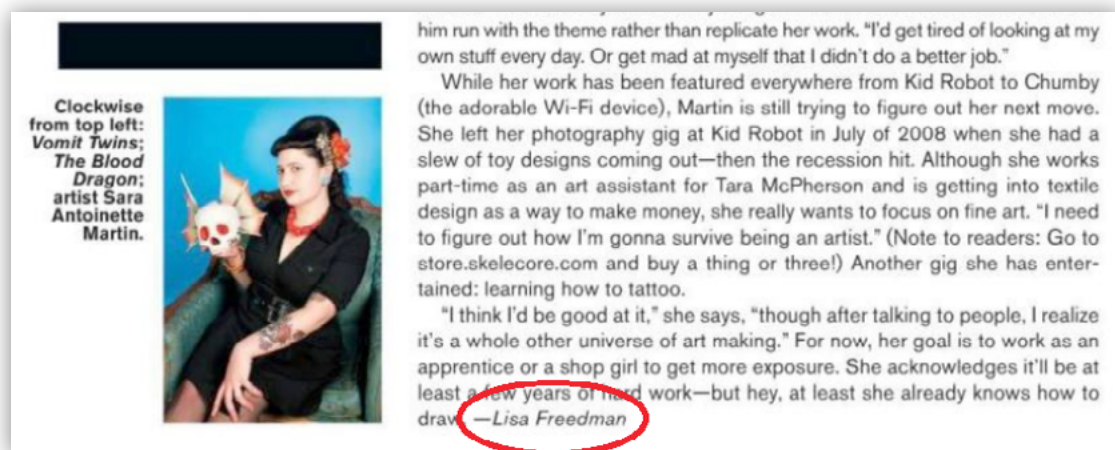


Fonte: issuu.com

Legendas e créditos

Os créditos indicam os autores de um texto ou mesmo quem fotografou certa imagem, conforme mostra a figura 20. Já as legendas são pequenos textos que explicam imagens dentro das publicações. Podemos ver um exemplo de legenda na figura 21.

Figura 20: Exemplo de crédito na revista Inked.



Fonte: issuu.com

Figura 21: Exemplo de legenda na revista Inked.



Fonte: issuu.com

Fólios e cabeças

Fólios são a numeração das páginas, e as cabeças (ou títulos correntes) indicam autores, nomes de capítulos, datas, e número de edição. A seguir, na figura 22, um exemplo de cabeça seguida pelo fólio.

Figura 22: Fólio e cabeça na revista Inked



Fonte: issuu.com

Chamadas e manchetes

Quando se trata de uma revista vendida em bancas e lojas, existe uma necessidade de se destacar entre as demais disponíveis. Para isso existem as manchetes e chamadas, usadas como uma maneira de mostrar ao leitor que o conteúdo daquela revista é melhor e mais interessante do que as demais. As chamadas representam os títulos das principais reportagens de uma revista, e estão localizadas nas capas. As manchetes indicam a principal reportagem da revista, a de maior importância, e é a mais chamativa da capa, conforme representado na figura 23. A esquerda um exemplo de manchete e na direita exemplos de chamadas.

Figura 23: Exemplos de manchete e chamadas na revista Inked.



Fonte: inkedshop.com

Esses são os elementos categorizados como textuais dentro de uma publicação.
Os não textuais são:

Box

É literalmente uma caixa usada para destacar e enfatizar determinadas informações, como mostra a figura 24.

Figura 24: Exemplo de box na revista Inked.



Fonte: issuu.com

Fio

O fio, representado na figura 25, é uma linha utilizada para separar colunas ou destacar títulos, entretítulos, entre outras informações dentro do texto.

Figura 25: Exemplo de fios separando colunas na revista Rolling Stone.



Fonte: issuu.com

Vinheta de seção

Usada para identificar uma seção fixa dentro da publicação, conforme vemos na figura 26.

Figura 26: Exemplo de vinheta na revista Rolling Stone



Fonte: issuu.com

Essa descrição de quais são os principais elementos que compõem as revistas foi importante para a análise das revistas similares, que será melhor descrita posteriormente neste relatório.

3.4. ANÁLISE DE CONCORRENTES/SIMILARES

3.4.1. Análise de Estúdios Concorrentes

Os estúdios citados como principais concorrentes foram o Artwork Tattoo Studio, o Milk Ink e o Overdrive Skin Art, cujos logotipos estão representados na figura 27, respectivamente. São estúdios renomados que já contam com uma boa quantidade de clientes fiéis. Os tatuadores que trabalham nesses estúdios têm estilos muito próprios e diferenciados, fazem artes exclusivas para os clientes e são conhecidos pela qualidade do trabalho.

Analisando o trabalho de divulgação de cada estúdio, que é majoritariamente baseado nas redes sociais, todos os estúdios possuem números altos de seguidores, na casa dos milhares, no Instagram, por exemplo. Contudo, mesmo que cada estúdio tenha os seus clientes que se mantém fiéis, e mesmo tendo bastante contato e adesão do público nas redes sociais, o Café Preto Tattoo se destaca quando se refere a movimentação de pessoas, clientes e possíveis clientes, seja nas redes ou em eventos.

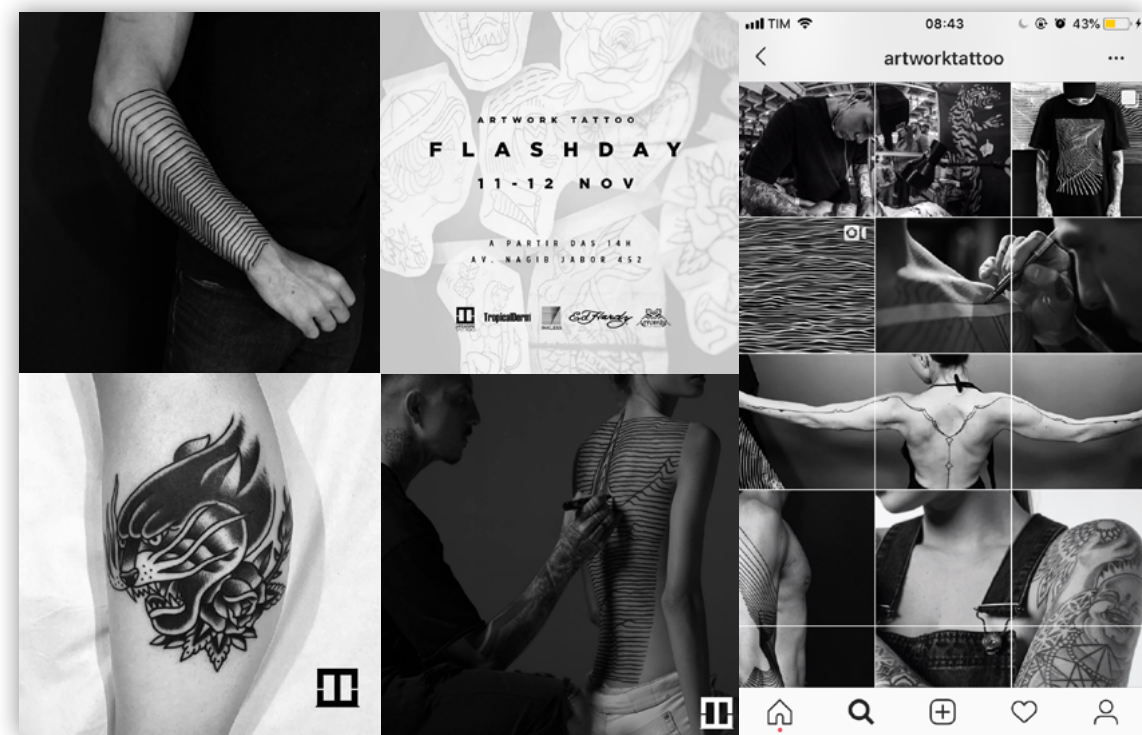
Pensando no impacto de produzir uma revista customizada e em como isso seria uma estratégia relativamente nova nesse mercado, nenhum dos estúdios citados acima já produziu uma revista customizada, com intuito de distribuir conteúdo, aproximar pessoas e divulgar a sua marca. Por isso, torna-se possível considerar que uma estratégia assim causaria um determinado impacto, por ser algo pouco comum no mercado de tatuagem.

Figura 27: Logotipos dos estúdios concorrentes.



Fonte: facebook.com

Figura 28: Estilos de publicações do estúdio Artwork Tattoo.



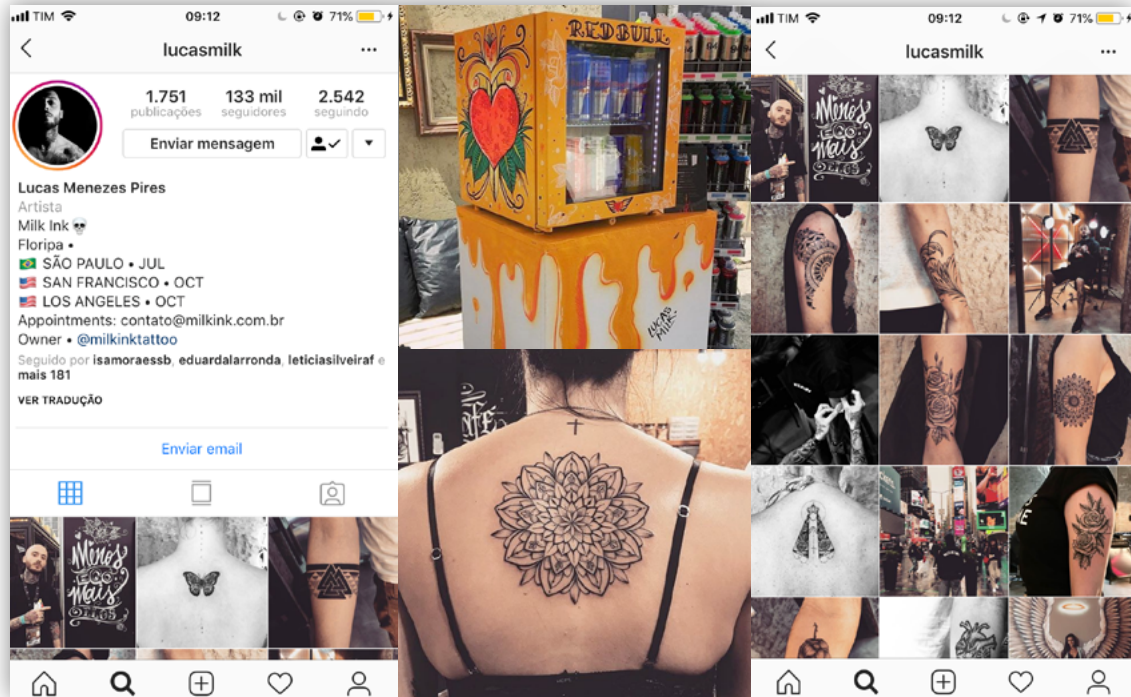
Fonte: facebook.com e instagram.com

O estúdio Artwork Tattoo trabalha com um estilo de publicação mais sóbrio, a maioria das imagens não possui mais nenhuma informação além da marca do estúdio no canto inferior direito, como podemos ver nas imagens encontradas no Facebook do estúdio, representadas na figura 28. O *feed* do Instagram é organizado de uma maneira a formar uma composição harmônica entre imagens, sendo a maioria em preto e branco. As peças que possuem informações de texto são bem limpas, utilizando tipografias sem serifa e com letras espaçadas.

Um dos tatuadores do estúdio tem um estilo bastante voltado para as artes plásticas e um projeto onde fazer composições artística diretamente no corpo de pessoas, e por isso, as peças desse projeto são mais conceituais.

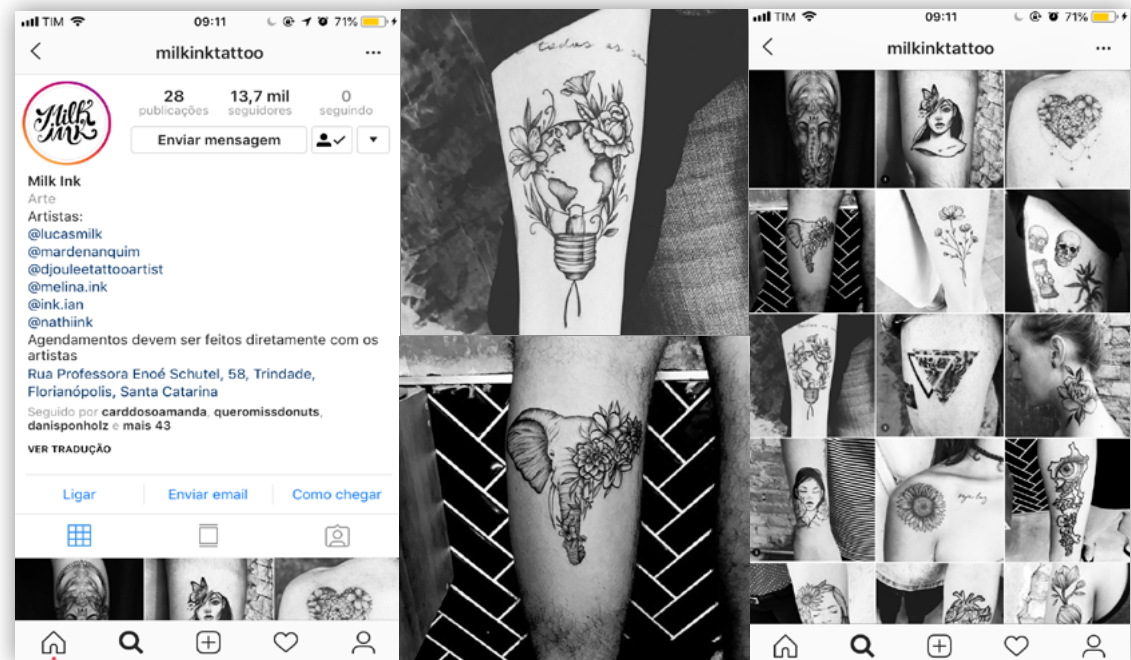
Já o estúdio Milk Ink ganhou seu reconhecimento principalmente pelo tatuador Lucas Menezes, conhecido como Lucas Milk, que divulgou a maioria dos trabalhos através do seu instagram pessoal, mostrado na figura 29. Mais recentemente o estúdio recebeu novos tatuadores residentes, e então foi criado um perfil para o estúdio, demonstrado na figura 30, mas que ainda não é tão reconhecido quanto o perfil pessoal do tatuador.

Figura 29: Perfil e publicações do tatuador Lucas Milk.



Fonte: instagram.com

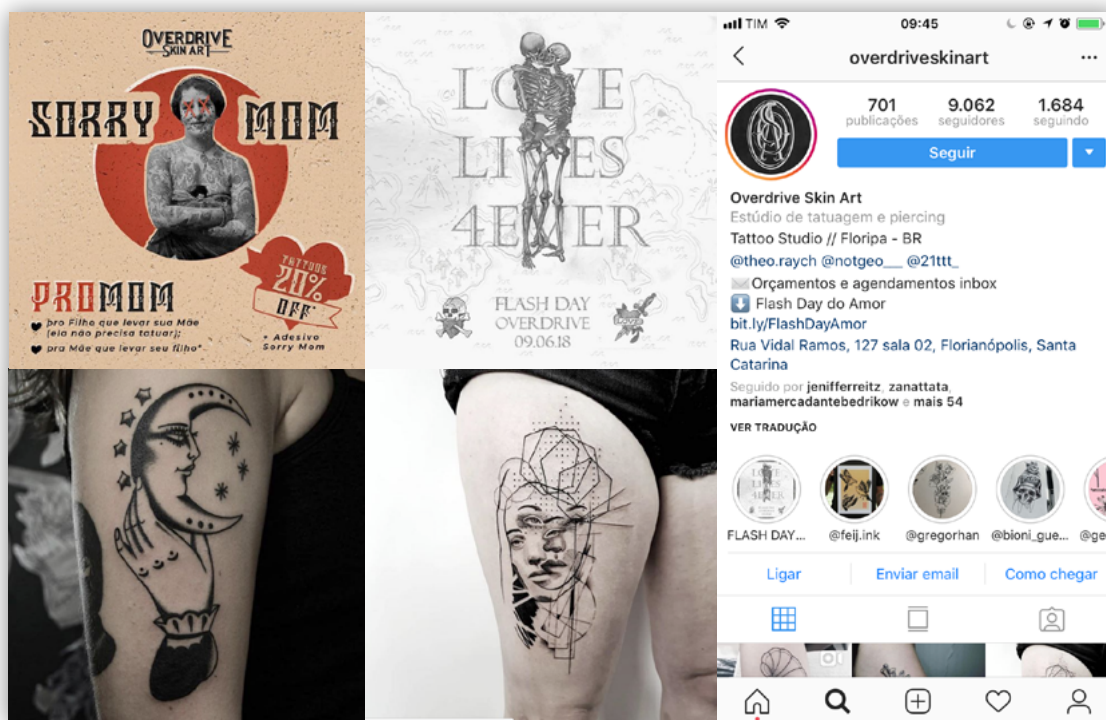
Figura 30: Perfil e publicações estúdio Milk Ink.



Fonte: instagram.com

Por último dos concorrentes, foi analisado o perfil do estúdio Overdrive Skin Art, representado na figura 31. Nota-se que não há um padrão de publicação bem estabelecido, assim como não se percebe uma identidade gráfica aplicada as peças, ou uma unidade visual. Dentre os perfis analisados, o do estúdio Overdrive é o que conta com o menor número de seguidores.

Figura 31: Perfil e publicações estúdio Overdrive Skin Art.



Fonte: instagram.com

O estúdio Café Preto apresenta uma identidade mais padronizada em suas publicações nas redes sociais. Fazem composições mais geométricas, algumas vezes combinando publicações de três em três, com layouts parecidos, para trazer unicidade gráfica. As imagens com os trabalhos dos tatuadores são mais simples, destacando as tatuagens, o que segue nos mesmos padrões dos outros estúdios analisados.

3.4.2. Análise de Revistas Segmentadas de Tatuagem

De acordo com o site www.tatuagem.com, usado como referência de pesquisa para essa etapa do projeto, todas as revistas de tatuagem lá mencionadas surgiram nos Estados Unidos. Algumas delas, as mais conceituadas, passaram a ser produzidas no Brasil após um tempo, como a revista *Inked Magazine*, que teve sua primeira edição nos EUA em 2004 e a sua primeira versão brasileira em 2010. Podemos ver, na figura 32, a capa da edição de Junho de 2012 da revista *Inked*.

Figura 32: Revista *Inked Magazine* - edição Junho/2012.



Fonte: tatuagem.com

No Brasil as revistas de tatuagem não são tão grandes e nem tão conceituadas, e não foram encontradas em pesquisas revistas customizadas que representam marcas de estúdio de tatuagem. Então, como similares, foram analisadas as revistas tradicionais de tatuagem mais conhecidas e revistas customizadas de marcas que públicos semelhantes ao do Café Preto Tattoo. Foram analisados aspectos como: capa, layout, cores, imagens, uso de tipografia e aplicação de elementos não textuais. Neste relatório, a análise será iniciada pelas capas.

A maioria das revistas analisadas usam imagens grandes de pessoas tatuadas na capa, abusando de tipografias trabalhadas e desenhadas, que carregam bastante peso, como vemos nas capas representadas na figura 33. Predominam as capas coloridas. Porém, algumas usam tons mais neutros, com fundo cinza, conforme é possível ver na figura 34. São capas muito poluídas visualmente, na maioria dos casos, exceto algumas cujo design é mais sofisticado e *clean*.

Figura 33: Capas que abusam das cores e de diferentes tipografias.



Figura 34: Exemplos de capas mais sóbrias e sofisticadas.



Fonte: google.com

Nota-se também uma grande valorização da sensualidade nas imagens de capa de várias revistas analisadas, principalmente tratando-se de mulheres, o que não é percebido apenas na pouca roupa ou nudez, mas pelas poses. Alguns exemplos são observados nas capas apresentadas na figura 35.

Figura 35: Exemplos de capas com imagens mais sensuais.



Fonte: google.com

São bem variados os temas de cada revista. Como não foi possível, por questões de facilidade de acesso, analisar mais profundamente o conteúdo interno de todas as revistas, foram analisadas as chamadas de cada uma. Em algumas pode-se encontrar *reviews* de livros e produtos, outras têm artigos completos sobre assuntos diversos que envolvem o mundo e a cultura da tatuagem, enquanto algumas funcionam como catálogo e mostram diversos tipos e estilos de tatuagem que servem como inspiração e referência visual para tatuadores e pessoas que estão escolhendo sua tatuagem. A figura 36 mostra dois exemplos de capa da revista mais antiga e mais vendida do gênero, a revista *Tattoo*, que teve sua primeira edição publicada no final dos anos 80.

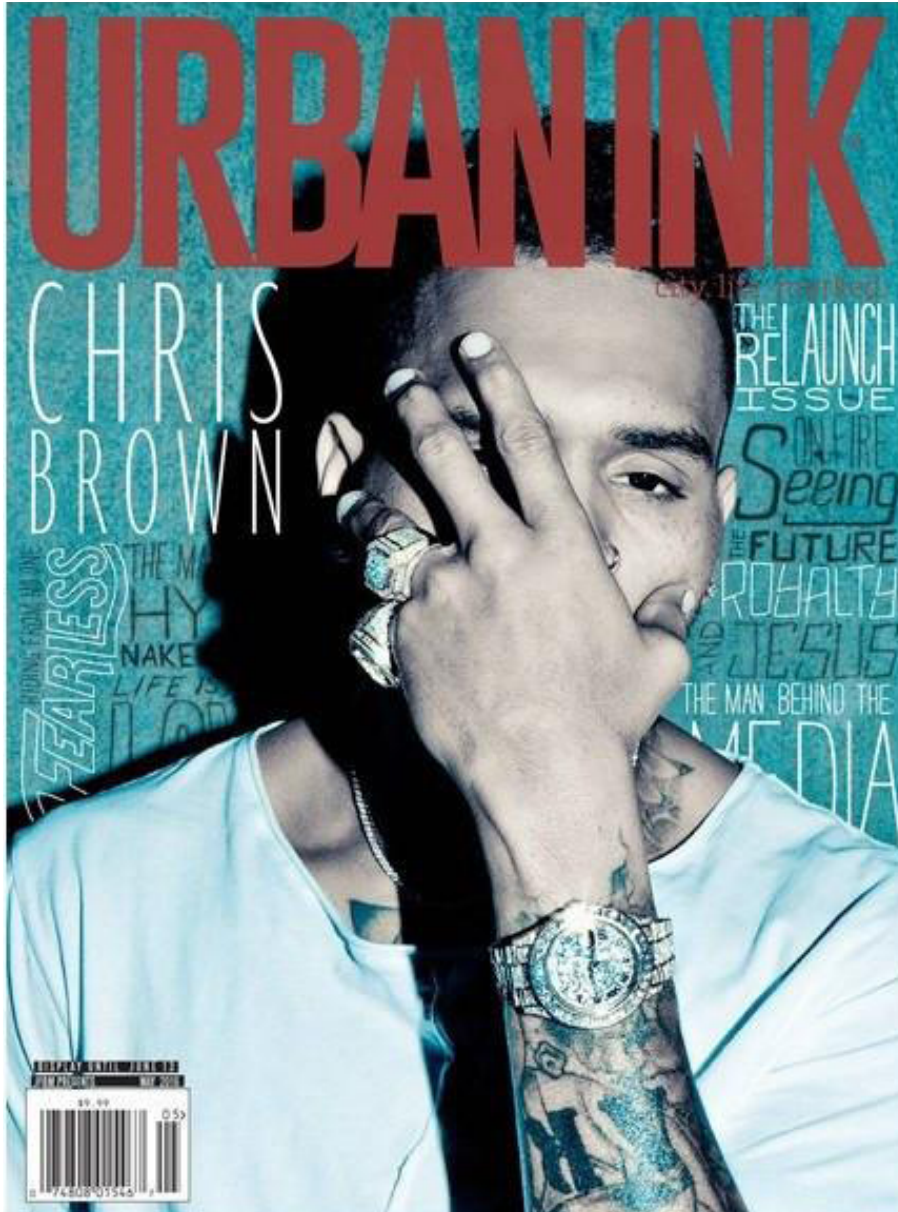
Figura 36: Exemplos da revista *TATTOO*.



Fonte: tatuagem.com/amazon.com

A *Urban Ink*, cuja uma das capas está representada na figura 37, foi a primeira revista sobre tatuagem em pele negra a ser publicada, começando sua história em 2008 nos Estados Unidos. Seu conteúdo também é voltado para tendências e tatuadores do estilo urbano.

Figura 37: Revista Urban Ink, edição Maio/2016.



Fonte: [pinterest.com](https://www.pinterest.com)

Já a revista Tattoos for Women tem um conteúdo voltado ao público feminino, de acordo com o que é possível observar pelas capas e chamadas, com dicas e informações sobre zonas corporais, temas e estilos de tatuagem, com publicação desde o ano 1992. A maioria das imagens dessa revista são submetidas pelo público, e por esse motivo a qualidade acaba sendo reduzida em alguns casos. Porém, isso faz com que as mulheres que aparecem na revistas sejam mais próximas das mulheres “reais” do dia a dia. Podemos ver dois exemplos da revista na figura 38.

Figura 38: Edições da revista Tattoos for Women.



Fonte: google.com

Observando mais atentamente as combinações de tipografias e cores nas capas analisadas, nota-se que muitas revistas não possuem um design muito harmônico e equilibrado. Muitas pecam no excesso de cor e contraste, abusando de efeitos, cores muito saturadas, textos com preenchimento e contorno, uma variação muito grande de tipografia, o que sempre prejudicada bastante a legibilidade do material. Outras capas pecaram pela falta de contraste, usando os mesmos tons de cor para todas as informações colocadas na capa. O curioso dessa observação é que isso parece ser um aspecto comum entre todas as revistas de tatuagem tradicionais no mercado, como se caracterizado como uma cultura. São poucas as revistas que trabalham com um design mais clean e equilibrado. Na figura 39 podemos ver alguns exemplos de capas de revistas que abusaram de diferentes tipografias e cores, pouco espaçamento entre informações, hierarquia pouco definida, área de respiro quase inexistente e que, por fim, tiveram um resultado visual poluído e que não transparecem qualidade, pelo menos do ponto de vista do Design Gráfico.

Figura 39: Exemplos de capas das revistas SkinDeep e Tattoos for Women.



Fonte: google.com

Para analisar o conteúdo interno das revistas foi feita uma tabela com os principais elementos a serem observados. Devido a dificuldade de acesso as revistas físicas, foram analisadas apenas duas das revistas citadas acima, a Inked Magazine e a Skin Deep, pois foram as encontradas no site ISSUU. As demais revistas não foram encontradas em formato digital na internet e também não foram encontradas em bancas e lojas.

- 1ª revista: Inked Magazine (edição Março, 2010):

DIAGRAMA E GRID

Três tipos de grid: de duas, três e quatro colunas.

ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS TEXTUAIS

Uma família tipográfica sem serifa para corpo de texto.

São utilizadas poucas variações de tipografias display.

BEARD SCIENCE

NYC stylist Russell Manley shows you how to shed that winter scruff.

When the weather warms up, it's time to ditch that beard and lose the leftovers that have been hiding in there since Thanksgiving. Once you uncover the neck tattoo that you don't remember getting, you won't want it buried under little red bumps. We asked stylist Russell Manley, the owner of New York City salon Tommy Guns, for some tips on how to do it right, especially since you're probably going to be shaving more frequently now that spring has arrived (it's not your imagination; hair does grow faster in warmer weather). Manley suggests shaving after a shower because hot water opens pores and softens hair. Once you're ready for the razor, good gear is definitely helpful (see right for suggestions), but technique is also important. "Shave in the direction the hair grows to prevent ingrown hairs and razor burn," says Manley. "Your neck hair normally grows in a different direction than the hair on your face, so check it out closely and direct the razor accordingly." To finish, rinse with cool water, blot your face dry, and apply a lotion *without* alcohol. Burning your face doesn't prove that you're a man. That's what motorcycles are for. —Jennifer Goldstein

CORES

Cores predominantes são o preto e o branco.

Alguns detalhes coloridos, como uma linha vermelha ou um retângulo pequeno em degradê vermelho e laranja,



IMAGENS

Layout organizado, com imagens que ocupam grandes espaços, muitas vezes páginas inteiras ou spreads.

Alta resolução, padrão de editorial, recebem tratamento.



ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS NÃO TEXTUAIS

Linhas finas que separam o fólio da cabeça, ou a vinheta da cartola, e em alguns casos em cima do título da matéria ou como moldura.

Também aparecem boxes pretos, algumas vezes atrás do título ou de legendas, dando destaque, ou apenas o box, funcionando como um separador entre o título e o texto, por exemplo.

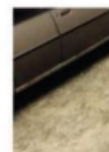
inked life | PLAY

SOUND ADVICE



JOHNNY CASH
American VI: Ain't No Grave
[American/Lost Highway]

Since passing away in 2003, Johnny Cash has become the 2Pac of country music, pumping out posthumous albums from his now legendary sessions with Rick Rubin. If American VI: Ain't No Grave is the final installment, it's a fitting



- 2ª revista: Skin Deep (edição Março, 2014)

DIAGRAMA E GRID

Predominante:
diagrama de 3 colunas

Também aparecem páginas
diagramadas em duas,
quatro e até cinco colunas.



ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS TEXTUAIS

Duas famílias tipográficas:
serifada para corpo de texto e
uma sem serifa para títulos,
subtítulos e outros destaques.

Em alguns poucos títulos
aparece uma tipografia display,
no estilo mais caligráfico.



CORES

As predominantes são o
preto, branco e cinza.

Para destaques são usadas
as cores amarelo ocre e
vermelho.



IMAGENS

Páginas só de imagem, todas muito coloridas, algumas fora do alinhamento do grid. Causa poluição visual e desorientação de leitura.

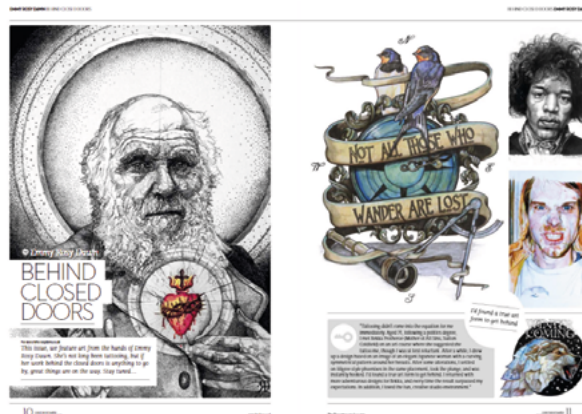
Páginas com fundos de texturas de madeira ou de neve. Dificulta muito a visualização das outras informações por excesso de cor e informação. Excesso de imagens no geral.



ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS NÃO TEXTUAIS

Linhas finas para separar imagens de textos, colunas, ou até assuntos diferentes dentro de uma mesma coluna.

Os boxes também são muito utilizadas, principalmente nas cores branco, preto e cinza, e em alguns casos, para destaques menores, em cores mais chamativas como vermelho ou amarelo.



De modo geral, as duas revistas anteriormente analisadas são muito diferentes entre si, assim como seus conceitos. A revista Inked Magazine possui um padrão mais leve e um aspecto mais limpo, sério e moderno. Seu padrão visual é mais organizado, com imagens maiores e de maior qualidade, e o uso de cores também é bem restrito. Por todos esses fatores ela passa uma ideia de qualidade, de uma revista mais séria e mais conceituada, pois é justamente o abuso de cores, imagens e outras informações que afasta um pouco a revista Skin Deep dessa ideia de maior credibilidade no mercado.

A Inked magazine segue um padrão bem específico e consolidado em todas as edições, onde o aspecto clean e moderno é mantido, junto com as famílias tipográficas e os elementos textuais e não textuais, que também se repetem. Já a revista Skin Deep é modificada em algum aspecto em cada edição. Observando versões anteriores da revista, foi percebido que as tipografias utilizadas como display são diferentes, as cores mudam (foram usadas em maior variedade), o que acaba dificultando que os leitores passem a identificar a identidade da revista.

Com essa análise das páginas internas ficou mais claro como a quantidade de elementos inseridos nas páginas podem fazer uma enorme diferença na percepção que o público tem de cada publicação, e também como tanto a falta quanto o excesso de informação podem ser prejudiciais às páginas das revistas.

3.4.3. Análise de Revista Customizada

A revista escolhida para análise foi a revista GOL, oferecida pela companhia aérea Gol. Trata-se de uma revista mensal, distribuída durante os voos da companhia. “A tiragem é de 152 mil exemplares e a produção é feita pela Trip Editora. Suas matérias interessantes e seu design atrativo já renderam vários prêmios à Trip.” (FISCHER, 2013). Os principais elementos analisados foram os mesmos das revistas segmentadas: grid, tipografia, cores, imagens e elementos não textuais.

Como já citado anteriormente, quando foram mencionados os elementos de uma publicação gráfica, o propósito da capa de uma revista customizada é diferente de uma revista segmentada vendida em bancas e lojas. Nesse caso é fácil perceber a diferença. Observando as capas das edições de Maio e Setembro de 2018, mostradas na figura 40, notamos que quase não existem chamadas. Na verdade, existe apenas uma, que pode ser considerada uma manchete, que mostra qual a principal matéria da revista. Isso acontece porque ela é distribuída aos clientes nos voos, e não precisa competir com outras marcas.

O que mais chama atenção nas capas é, de fato, a imagem, que é bem trabalhada e chamativa, uma imagem de alta qualidade, de caráter menor comercial e mais artístico, e a marca da companhia aérea, que é o segundo ponto de maior evidência, no canto esquerdo superior. Mais uma vez com o objetivo de reforçar a identidade visual da empresa para os clientes.

Além disso, são encontrados os logotipos dos principais parceiros da Gol, no canto inferior esquerdo, assim como a marca da editora Trip, no canto inferior direito.

Figura 40: Exemplos de capas da revista GOL.



Fonte: voegol.com.br

● Revista GOL (edição Maio, 2018):

GRID

Principais: duas e três colunas.



TIPOGRAFIA

Apenas duas famílias tipográficas, uma serifada para corpo de texto e uma sem serifa para outras informações.

Não são utilizadas tipografias do tipo display na revista.

TECNOLOGIA NO SEMIÁRIDO

Capa desta edição, o empreendedor José Roberto Nogueira não desistiu do sonho de investir na região onde nasceu, no Ceará

A reportagem de capa desta edição é sobre a história do cearense José Roberto Nogueira, fundador da Brisernet, empresa que levou internet de alta velocidade para quatro estados do Nordeste. Nossa equipe viajou até Pereiro, no oeste cearense, para conhecer de perto as paisagens semiáridas que inspiraram José a não desistir de tornar a tecnologia acessível para a

CORES

As principais cores são as da marca da companhia aérea Gol, o laranja e o cinza.

Também aparecem o preto e o branco.



IMAGENS

Bastante imagem. Layout equilibrado devido a grandes áreas de respiro.

Imagens grandes e de alta resolução, normalmente mostrando pessoas ou paisagens.

Também são encontradas algumas ilustrações.



ELEMENTOS NÃO TEXTUAIS

Majoritariamente fios e boxes. Os fios (linhas finas) aparecem menos, na separação de algumas colunas e entre os fôlios, cabeças e vinhetas.

Já os boxes aparecem bastante, mas de uma maneira delicada, também nas cores da marca, às vezes preenchidos e outras apenas com contorno.

PARA TODOS OS CANTOS

Em parceria com a Passaredo, levamos você a destinos distantes das capitais

Sempre pensando em levar você mais longe, iniciamos no ano passado uma parceria com a Passaredo, companhia aérea de interior paulista. O acordo permite que você voe com a gente para sete destinos regionais, como Ribeirão Preto e São José do Rio Preto, em São Paulo, e Araguaína, no Tocantins - são 17 voos diários. Entre as vantagens, você faz check-in uma vez e despacha sua mala até o destino final. "Para nós, é muito importante levar nossos clientes às cidades do interior do país, garantindo maior alcance aos clientes", afirma Ciro Camargo, gerente de alianças da GOL.

FALE COM O ESPECIALISTA

POR QUE SEMPRE DEVO VIAJAR COM SEGURO?

Quem responde é Marcelo Mello, vice-presidente de Investimentos da SulAmérica

"O seguro é o item principal que você deve considerar durante o planejamento de uma viagem, seja ela nacional ou para o exterior. Contratar esse serviço vale a pena, pois cobre os gastos de situações não previstas, como problemas de saúde. A cobertura garante a realização de serviços médicos, inclusive cirurgias - fora do Brasil, uma operação de apendicite, por exemplo, pode custar US\$ 35 mil. O seguro também garante atendimento odontológico, reembolso em farmácias, indenização por extravio de bagagem e cobertura em caso de perda de documentos, entre outros tipos de auxílio. Nosso conselho é que quem vai viajar contrate sempre o seguro viagem, principalmente profissionais autô-

nomos que não possuem convênio médico nem seguro de vida e clientes de convênios que não têm cobertura nacional. Além de garantir sua tranquilidade, o Seguro Viagem Premiada da SulAmérica, em parceria exclusiva com a GOL, te dá 1 milha da Smiles a cada R\$ 1 gasto na contratação. Acesse 'Seguro viagem' na aba 'Serviços' do site voegol.com.br e confira nossos pacotes customizados."

Nota-se que a revista trabalha bastante com anúncios, principalmente das empresas e estabelecimentos parceiros da companhia aérea Gol, o que é bem característico de revistas customizadas, pois os parceiros, através de uma troca de patrocínio por páginas de anúncio ou participação em matérias, ajudam a viabilizar as revistas.

Outra característica de revistas customizadas é o reforço da identidade visual da marca, como notamos no predomínio do uso das cores laranja e cinza, no caso da revista GOL, assim como a escolha das famílias tipográficas. Além disso, os conteúdos encontrados na revista são claramente voltados às pessoas que estão viajando, ou buscam novos destinos, dicas de locais para visitar, estabelecimentos e restaurantes, ou então colunas e matérias sobre cultura, literatura, e outros assuntos que estão ligados aos interesses do público alvo da companhia.

3.5. DADOS TÉCNICOS DO PROJETO

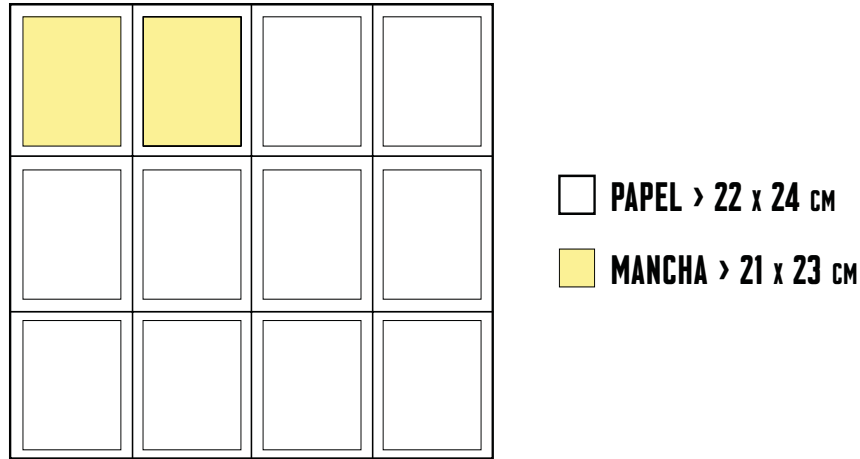
Todo projeto editorial conta com o um planejamento de produção gráfica, onde são definidos tipo de papel a serem usados na publicação, tipo de impressão, aproveitamento de papel, tipos de acabamento e encadernação, entre outros. Esse tipo de planejamento prévio é importante porque está diretamente ligado a viabilidade do projeto, tanto financeira quanto sustentável. Se a empresa que decidiu trabalhar com uma estratégia de publicação impressa não tem um grande orçamento direcionado a isso, o designer deve saber que não adianta pensar em um projeto que seja impresso em um tipo de papel caro ou que passe por vários tipos de tratamento, isso só tornaria o projeto menos viável para o cliente.

Tendo isso em mente e levando em consideração o briefing realizado com os representantes do estúdio Café Preto Tattoo, alguns dados técnicos sobre o projeto da revista foram definidos nesta etapa. Começando pela escolha do tipo de impressão visando atingir a necessidade do estúdio, pensando em uma estratégia de distribuição da revista em eventos e em estabelecimentos parceiros. Sabendo que o orçamento do estúdio não é muito alto e que eles precisam de um material que seja produzido em maior quantidade, porém, com um custo mais baixo, o tipo de impressão escolhido para esse projeto será o offset. Ainda pensando no custo de impressão e em uma maneira de diminuir custos, surgiu a ideia de produzir uma parte da revista apenas em preto e branco, o que, além da economia no preço da impressão por só trabalhar com um cor de tinta do sistema CMYK, se mantém fiel a cultura do preto e branco e do underground, tão característicos no mundo da tatuagem.

O tipo de papel também é uma escolha importante para esse projeto, pois, apesar de o orçamento limitar o uso do papel, não podendo ser escolhido um tipo que seja muito caro, o conteúdo da revista exige que o papel ofereça uma boa qualidade de impressão e reprodução fiel de imagens e cores. Por isso, a alternativa mais viável é o papel offset, que é constituído com 100% de celulose branqueada, bem colado, com alta alvura, com revestimento, e apto a receber a molhagem própria dos sistemas offset. Junto com o couché é o mais utilizado, e dos papéis branqueados é o mais barato. (CARRAMILLO, 1997)

Outro aspecto a ser pensado e que faz bastante diferença no custo final é o aproveitamento de papel. É importante adequar o formato da publicação para uma dimensão que se adeque melhor ao formato da folha de impressão 66cm x 96cm, e portanto, evite muitas sobras de papel na hora do refile. O formato escolhido para a revista do estúdio Café Preto Tattoo é de 22x24cm, totalizando um formato aberto de 22x48 cm, demonstrado na figura 41, pois é aproveitamento de papel é integral e o formato mais quadrado se diferencia um pouco dos formatos retangulares de revista mais comuns no mercado.

Figura 41: Aproveitamento de papel.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

4. FASE CRIATIVA

Nesta etapa se iniciou o processo de criação dos projeto gráfico-editorial propriamente dito, levando em consideração os dados coletados e as análises feitas na etapa anterior. Foram criados painéis semânticos, e através deles foram escolhidos conceitos e estratégias de design. Também foram determinados nesta etapa o espelho de publicação, toda a estruturação gráfica do projeto, a proposta cromática e os elementos gráficos editoriais textuais e não textuais.

4.1. PAINÉIS SEMÂNTICOS

No processo de elaboração de um projeto gráfico-editorial, os painéis semânticos surgem como uma ferramenta bastante útil para o processo criativo. Eles ajudam a visualizar com maior clareza alguns aspectos importantes para o projeto, como público alvo da empresa, os conceitos atrelados a publicação e a maneira como ela irá se expressar, e também como o design é responsável por fazer esses conceitos serem visíveis na revista. Eles ajudam a conectar conceitos e significados amplos e abstratos a representações mais objetivas e específicas. Portanto, foram elaborados três painéis semânticos para esse projeto, seguindo as propostas de Mike Baxter, que são: **o painel de estilo de vida (Público)**, que reflete os valores pessoais e sociais dos futuros consumidores, além de representar o tipo de vida desses consumidores; **o painel de expressão do produto (Conceito)**, feito a partir do painel do estilo de vida, que representa a emoção que o produto transmite, ao primeiro olhar; e **o painel do tema visual (Diretrizes)**, que mostra características do produto quanto a sua imagem, ao seu visual estético (BAXTER, 1998).

1º. PÚBLICO - Estilo de vida

O painel semântico do público, como mostra a figura 42, representa como é o estilo de vida das pessoas ligadas ao estúdio Café Preto Tattoo. No geral, é um público mais jovem, mas ao mesmo tempo independente e maduro. São pessoas que seguem um estilo de vida mais desprendido de regras e padrões. Apreciam festas e momentos mais descontraídos, e também uma boa xícara de café.

2º. CONCEITO - Expressão do produto

A figura 43 mostra o painel de expressão do produto. Seguindo o briefing realizado com um dos sócios do estúdio e também levando em consideração toda a história da cultura da tatuagem e como ela veio abrindo espaço dentro da sociedade, a revista deve se expressar de uma maneira mais **Underground**. A tatuagem nem sempre foi algo bem aceito pela sociedade, e por muito tempo esteve ligada a uma forma de expressão de grupos da contracultura. Por mais que, atualmente, a tatuagem seja consideravelmente mais popular e o preconceito com esse tipo de arte tenha diminuído bastante, notando-se que cada vez mais as pessoas gravem desenhos e escritas em seu corpo, ainda é importante considerar a história e a toda a cultura por trás disso.

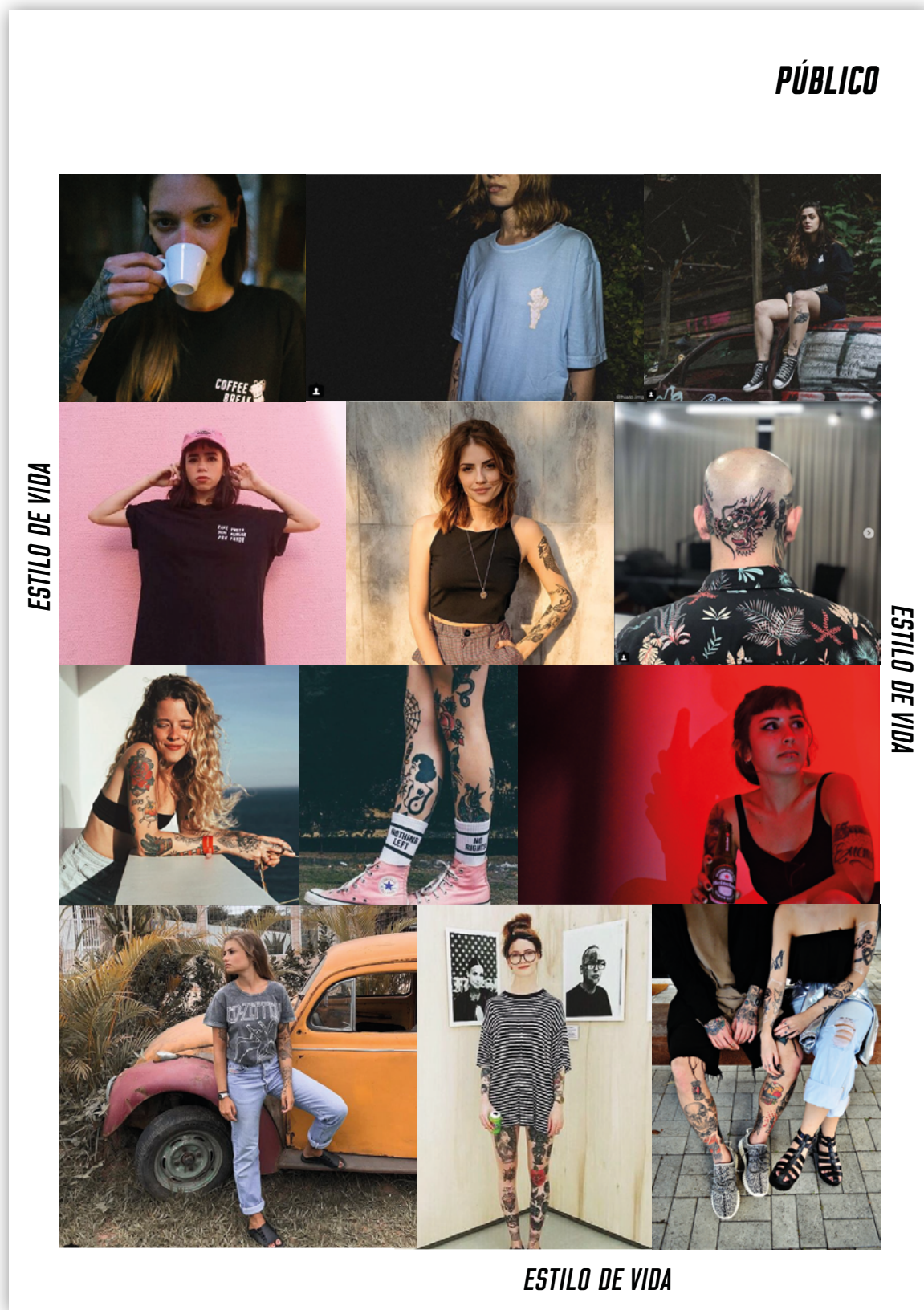
Outro conceito escolhido para a revista foi **Dinâmico**. O público mais jovem do estúdio é de uma geração onde a informação chega muito rápido, e a todo momento se depara com uma coisa nova, e por isso não prende a atenção por muito tempo e uma coisa só. Por esse motivo, existe uma necessidade de trazer o dinamismo para a revista, e com ele um movimento mais nítido e fluido de informações, para que o leitor não se sinta estagnado em uma só informação ou forma.

Por último, o terceiro conceito escolhido foi **Conectado**, que representa a ligação que ocorre entre artista/tatuador e as pessoas que são tatuadas por eles, a ideia de conexão estabelecida entre alguém e sua expressão artística. Representa também a conectividade entre os estúdios do Florianópolis e Rio de Janeiro e o intercâmbio de diversos artistas que passam pelas duas sedes do Café Preto Tattoo durante o ano inteiro.

3º. DIRETRIZES - Tema visual

Buscando se desconectar de um design mais comum e padronizado de revistas, fugindo do tradicionalismo e do alinhamento mais conhecido das publicações, esse projeto será elaborado de uma forma mais desconstruída, trabalhando de um modo diferente com formas, linhas e tipos. Também pensando na importância das imagens para uma revista que seja voltada para um público apreciador de artes e tatuagem, as fotos utilizadas no projeto devem possuir um lugar de destaque. Os espaços em branco também devem ser bem trabalhados, para compensar o peso que alguns elementos em algumas páginas terão, evitando poluição visual e garantindo uma boa leitura e visibilidade de todos os elementos. Este painel está representado na figura 44.

Figura 42: Painel de Estilo de Vida.

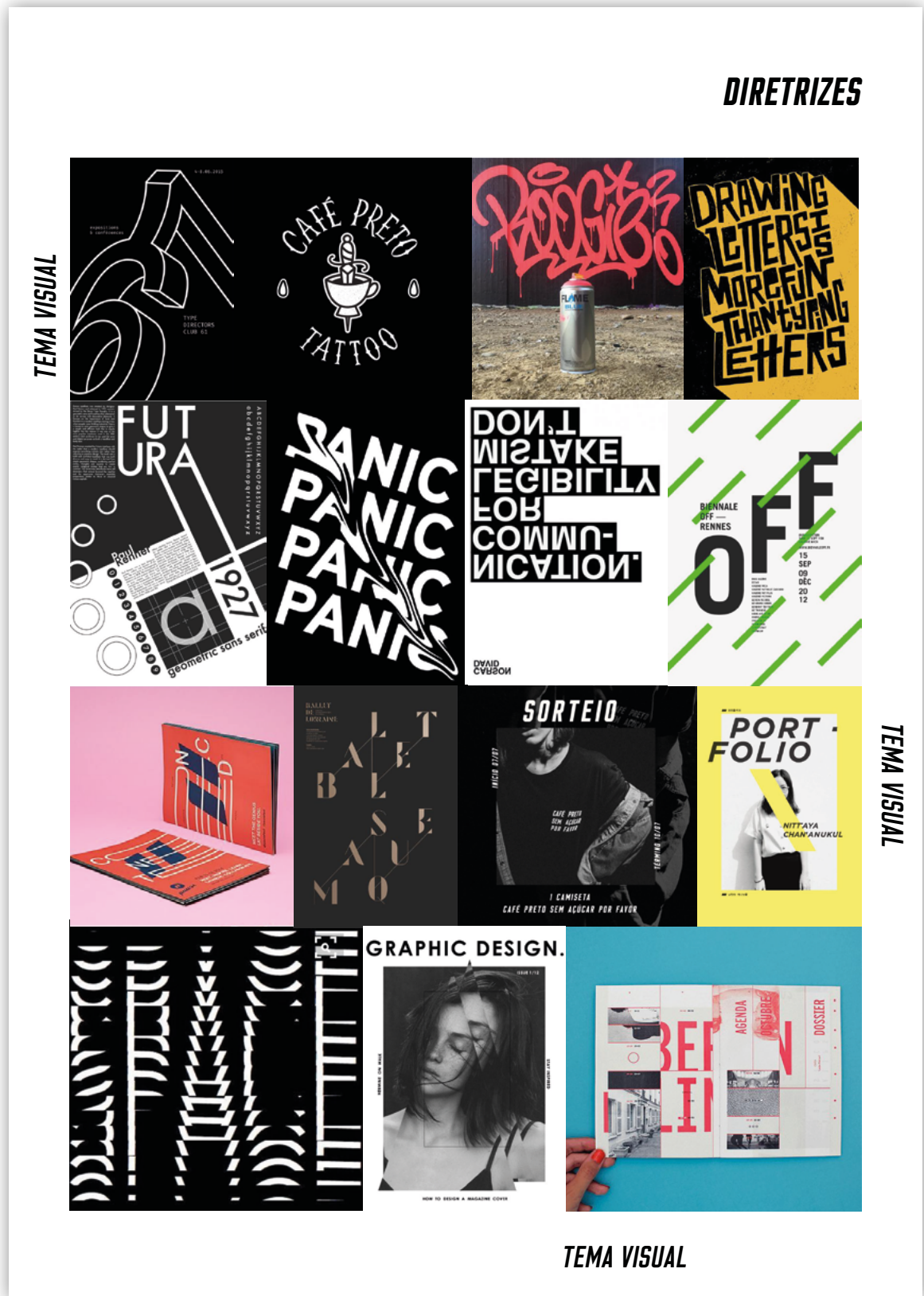


Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 43: Painel de Expressão do Produto.



Figura 44: Painel de Tema Visual.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Resumidamente, o painel de estilo de vida representa a pessoa que entrará em contato com a revista e deverá ser atingida pelo seu conteúdo, o painel de expressão do produto representa a ideia do produto (neste caso a revista *Caféina*) e a mensagem que ele vai passar e como os valores da marca serão passados para o leitor, e por fim, o painel de tema visual representa cara do produto, seus detalhes estéticos e como o design será responsável por representar esses conceitos. Portanto, o público está diretamente ligado a linguagem visual do estúdio e o que a marca *Café Preto* representa, e essa mensagem são representadas por conceitos que, por sua vez, são representados por elementos gráficos de design.

4.2. CONCEITOS DA PUBLICAÇÃO - ESTRATÉGIAS DE DESIGN

Após a análise dos painéis semânticos, buscando extrair deles a maior quantidade de informação possível, são definidas estratégias de design para a representação de cada conceito. Os dois conceitos estabelecidos para a revista são *underground*, dinâmico e minimalista. Para melhor visualização, foram criados quadros, sendo que no lado esquerdo está descrito o conceito editorial e no lado direito são listadas as estratégias de design que serão utilizadas na publicação.

CONCEITO EDITORIAL	ESTRATÉGIAS DE DESIGN
<p>Expressar visualmente o conceito UNDERGROUND - algo que é pouco conhecido, despadronizado, "algo que não segue modismos".</p> <p>Incentivo a arte pouco conhecida. Fugir de padrões impostos.</p>	<p>Cores fortes, com contraste. Uso do preto e de cores escuras.</p> <p>Tipografias manuscritas, agressivas e pouco uniformes.</p> <p>Imagens em preto e branco. Fotografias tiradas em ângulos chamativos e pouco comuns. Contraste de luz e sombra.</p> <p>Representações de grafite e pichação. Arte urbana.</p>

CONCEITO EDITORIAL	ESTRATÉGIAS DE DESIGN
<p>Expressar visualmente o conceito DINÂMICO - algo em movimento, fluido, inconstante, criativo. Algo que representa mudança.</p> <p>Causar contraste, incitar o interesse no leitor através de elementos que representam movimento e atividade, evitando a perda de interesse.</p>	<p>Transição de cores contrastantes.</p> <p>Linhas incompletas; formas geométricas não regulares; formas sobrepostas, círculos.</p> <p>Imagens e fotografias descentralizadas, sangradas na página; ângulos que instigam e guiam a visão do leitor.</p> <p>Brincadeiras com tipografias: distorção, inversão, tamanhos diferentes.</p>

CONCEITO EDITORIAL	ESTRATÉGIAS DE DESIGN
<p>Expressar visualmente o conceito CONNECTADO - algo ou alguém que estabelece uma ligação, ou uma relação, com outra coisa ou pessoa.</p> <p>Evidenciar as possíveis ligações entre a arte e as pessoas, a conexão estabelecida entre tatuador/artista e as pessoas que passam por eles, assim como a relação os outros diversos tipos de conexões que estabelecemos durante a vida.</p>	<p>Linhas, formas e pontos que se conectam, se ligam e se complementam através das páginas</p> <p>Unidade visual/gráfica</p> <p>Fusão entre formas e tipografia, entre linhas e imagens e outros elementos gráficos.</p> <p>Tipografias com ligaturas.</p>

Tipografia

Para este projeto será escolhida uma tipografia sem serifa para corpo de texto, pensando em um público leitor jovem. Além disso, a tipografia sem serifa também foram escolhidas por terem ganhado maior evidência na época do movimento *punk* na década de 70, representando também a contracultura e o conceito Underground. Já as tipografias *displays* utilizadas para títulos e destaques serão a própria tipografia usada nas mídias produzidas pelo estúdio, e também alguma de estilo manuscrito, que lembre pinceladas ou que remeta a arte urbana e pinturas em parede, como o graffiti, para representar também o conceito Underground, a história e a linguagem visual do estúdio Café Preto Tattoo.

Diagrama e grid

O diagrama escolhido para esse projeto gráfico-editorial será o modular, por ser versátil e flexível, possibilitando tanto um layout mais tradicional colunar, quanto um layout desconstruído e dinâmico, onde as áreas textuais, as imagens e outros elementos gráficos não textuais se conectem entre si de maneira mais descontraída e despadronizada. Esse tipo de diagrama foi escolhido também pensando nos conceitos Conectado e Dinâmico, principalmente.

Cores

As cores foram selecionadas para representar melhor não só a identidade do estúdio e o universo da tatuagem, mas também o universo Underground, representado no painel de expressão do produto. O preto e o cinza são cores muito presentes na comunicação do Café Preto Tattoo, e carregam consigo um conceito mais sóbrio e sofisticado. O preto também remete muito as cores predominantes das tatuagens, e por esse motivo foram escolhidos como cores principais. Já as cores secundárias serão de tons mais vivos e saturados, e serão utilizadas apenas em detalhes, como fios, títulos, boxes, e não chamarão tanta atenção nas páginas.

Imagens e ilustrações

Ainda pensando no público jovem, ligados a um senso de estética específico, que se interessam por artes visuais e outros tipos de expressões artísticas, e ainda levando em consideração que o conteúdo da revista será mais visual do que textual, as imagens e ilustrações presentes neste projeto tem papel importante e fundamental. Ainda na etapa de análise

de similares foi possível perceber a importância da escolha de imagens e sua organização no layout da página, e como elas trabalhar para capturar a atenção do leitor, por isso, serão utilizadas imagens de alta qualidade que ocuparam espaços significativos e majoritários no layout. Muitas serão utilizadas em preto e branco, remetendo a estética do estúdio Café Preto e também ao conceito Underground.

Composição, layout e acabamentos

A composição visual da revista enfatizará a linguagem visual do estúdio e se manterá padronizada ao decorrer de toda a publicação. Todas as matérias terão uma comunicação entre si, conectadas pelos elementos gráficos não textuais definidos previamente. Como já mencionado também, o layout das páginas será composto principalmente por imagens e áreas textuais menores.

Não serão utilizados muitos tipos de acabamentos diferenciados, devido ao aumento do custo de produção e impressão, apenas algumas aplicações de verniz fosco, como na capa, para trazer um aspecto mais refinado e polido.

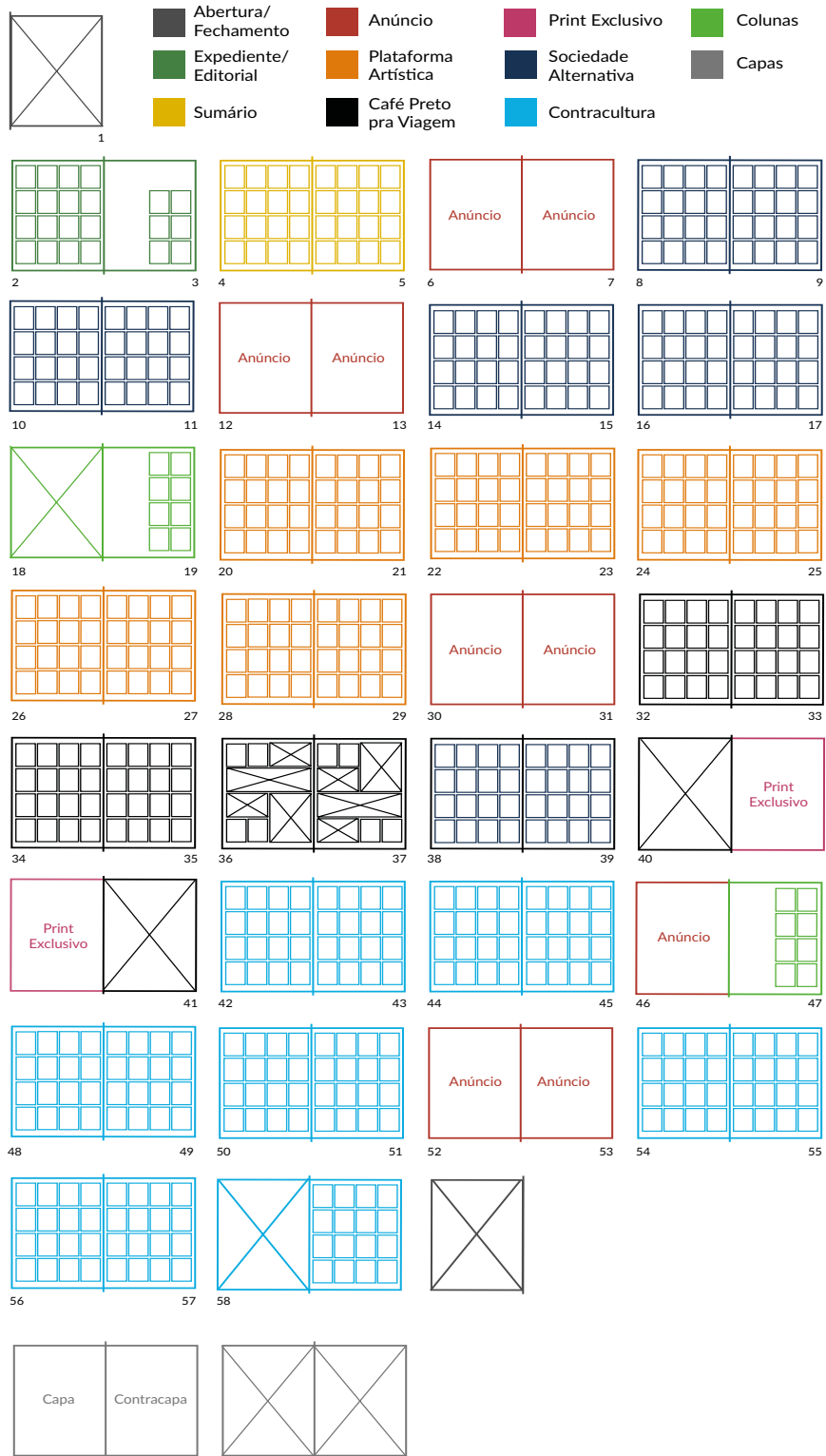
4.3. ESPELHO DE PUBLICAÇÃO

O espelho de publicação funciona como um esquema, um guia, previamente planejado do que será o projeto gráfico-editorial. Nele é representada a ordem dos conteúdos e como eles são distribuídos pelas páginas, como, por exemplo, as separações das editoriais/seções e onde as imagens serão posicionadas, como mostra a figura 45.

Neste projeto, o espelho foi organizado de modo a se preservar o “miolo nobre”, ou seja, as matérias mais importantes ou mais longas foram posicionadas mais próximas do centro da publicação. Além disso, a revista conta com 3 seções fixas. A seção “Contracultura” contará com matérias voltadas a estilo de vida, comportamento e cultura. Já a seção “Plataforma Artista” é um espaço reservado para matérias sobre expressões artísticas, arte urbana e design. E por último, a seção “Sociedade Alternativa”, com matérias sobre artistas e personalidades importantes, não só do universo da tatuagem, mas que fizeram a diferença de alguma maneira. Os nomes das seções estão relacionados ao conceito Underground e as características e expressões ligadas a ele.

Também foram previstos espaços para matérias separadas, como a principal matéria da revista, que trata sobre a websérie Café Preto pra Viagem produzida pelo estúdio, espaços para as colunas Cafezinho4U e Coluna das Minas, além do expediente, editorial, apresentação da equipe do estúdio e agradecimento. Além disso, será uma proporção de 15% de páginas reservadas para anúncios para um total de 60 páginas, em média, por edição.

Figura 45: Espelho de publicação.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

4.4. ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO

Na elaboração da estrutura do projeto gráfico da revista Café Preto foi utilizado o método proposto por Castro e Perassi no livro “Estruturação de projetos gráficos: A tipografia como base do planejamento” (2018). Neste método, chamado de exoprojetual, a estruturação acontece de dentro para fora da página, e consiste em 8 etapas. A parte crucial desse projeto é a escolha da tipografia que será utilizada para corpo de texto no projeto. As 8 etapas do método de estruturação são:

- a) Predefinição da forma da página/aproveitamento de papel
- b) Definição da tipografia
- c) Estabelecimento da entrelinha
- d) Determinação da módulo
- e) Dimensionamento da forma da página e construção da grade
- f) Criação de uma escala modular
- g) Representação do diagrama (largura das colunas e margens)
- h) Configuração e ativação da linha de base

A seguir serão melhor explicadas e demonstradas todas as etapas do processo de estruturação gráfica deste projeto.

4.4.1. Predefinição da forma da página

Como já citado anteriormente neste relatório, o tamanho da página escolhido para a revista Café Preto, levando em consideração a tabela de aproveitamento de papel, foi o de 22cm x 24cm. Por ser um formato mais próximo do quadrado ele se difere um pouco dos formatos mais tradicionais e conhecidos das revistas retangulares de banca, e até de algumas revistas customizadas analisadas, e além disso, permite o aproveitamento total de uma folha de impressão com as dimensões 66cm x 96cm. O formato mais quadrado também foi escolhido pensando no conteúdo da revista, que será mais visual do que textual, e pensando nos spreads (páginas duplas) apenas com imagens.

4.4.2. Definição da tipografia

A definição da tipografia para um projeto gráfico-editorial representa uma das etapas mais importantes e determinantes para o processo de estruturação do projeto. Como auxílio para esta etapa foi utilizado o Modelo de Apoio à Seleção Tipográfica para Design Editorial desenvolvido como pesquisa de doutorado pela professora Mary Vonni Meürer.

Seguindo o modelo, primeiramente é analisado o contexto do problema a ser resolvido, partindo da análise de briefing. Em um segundo momento são analisados os oito critérios sugeridos pela autora e verifica-se a aplicabilidade destes ao projeto. Então são estabelecidos pesos para cada critério, de 1 a 5, de acordo com a sua relevância com o contexto do problema. Em seguida, com a ajuda das etapas anteriores, é realizada uma busca a fim de eliminar fontes até que se defina um grupo reduzido para avaliação, que é realizada através de uma matriz construída levando-se em consideração os critérios e seus pesos previamente definidos. Por fim, chega-se a um resultado final e a seleção tipográfica é concluída.

Para este projeto foi escolhido trabalhar com uma tipografia sem serifa, tendo como inspiração o movimento punk, surgido na década de 70, cujo principal veículo de comunicação eram os *fanzines*. As letras eram recortadas de jornais e feitas a mão, criando um aspecto desconstruído, sem preocupação com acabamento ou design (KOPP, 2004), aspectos que também estão relacionados com a cultura underground. Não necessariamente a tipografia precisava ter sido criada naquela época, mas apenas pertencer ao grupo das sem serifa, mais especificamente a classificação neo-grotesca proposta, mais atualmente, por Stephen Coles em seu livro “The Anatomy of Type” (2012).

A seguir, será apresentada a aplicação do modelo a este projeto gráfico-editorial da revista Cafeína.

Contexto do problema

Conteúdo: predominantemente visual, assuntos voltados ao universo da tatuagem e pouca quantidade de texto. Percebendo as características do público e do próprio estúdio, as tipografias sem serifa se encaixam melhor, com tamanho de corpo de texto entre 6 pt (para textos pequenos como legendas) até 12 pt. Para este projeto, e pensando na leitura de um público adulto, o corpo de texto será de 10 pontos. A variação de pesos também é importante para poder trabalhar com a mesma tipografias para texto, título, subtítulo e destaques, matendo assim uma unidade visual bem definida para a revista.

Leitor: público jovem com idade entre 18 e 30 anos em média. São pessoas interessadas em diversas formas de cultura, como música, história, cinema e arte em geral. Devido a grande quantidade de informação a qual têm acesso a todo instante, necessitam de algo dinâmico e diferente para que sua atenção seja apreendida por mais tempo.

Suporte: revista impressa. Apesar de a quantidade de texto ser reduzido devido ao conteúdo ser mais visual do que textual, existe a necessidade de escolher uma tipografia para corpo de texto que garanta uma boa legibilidade ao material.

Critérios de seleção

São oito os critérios sugeridos pela autora para apoiar a seleção. São eles: legibilidade, aspectos históricos-culturais, qualidade, licenciamento, variações e recursos, expressão, suporte e investimento. Para esse projeto, levando em conta os três conceitos que serão trabalhados na revista (Underground, Conectado e Dinâmico) o critério “investimento” será substituído por “apresentar ligatura”, já que essa característica é considerada necessária para melhor representar o conceito Conectado. Os outros critérios se aplicam ao contexto do problema.

Hierarquia

De acordo com o contexto do problema e levando em conta, novamente, as características do público alvo, foram definidos pesos para os critérios citados acima, de 1 a 5, sendo 1 o menos relevante e 5 o mais relevante. Legibilidade, suporte e qualidade receberam peso 5, pois interferem diretamente no conforto de leitura. Licenciamento, investimento e variação de recursos ficaram com peso 4, pois seria de interesse do estúdio não precisar arcar com o custo de comprar a fonte. Expressão e aspectos históricos-culturais receberam peso 3, pois seu nível de interferência na experiência de leitura é menor. O critério “apresentar ligatura” funcionará como eliminatório, e seu peso é 0 (zero), pois se a tipografia não apresentar este elemento ela já é eliminada.

Busca

Nesta etapa foram selecionadas algumas fontes que serão analisadas na etapa seguinte, a de avaliação. São levados em consideração os critérios definidos para avaliação para direcionar a busca. Foram selecionadas 11 tipografias sem serifa com estilo neo-humanistas para a próxima etapa: Montserrat, Source Sans Pro, Lato, M PLUS Rounded 1c, PT Sans, M PLUS 1p, Fira Sans, Rubik, Asap, Mukta e HK Grotesk

Avaliação

A figura 46 mostra a matriz de apoio a seleção tipográfica feita para este projeto.

Figura 46: Matriz de apoio a seleção tipográfica.

MATRIZ DE SELEÇÃO TIPOGRÁFICA											
Contexto do Problema: revista impressa para um estúdio de tatuagem, conteúdo predominantemente visual. Tipografia de corpo de texto de 10 pontos (leitura de adultos), público jovem com idade entre 18 e 30 anos, interessados em assuntos sobre cultura, música, artes visuais, gastronomia, etc.											
Atribuir pesos	Aspectos Formais e Funcionais			Aspectos Conceituais		Aspectos Técnicos			Aspectos Econômicos e Legais		RESULTADO
	LEGIBILIDADE	VARIAÇÕES E RECURSOS	HISTÓRIA E CULTURA	EXPRESSÃO	QUALIDADE	SUPORTE	LICENCIAMENTO	INVESTIMENTO			
	5	4	3	3	5	5	4	4	4		
AVALIAÇÃO											
Lato	5	4	3	3	5	5	4	4	4	141	
Rubik	4	3	3	3	3	4	4	4	4	117	
PT Sans	4	1	3	3	5	5	4	4	4	124	
HK Grotesk	5	4	3	3	3	4	4	4	4	126	
Rounded M+ 1c	4	2	3	3	4	4	4	4	4	118	
Mukta	4	2	3	3	5	5	4	4	4	128	
Source Sans Pro	4	3	3	3	5	5	4	4	4	132	
M PLUS 1p	3	2	3	3	4	4	4	4	4	113	
Pesos: atribua um peso para cada critério de acordo com sua relevância para o projeto de 0 (anula o critério) a 5 (muito importante para o projeto)											
Avaliação: atribua uma nota para cada fonte para definir o quanto ela atende ou não a cada critério de 0 (não atende) a 5 (atende completamente)											
* Esta matriz compõe o material complementar do Modelo de Apoio à Seleção Tipográfica, desenvolvido pela Prof ^a Mary Meürer em sua pesquisa de doutorado no PósDesign UFSC. Não deve ser distribuída sem autorização da autora											

Fonte: Desenvolvido pela autora.

A tipografia escolhida, após o processo de seleção, foi a Lato, demonstrada na figura 47. É uma tipografia sem serifa, de boa legibilidade e qualidade, com altura x mediana, ascendentes e descendentes curtos. Também apresentou qualidade de impressão no teste feito em papel sulfite. Possui uma grande variação de recursos, contando com 18 pesos diferentes. Ainda no aspecto de recursos, essa tipografia também apresenta ligaturas, característica considerada fundamental para representar o conceito Conectado neste projeto. Além disso, trata-se de uma fonte gratuita, o que representa uma economia de gasto para o estúdio, que não terá que investir em uma família tipográfica paga.

Figura 47: Demonstração da tipografia de corpo de texto.



Lato Hairline	<i>Lato Medium Italic</i>	0123456789
<i>Lato Hairline Italic</i>	Lato Semibold	(!@#\$%&.,?;:)
Lato Thin	<i>Lato Semibold Italic</i>	0123456789
<i>Lato Thin Italic</i>	Lato Bold	(!@#\$%&.,?;:)
Lato Light	<i>Lato Bold Italic</i>	0123456789
<i>Lato Light Italic</i>	Lato Heavy	(!@#\$%&.,?;:)
Lato Regular	<i>Lato Heavy Italic</i>	0123456789
<i>Lato Italic</i>	Lato Black	(!@#\$%&.,?;:)
Lato Medium	<i>Lato Black Italic</i>	0123456789
		(!@#\$%&.,?;:)

The quick brown fox jumps over the lazy dog — Lato Hairline

The quick brown fox jumps over the lazy dog — Lato Light

The quick brown fox jumps over the lazy dog — Lato Hairline

The quick brown fox jumps over the lazy dog — Lato Hairline

The quick brown fox jumps over the lazy dog — Lato Hairline

4.4.3. Estabelecimento da entrelinha

O tamanho para corpo de texto deve ser definido antes da entrelinha. Segundo o professor e typedesigner Paulo Heitlinger (2006) “o corpo ideal para uma composição está relacionado ao público-alvo a que se destina.” Ainda segundo ele, o corpo de 10 pt para adultos alfabetizados com visão normal é o ideal.

De acordo com Furtado (2009), define-se como entrelinha mínima para uma boa leitura aquela que for equivalente ao tamanho da fonte do corpo de texto. Uma boa entrelinha terá um aumento de 20% sobre o tamanho do corpo da fonte.. Entrelinhas menores do que esse valor são usadas para blocos de texto pequenos e condensados, em suportes de leitura rápida. O tamanho da entrelinha escolhida, considerada o tamanho de corpo 10, foi de 13 pt, equivalente a 30% a mais do que o tamanho de corpo. Foram feitos teste de impressão com diferentes tamanhos de entrelinha, e a entrelinha de tamanho 13 pt proporcionou uma leitura mais confortável e com melhor respiro.

4.4.4. Determinação do módulo

Após definir o tamanho da entrelinha, foi definido o tamanho do módulo quadrado que será a base para estruturação do grid. Seu tamanho é definido pelo valor da entrelinha em milímetros. Considerando que o valor de 1 ponto equivale a 0,35275 mm, 13 pontos são iguais a 4,585 mm, sendo este também o valor do módulo quadrado.

4.4.5. Dimensionamento da forma da página e construção do grid

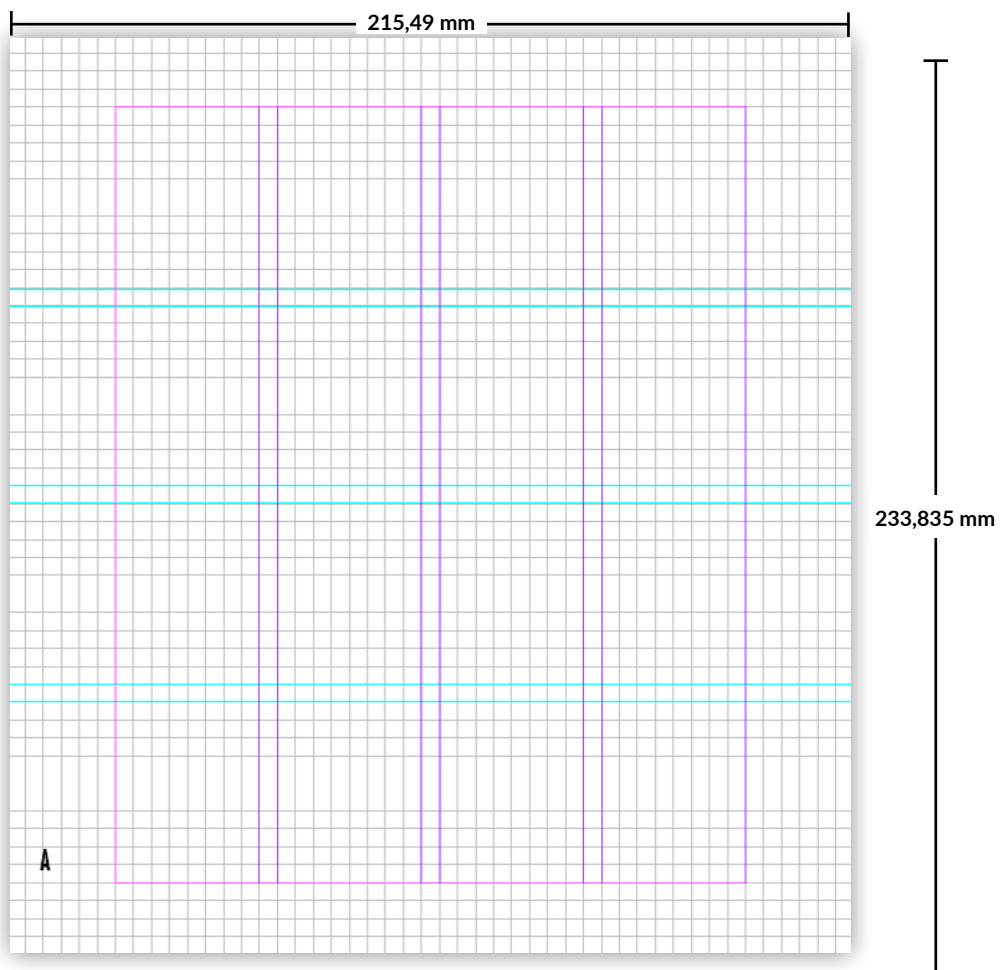
O formato da página pré estabelecido, considerando o aproveitamento de papel, era de 22 x 24 cm, Levando em consideração o tamanho da sangria o tamanho da página passou a ser de 21,5 x 23,5 cm. Contudo, após definir o tamanho do módulo para estruturação do grid, o tamanho da página deve ser ajustado para que encaixe uma quantidade exata de módulos na largura e na altura. Para isso, o tamanho original da página em milímetros é dividido pelo tamanho do módulo, que resulta num valor que deverá ser arredondado para que se chegue a um número inteiro de módulos. Em seguida, esse número é multiplicado pelo valor do módulo, resultando no tamanho ajustado da página. A figura 48 mostra o cálculo realizado para o ajuste e as dimensões finais definidas para a página. Já a figura 49 mostra o dimensionamento final já com a demonstração da aplicação do grid.

Figura 48: Cálculos para definição do formato final da página

LARGURA DA PÁGINA	ALTURA DA PÁGINA
$215 / 4,585 = 46,85 = 47$ módulos $47 \times 4,585 = 215,495$ mm	$235 / 4,585 = 51,254 = 51$ módulos $51 \times 4,585 = 233,835$ mm
DIMENSÕES FINAIS	
215,495 X 233,835 mm	

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 49: Dimensionamento da página e construção do grid.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

A determinação de uma escala modular tem o objetivo de harmonizar elementos como tamanhos tipográficos, margens e outros elementos gráficos dentro de um projeto gráfico-editorial. Para este projeto, foi utilizada uma escala que consiste em uma série de tamanhos comuns desenvolvida entre tipógrafos europeus do século 16 e que sofreu poucas modificações durante os passados quatrocentos anos (BRINGHURST, 2015). A série, medida em pontos, é mostrada a seguir na figura 50.

Figura 50: Representação da escala modular.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

4.4.6. Representação do diagrama

Esta é uma etapa importante no processo de estruturação gráfica do projeto, pois o diagrama é a estrutura na qual se baseia o layout de todas as páginas de uma publicação. Existem diversos formatos de diagrama, entre eles o retangular, colunar e o modular, por exemplo. Para este projeto, levando em consideração os conceitos definidos para a revista, o tipo de diagrama desconstruído baseado em um diagrama modular. O diagrama modular permite uma maior flexibilidade para trabalhar o conteúdo, que será majoritariamente visual, e desconstruí-lo fará com que o layout das páginas fique mais dinâmico, permitindo uma conexão diferenciada entre os elementos gráficos. Também foi definido um diagrama de uma coluna para aberturas de seção e colunas.

Tanto para o diagrama modular quanto para o colunar a largura dos módulos e da coluna foi definida de acordo com o estudo de Bringhurst (2015) sobre a determinação da largura das colunas, definida através da média satisfatória de caracteres por linha. Esse valor foi definido medindo a largura do alfabeto digitado em caixa baixa na tipografia escolhida para corpo de texto. Após encontrar a medida, foi analisada a tabela de Bringhurst, representada na figura 51, para encontrar as medidas mínimas e máximas das colunas.

Figura 51: Tabela de Média de Caracteres por Linha.

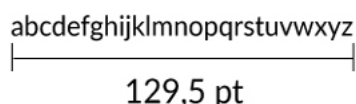
MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA																	
LARGURA DA COLUNA (paicas)	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	
COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa-baixa (pontos)	80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160
	85	38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151
	90	36	43	50	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	

linha satisfatória
linha ideal

Fonte: Brighthouse (2015)

Figura 52: Tamanho do alfabeto e tamanho ideal de coluna.

Lato Regular - corpo 10 pt



MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA																
LARGURA DA COLUNA (paicas)	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40
80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160
85	38	45	53	60	68	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

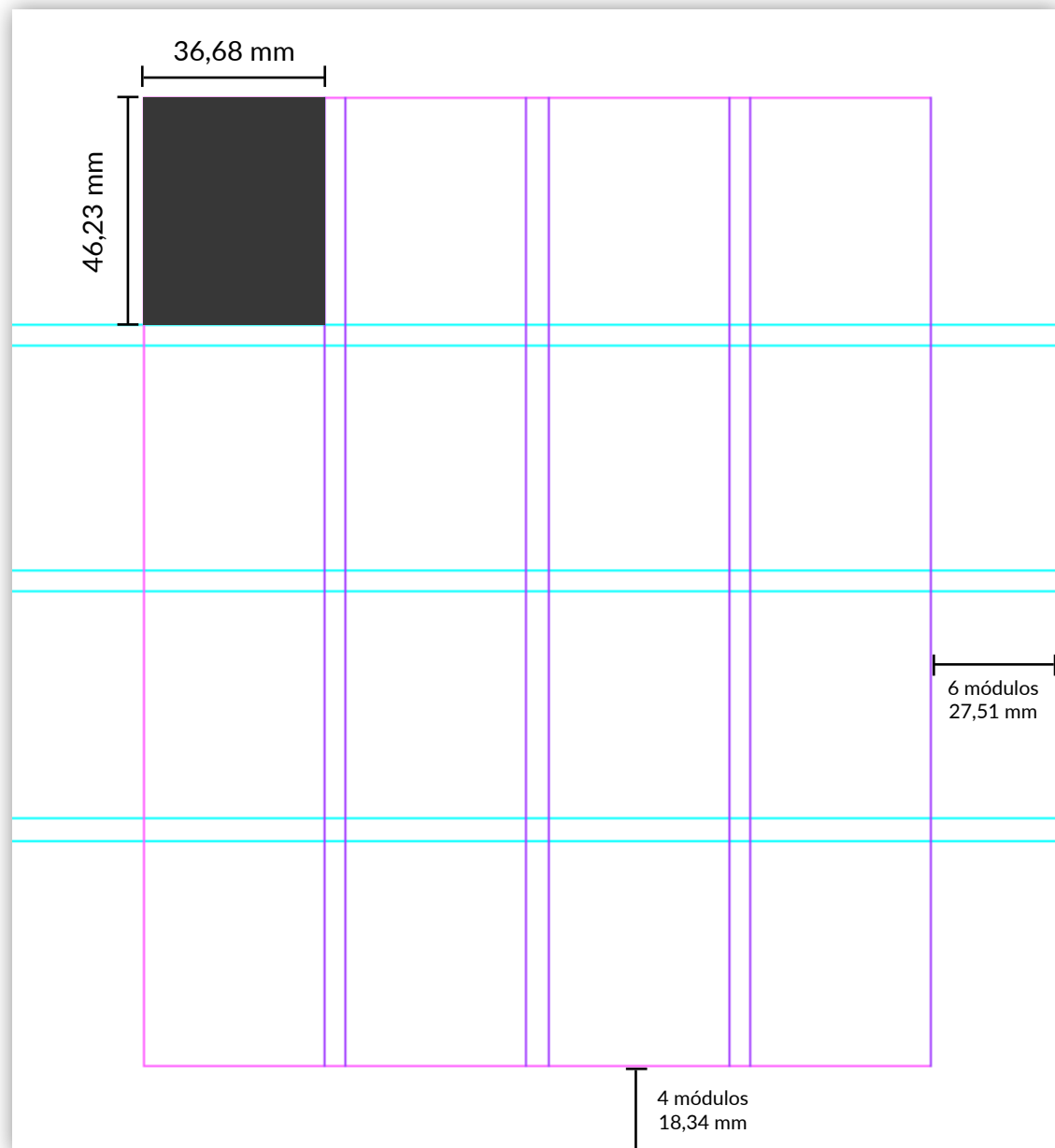
Fonte: Desenvolvido pela autora.

O tamanho do alfabeto da tipografia lato corpo de 10pt é de 129,5 pontos, conforme a figura 52 mostra. De acordo com a tabela de Brinhurst (2015), o tamanho ideal de coluna seria de 24 até 26 paicas, sendo que o valor de 1 paica equivale a 4,233 mm. No diagrama modular, para que fosse possível encaixar duas colunas dentro do espaço reservado para a mancha na página o tamanho das colunas não pode ser o ideal, e sim, entre 16 e 20 paicas, que ainda se encaixava dentro do tamanho considerado satisfatório.

O diagrama será dividido em 16 módulos, sendo 4 linhas e 4 colunas. Cada módulo terá largura de 36,68 mm e 46,23 mm de altura, para que se encaixem na grade, e serão separados por uma medianiz de valor correspondente a um módulo (4,585 mm), tanto horizontal quanto verticalmente. A largura de dois módulos juntos corresponde a 77,945 mm, valor que está dentro do tamanho satisfatório de coluna, e desta forma o corpo de texto poderá ser composto para gerar linhas com uma média de 50 caracteres.

As margens para a página foram definidas de modo que os módulos do diagrama ficassem do mesmo tamanho, portanto, não foi possível seguir uma escala. As margens internas e externas ficaram com 27,51 mm e as superiores e inferiores com 18,34 mm. A representação do diagrama é vista na figura 53.

Figura 53: Representação do diagrama modular.

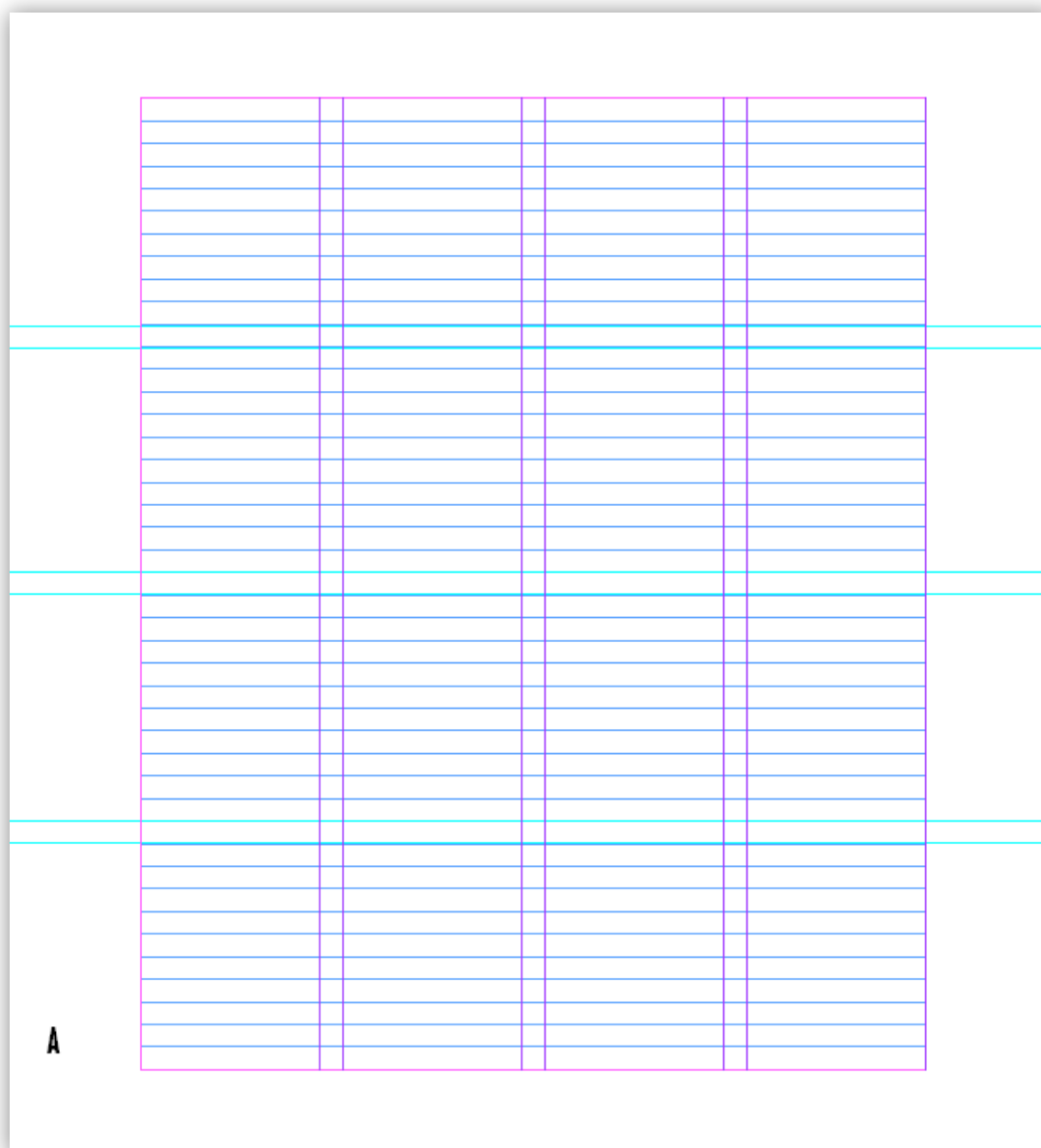


Fonte: desenvolvido pela autora.

4.4.7. Configuração e ativação da linha de base

A linha de base corresponde ao tamanho do módulo definido pelo valor da entrelinha. É ela que funciona como sustentação para a tipografia de texto e sua ativação é feita dentro do software de editoração, no caso deste projeto o software utilizado foi o Adobe InDesign, seguindo as definições do grid. A ativação da linha de base está representada na figura 54.

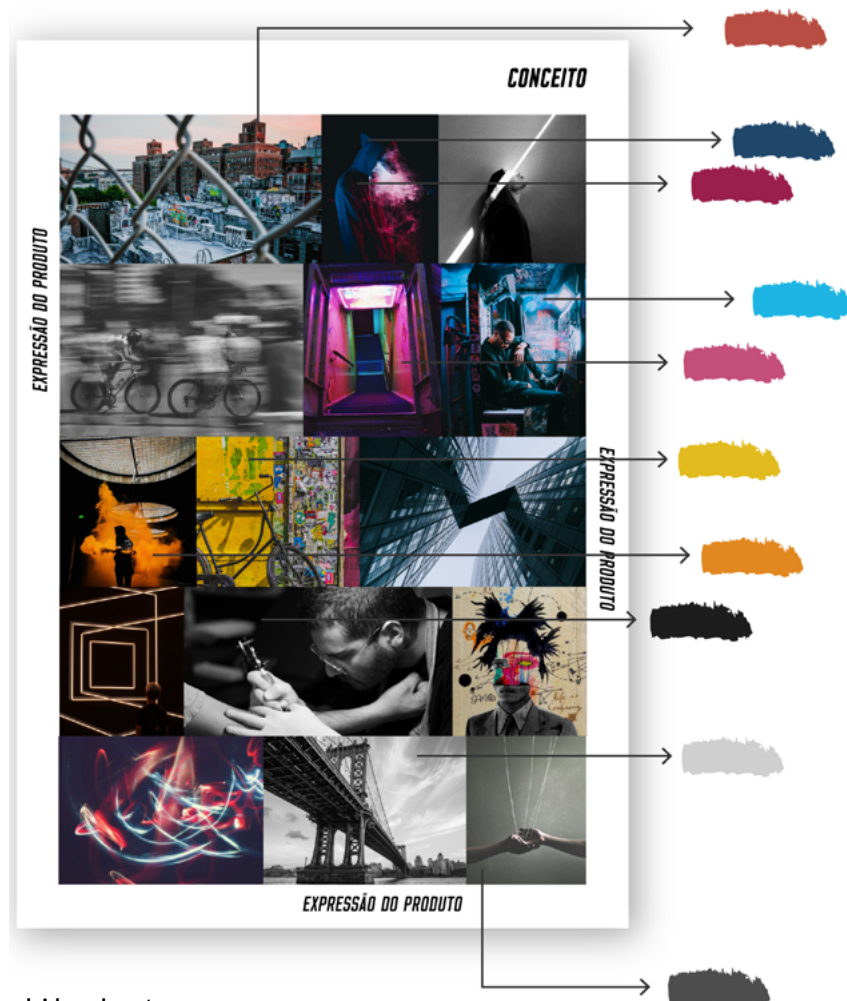
Figura 54: Ativação da linha de base.



4.5. PROPOSTA CROMÁTICA

A proposta cromática para a revista foi baseada no painel de expressão do produto, o painel de conceito, como mostra a figura 55. A cor predominante, não só no painel, mas no que se refere ao mundo da tatuagem, é o preto. Portanto, essa foi a cor escolhida como principal para a proposta cromática da revista. Junto com ela, foram selecionados dois tons de cinza, um mais claro e um mais escuro, também retirados do painel de expressão, para complementar o uso do preto. Como cores secundárias, que serão utilizadas apenas em títulos, grafismos e alguns detalhes, foram escolhidos 7 tons mais vivos, 5 cores quentes e 2 frias. Essas cores foram retiradas, novamente, do painel de expressão do produto, e estão atreladas, principalmente, ao conceito Underground. Os tons foram trabalhados em grupos de claros e escuros, para que houvesse uma alternativa para fundos escuros, como preto, e para fundos mais claros, como o tom de cinza mais claro ou o branco. A figura 56 mostra a proposta de cores principais, secundárias, e as combinações entre elas, assim como as porcentagem de CMYK de cada uma.

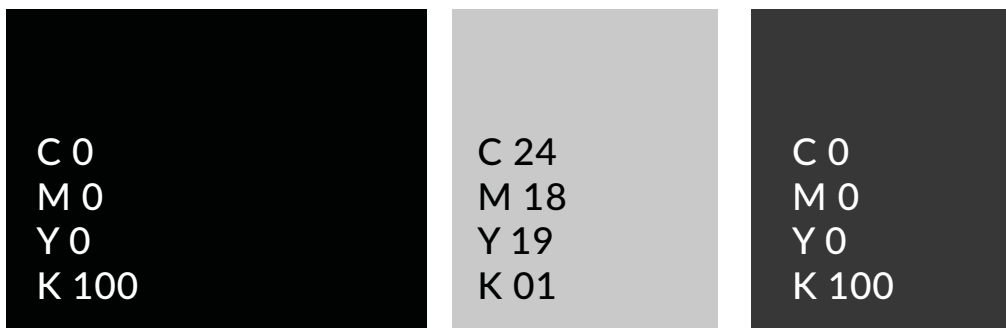
Figura 55: Seleção de cores através do painel de expressão do produto.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 56: Proposta cromática.

CORES PRINCIPAIS



CORES SECUNDÁRIAS



PROPOSTAS DE COMBINAÇÕES



4.6. ELEMENTOS GRÁFICOS-EDITORIAIS TEXTUAIS E NÃO TEXTUAIS

Os elementos gráficos-editoriais textuais devem seguir um padrão visual ao todo de toda a publicação, pois assim mantém uma identidade bem definida, e são harmonizados de acordo com uma escala modular, a qual foi previamente demonstrada neste relatório. Os principais elementos não textuais são: corpo de texto, linha de apoio, entretítulos, títulos, olho de matéria, legendas e créditos, e por fim, fólios.

Foram escolhidas três tipografias para este projeto gráfico, Lato para corpo de texto (definida através da matriz de apoio a seleção, demonstrada em um capítulo anterior deste relatório), e duas tipografias display, a Clarke, já utilizada na identidade visual do estúdio Café Preto Tattoo e nos seus materiais de mídia, e a DK Knucklebones, escolhida para representar o conceito underground, por ter um estilo parecido com pinceladas, letras escritas manualmente e de maneira grosseira. Contudo, a tipografia display principal escolhida para o projeto foi a Clarke, para que a identidade do estúdio ficasse bem evidente e padronizada ao decorrer de toda a revista, e a DK Knucklebones foi utilizada apenas para destaques em títulos, como nomes específicos, inserindo certo dinamismo na página. As tipografias escolhidas estão representadas em seus tamanhos reais, em pontos, na figura 57.

Figura 57: Principais tipografias em tamanho real, medidas em pontos.

TÍTULO 1 - 60 pt
TÍTULO 2 - 60 PT

Linha de apoio - 21 pt

Fólio e cabeça - 21 pt

Olho de matéria - 18 pt

Entretítulos - 16 pt

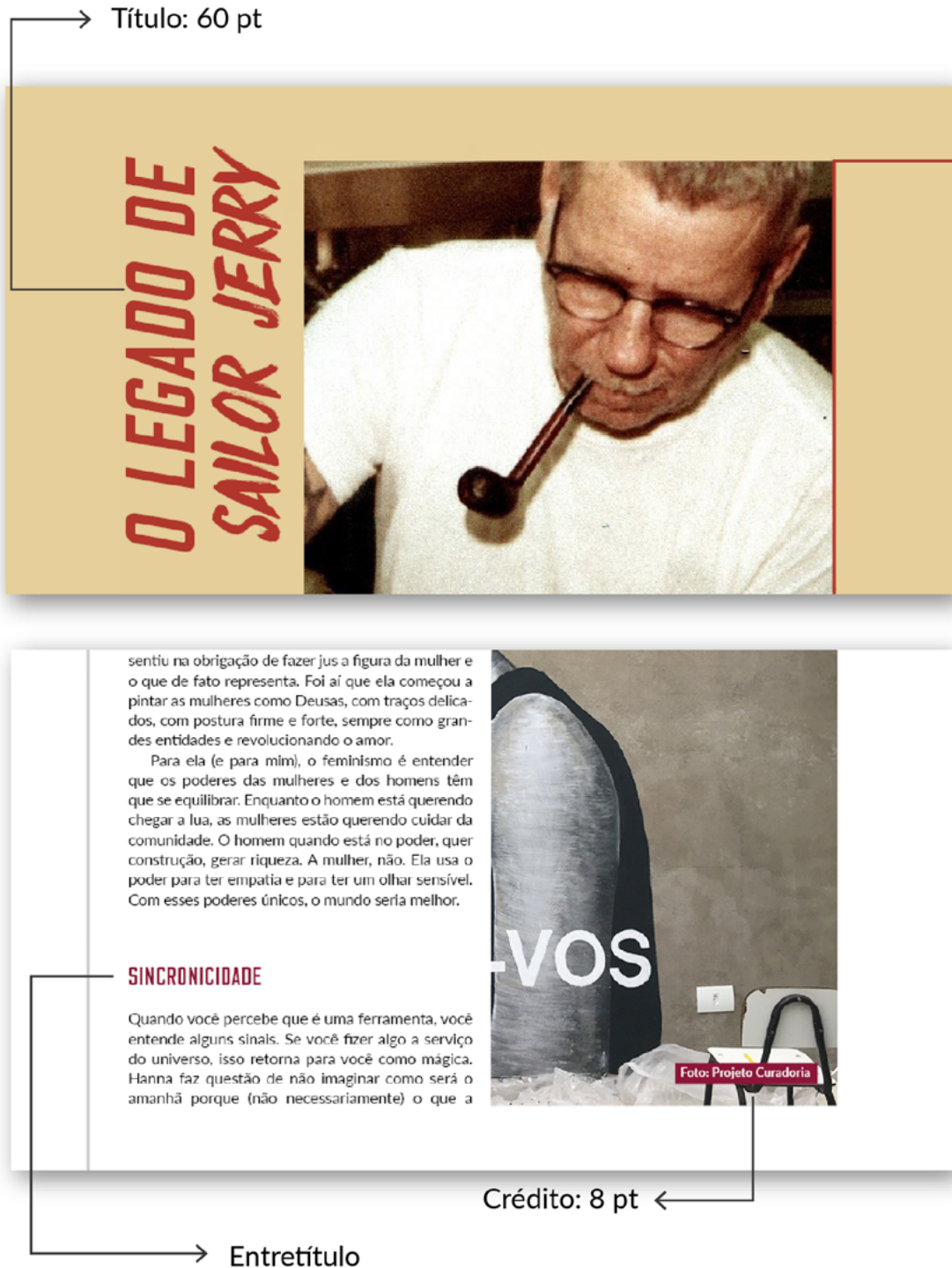
Corpo de texto - 10 pt

Créditos e legendas - 8 pt

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 58: Exemplos de títulos, entretítulo e crédito.

→ Título: 60 pt



O LEGADO DE SAILOR JERRY

sentiu na obrigação de fazer jus a figura da mulher e o que de fato representa. Foi aí que ela começou a pintar as mulheres como Deusas, com traços delicados, com postura firme e forte, sempre como grandes entidades e revolucionando o amor.

Para ela (e para mim), o feminismo é entender que os poderes das mulheres e dos homens têm que se equilibrar. Enquanto o homem está querendo chegar a lua, as mulheres estão querendo cuidar da comunidade. O homem quando está no poder, quer construção, gerar riqueza. A mulher, não. Ela usa o poder para ter empatia e para ter um olhar sensível. Com esses poderes únicos, o mundo seria melhor.

SINCRONICIDADE

Quando você percebe que é uma ferramenta, você entende alguns sinais. Se você fizer algo a serviço do universo, isso retorna para você como mágica. Hanna faz questão de não imaginar como será o amanhã porque (não necessariamente) o que a

AVOS

Foto: Projeto Curadoria

Crédito: 8 pt ←

→ Entretítulo

Figura 59: Exemplos de corpo de texto, olho de matéria, linha de apoio, vinheta e fólio.

→ Corpo de texto: 10 pt

→ Olho de matéria: 18 pt

Para as mulheres da tribo filipina Kalinga, tatuagens são símbolos de força e beleza, além de encaixarem a paisagem em si mesmas – alguns homens só podem ser felizes após atingir certa idade. Aos 100 anos de idade, Whang Od é a última mantenedora da tribo, ou seja, responsável por fazer as tatuagens.

Whang Od fez fama no país. “A lendária mestre da tatuagem” é como alguns se referem a ela, última tatuadora Kalinga. Ela cobriu o corpo por todo o corpo, em tinta azul e preta. Segundo a tradição da tribo, é a mantenedora quem escolhe o desenho a ser feito, e não quem vai ser tatuado.

Homens de todo o mundo se aventuram pelas florestas filipinas para encontrar Whang, que diz que hoje lhe dá muito para viver. “Quero chegar à pensão por via ganha a herança em casa da própria tatuadora, que usa um pequeno pedaço de bambu com tinta na ponta da agulha para fazer os desenhos.

Ela conta que suas primeiras tatuagens foram uma escada e uma cobra preta. “Eles não significam nada, são apenas enfeites”, diz. “Mas dos meus amigos tinham tatuagens, e eu acho que preciso ter também para ser parte do grupo”, segue Whang.

No começo, as tatuagens eram feitas à base de traçar: ela esmiçava animais ou objetos em trilha do trabalho. Mas lá fez alguns anos que o desenho passou a ser utilizado na tribo, e agora é a renda dos tatuados que garante que Whang continue sempre ativa.

SOCIEDADE ALTERNATIVA
4

“PARA MIM, A VIDA É VIVER. QUERO VIVER POR MAIS 100 ANOS. E NUNCA PARAR DE TATUAR”

→ Linha de apoio: 21 pt

→ Vinheta: 16 pt

→ Fólio: 21 pt

WHANG-OD

A mulher de 100 anos que virou lenda por dedicar toda a vida à tatuagem tradicional de sua tribo.

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 60: Exemplos de legenda.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

As figuras 58, 59 e 60 demonstram a aplicação dos elementos gráficos textuais em algumas páginas da revista, como aplicação das tipografias e da escala modular em títulos, entretítulos, linhas de apoio, vinhetas, fólio, olho de matéria, corpo de texto, legendas e créditos, elementos que já foram citados e exemplificados anteriormente.

Já os principais elementos gráficos-editoriais não textuais utilizados na revista foram os fios e os boxes-fios. Um elemento muito importante, neste caso, foi o fio conector que ligam as páginas de uma matéria, ou elementos dentro das páginas, escolhidos para representar o conceito Conectado. É possível ver a aplicação desses elementos na figura 61, a seguir.

Figura 61: Exemplos de elementos-gráficos não textuais.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

4.7. IMAGENS

Levando em consideração o público alvo do estúdio, sabendo que são pessoas entre 18 e 30 anos que são atingidas diariamente por uma grande quantidade de informação, surgiu a necessidade de fazer com que o conteúdo da revista fosse mais visual do que textual. Por esse motivo, as imagens escolhidas para esse projeto tiveram papel fundamental na construção do layout das páginas. Sabendo que as imagens chamariam muito mais atenção e que seriam mais responsáveis por prender a atenção do leitor do que o conteúdo de informação textual propriamente dito, as imagens deveriam possuir grandes dimensões e possuir uma qualidade alta, com uma média de 300 dpi de resolução.

Aqui cabe também citar que todas as imagens utilizadas na matéria principal da revista, a matéria sobre a websérie produzida pelo estúdio Café Preto Tattoo chamada “Café Preto pra Viagem”, foram inseridas em preto e branco, sem nenhuma adição de cor, para manter a identidade do estúdio e da websérie, considerando o conceito Underground do estúdio e da revista. A figura 62, a seguir, demonstra algumas das imagens utilizadas no projeto gráfico da revista Cafeína.

Figura 62: Exemplos de imagens da revista.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

4.8. ELEMENTO COLECIONÁVEL

Pensando no objetivo de dinamizar a revista, surgiu a ideia em conversas com os tatuadores do Café Preto, de trazer um elemento surpresa de caráter colecionável para a revista. A ideia é disponibilizar, na parte mais central da revista, um print em tamanho A3 de alguma arte produzida por um dos tatuadores do estúdio, tanto do Rio de Janeiro quanto de Florianópolis, assinado pelo artista. Esse elementos surpresa não só presenteará os leitores, mas também ajudará a divulgar os trabalhos dos artistas e será um motivo para que as pessoas busquem as próximas edições da revista para receberem o próximo print, aumentando, conseqüentemente, o interesse do público pelo material e pelo conteúdo. A seguir, um exemplo de arte feita pelo artista Tudix, tatuador do Café Preto, que será utilizado como elemento colecionável.

Figura 63: Exemplo de print disponibilizado como item colecionável.



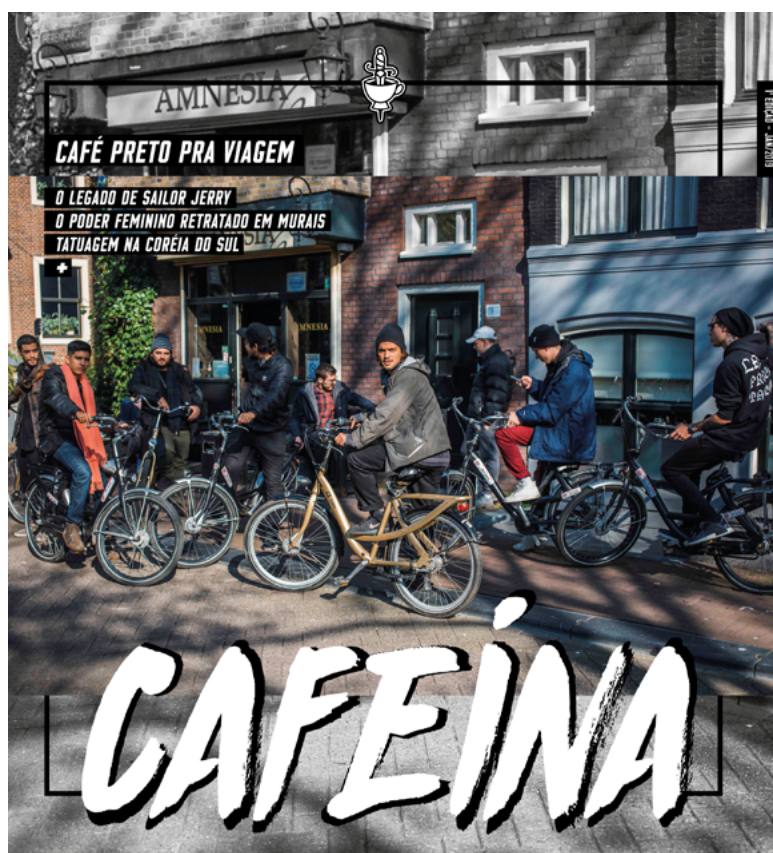
Fonte: cargocollective.com/bruno-brasil

4.9. CAPA E LOGOTIPO

Na capa da revista Cafeína, demonstrada na figura 64, está uma das imagens da matéria principal, Café Preto pra Viagem, tirada pelo fotógrafo Guido Argel, que esteve presente nos 40 dias da viagem pela Europa junto com os artistas. A ideia foi brincar com o dinamismo e com a conexão entre os elementos. Primeiro, uma imagem sobrepõe a outra, sendo que ambas são a mesma, contudo, a debaixo está em preto e branco e a de cima colorida. Embaixo da imagem colorida de cima passa um fio preto que conecta as duas extremidades da marca, remetendo as linhas conectoras inseridas ao decorrer de todo o miolo da revista.

Diferentemente do que normalmente é encontrado nas revistas, o logotipo foi inserido na parte inferior da capa, em um tamanho bem grande, para prender a atenção e causar impacto visual, justamente para trazer um toque diferente e menos tradicional. Na parte de cima, o símbolo central da marca do estúdio Café Preto Tattoo, já como uma pequena prévia de que a revista é vinculada ao estúdio. Foram inseridas algumas chamadas, incluindo a da matéria principal da revista. Por mais que se trate de uma revista customizada que não precisa sobressair entre outras em uma banca para ser comprada, a pessoa que receber a publicação precisa sentir interesse em ler. Ano e edição foram inseridos a direita.

Figura 64: Capa da revista Cafeína.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

O logotipo foi construído com base na tipografia DK Knucklebones desenvolvida por David Kerckhoff, utilizada como display na revista. Trata-se de uma tipografia manuscrita, num estilo de traços de pinceladas, remetendo as letras desenhadas a mão em cartazes, buscando um aspecto mais underground, e está representado na figura 65 e 66. O logotipo é predominantemente branco com um contorno preto, para que se destacasse na imagem mais clara da capa. As cores podem ser invertidas no caso de a imagem da capa ser escuro, priorizando o bom contraste.

Figura 65: Logotipo revista Cafeína.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 66: Exemplo do logotipo em fundo escuro.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

5. FASE EXECUTIVA

Esta etapa é voltada para a produção efetiva do projeto gráfico. Foram especificadas características físicas da revista, como aspectos do miolo (quantidade e medida das páginas, tipo de papel utilizado), formato e aspectos da capa e fechamento de arquivo. Também foram exemplificados, neste relatório, alguns spreads para demonstrar a diagramação da revista.

5.1. DIAGRAMAÇÃO

A etapa da diagramação representa como foi colocado em prática todos os estudos prévios realizados nas etapas anteriores deste projeto, e como os requisitos e estratégias de design foram utilizados para melhor representar o conceito da revista e a mensagem que o produto pretende passar para a público.

Neste projeto foi trabalhado o diagrama modular, pois possibilitava uma maior flexibilidade para uso de imagens e conjunto com pequenas quantidades de texto. A seguir, nas figuras 67, 68, 69, 70 e 71, serão mostrados alguns dos principais spreads da revista para representar o uso do diagrama e como foram trabalhadas as páginas com mais imagens, páginas com uma quantidade maior de texto e sumário, por exemplo.

Figura 67: Sumário.



Figura 68: Exemplo de spread de abertura.



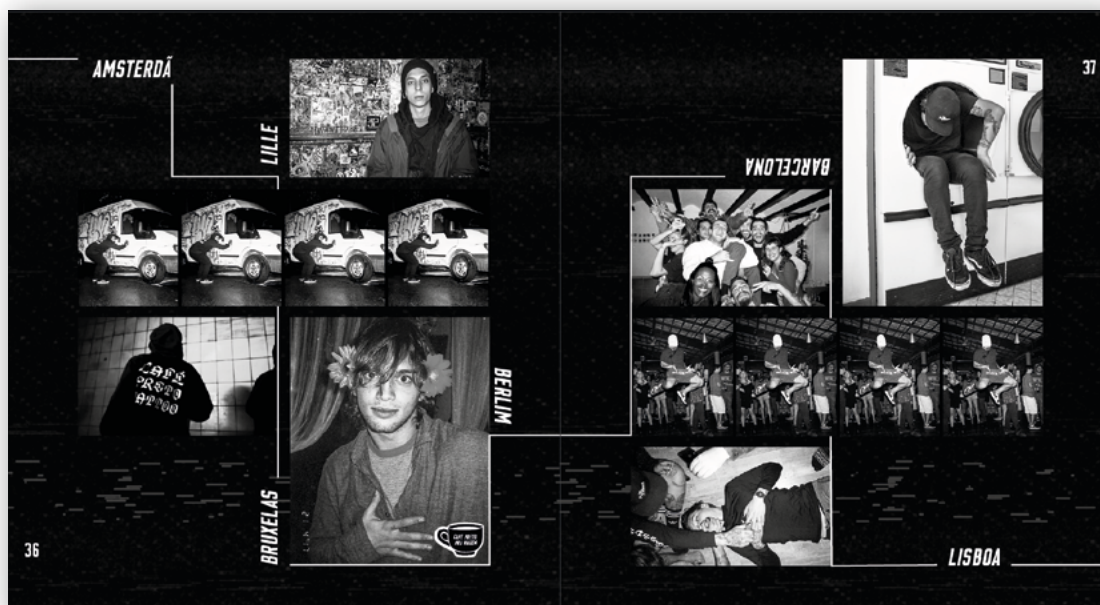
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 69: Exemplo de páginas com mais texto.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 70: Exemplo de spread de imagens.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 71: Exemplo de página de abertura com texto.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

5.2. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Miolo

A revista contém 60 páginas, com 215,495 mm de largura e 233,835 mm de altura, no formato fechado, contando com um espaço reservado para sagra de 5 mm. A revista será impressa em papel offset, no sistema offset de impressão em quadricromia (4x4 cores), com exceção da matéria principal da revista que será impressa em monocromia de preto (100% k). A previsão de tiragem inicial são de 3.000 exemplares.

Foi escolhido o papel offset por não possuir coloração, portanto, a leitura e a impressão das imagens não será comprometida, e também por ser um papel comum, portanto, não muito caro. A gramatura será de 120 g/m², pois gramatura muito grossas para miolos tendem a forçar o fechamento da revista, dificultando o manuseio da revista. Contudo, gramaturas muito finas podem fazer com que a tinta de um lado da página transpareça do outro lado, prejudicando a leitura conforme a luz incidente no material.

Capa

A capa será impressa em papel couché fosco de gramatura 250 g/m², para garantir um aspecto mais sofisticado a revista e para preservar por mais tempo as páginas mais finas do miolo da revista. A encadernação será grampeada, estilo grampo a cavalo, por ser um tipo mais comum de encadernação e mais acessível. Facilitará também a separação do print colecionável, que ficará grampeado no meio da revista.

Assim como a maior parte do miolo, a impressão da capa será feita em quadricromia, também impressa no sistema offset.

Fechamento de arquivo

Ao fechar um arquivo para impressão, deve-se deixar um espaço de sobra para garantir que imagens, cores ou grafismos que ultrapassam os limites da página não sejam cortados demais ou para que não sobrem bordas brancas indesejadas, chamado de sangria, cujo tamanho recomendado é de 3 a 5 mm. Para este projeto foi deixada uma sangria de 5 milímetros. Além disso, deve ser certificado de que todas as imagens foram inseridas no modo de cor CMYK, e que as partes que forem impressas em preto e branco devem estar com as imagens em tons de cinza e o preto não deve ser calçado (quando se insere uma porcentagem das outras cores para que o preto fique mais itenso).

O arquivo a ser mandado para impressão na gráfica deve ser salvo em formato PDF X-4, recomendado pela Adobe por conservar a qualidade das imagens, permitir transparências e por incorporar as fontes utilizadas no projeto, mesmo tendo um alto nível de compactação.

5.3. MOCKUP DA REVISTA

A figura 72 mostra o projeto gráfico-editorial da revista Cafeína aplicado a um mockup.

Figura 72: mockup da capa e do miolo da revista.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

6. CONCLUSÕES

A proposta deste projeto de produzir uma revista customizada para um estúdio de tatuagem, foi de início, desafiadora. Não foram encontradas revistas customizadas do mesmo ramo para análise, e as revistas segmentadas de tatuagem mais conhecidas não foram encontradas fisicamente para que pudessem ser foleadas. As pesquisas sobre público-alvo e concorrentes, e sobre o próprio estúdio Café Preto Tattoo, no qual este trabalho foi baseado, foram essenciais para realização das outras etapas da metodologia.

A metodologia de Bruce Archer permitiu uma melhor organização das etapas do projeto, assim como seu planejamento. O método sugerido por Castro e Perssai (2018) de estruturação do projeto gráfico, inserida na etapa criativa da metodologia de Archer, permitiu a criação de uma estrutura funcional e harmônica para o projeto, a partir do desenvolvimento de uma base sólida e lógica, que facilitou a aplicação posterior dos elementos gráficos-editoriais responsáveis por representar os conceitos definidos para a revista, assim como trouxeram uma unificação para o projeto como um todo.

Acredita-se que os objetivos propostos para este projeto foram alcançados. A análise do público alvo e também as pesquisas relacionadas ao estúdio renderam material suficiente para que fossem estabelecidos requisitos e estratégias de design que foram responsáveis por manter a unidade visual da revista, assim como a linguagem do estúdio, e também a coerência com os conceitos definidos para o projeto.

Por fim, fazer este projeto gráfico-editorial foi uma grande experiência, não só como crescimento acadêmico, mas também como desenvolvimento pessoal e profissional. Além de poder trabalhar e dar mais ênfase em uma área de grande interesse, o design gráfico-editorial, este projeto também possibilitou por em prática muito do que foi aprendido durante a graduação, percebendo ainda mais como o Design pode ser utilizado como ferramenta de melhoria e agregação de valor a um produto ou a uma causa. Futuramente, este projeto podera ser efetivamente abraçado pelo estúdio, podendo ser útil como estratégia de crescimento para o empreendimento dentro do seu mercado.

7. APÊNDICE

REFERÊNCIAS DAS IMAGENS UTILIZADAS NO PROJETO

1. Matéria “Whang-od”

Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2017/04/a-mulher-de-100-anos-que-de-dicou-a-vida-as-tatuagens-tribais-filipinas/>>; <<http://wethepvblic.com/another-side-to-apo-whang-ods-manila-fame-story/#.W9TTGGhKhPY>>

2. Matéria “O Legado de Sailor Jerry”

Disponível em: <<http://www.portaltattoo.com/noticias/VerNoticia.aspx?c=207>>; <<https://www.easytatt.com.au/products/forget-me-not-sailor-jerry>>;

3. Matéria “O Poder Feminino Estampado em Murais”

Disponível em: <<https://projetocuradoria.com/hanna-lucatelli/>>.

4. Matéria “Kaffeform”

Disponível em: <<https://followthecolours.com.br/quero/kaffeform-xicaras-de-cafe/>>.

5. Matéria “Café Preto pra Viagem”

Fotografias: Guido Argel

6. Matéria “Vida de Tatuador na Coreia do Sul”

Disponível em: <<https://www.vice.com/pt/article/8qaq9b/coreia-do-sul-tatuagem-crime-prisao-vice-news>>

7. Matéria “Idade para Tatuar: Nunca Velho Demais”

Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2018/09/idosos-provam-que-voce-nao-precisa-se-preocupar-com-as-tattoos-quando-envelhecer/>>

8. Matéria “5 Cafeterias Extraordinárias”

Disponível em: <<https://gq.globo.com/Prazeres/Gastronomia/noticia/2016/01/top-5-cafeterias-ao-redor-do-mundo-que-elevam-experiencia-de-beber-cafe.html>>

Outras Imagens:

Banco de imagens disponibilizado pelo estúdio Café Preto Tattoo

8. REFERÊNCIAS

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Grids**. 1ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. 1ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- BARBOSA, Ana Carolina. **Revistas Customizadas: Jornalismo e Imagem de Marca**. Disponível em: <<http://www.aberje.siteprofissional.com/monografias/revistas%20customizadas.pdf>> Acesso em: Maio de 2018.
- BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2ª ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico: versão 4.0**. 3 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2015.
- CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Design editorial: Jornais e revistas / mídia impressa e digital**. 1ed. São Paulo: Gustavo Gilli, 2014.
- CARRAMILLO NETO, Mário. **Produção Gráfica 2**. São Paulo: Global, 1997.
- 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.
- CASTRO, Luciano de; PERASSI, Richard. **Estruturação de projetos gráficos: A tipografia como base do planejamento**. Curitiba: Appris, 2018.
- COLES, Stephen. **The Anatomy of Type: A Graphic Guide to 100 Typefaces**. Nova Iorque: Harper Design, 2012.
- FUENTES, Rodolfo. **A Prática do Design Gráfico: Uma metodologia criativa**. São Paulo: Edições Rosari, 2006.
- FURTADO, André. **Projeto Visual III – Projeto Editorial – Conceitos básicos de tipografia orientados para projeto editorial**. UFRGS – Apostila complementar – Tipografia, p.3, 2009.
- LESLIE, Jeremy. **Novo Design de Revistas**. São Paulo: Gustavo Gili, 2009.
- SILVA, Fabio Luiz Carneiro Mourilhe & FARIAS, Priscila Lena. 2005 **'Um panorama das classificações tipográficas'**. Estudos em Design, v. 11, n. 2, p. 67-81.
- HEITLINGER, Paulo. **Tipografia: origens, formas e uso das letras**. Lisboa: Dinalivro, 2006.
-