

O DESIGN COMO ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO PROJETO DE UMA REVISTA E SUA TRANSPOSIÇÃO PARA O SUPORTE BLOG¹

Mateus Kwiatkowski Porto², André Gagliardi³.

¹ Trabalho de Conclusão de Curso em Design, Habilitação Gráfico, pela UNIJUI.

² Graduado em Design Gráfico pela UNIJUI. Especialista em Administração e Marketing pela UNINTER. Pós Graduando em Finanças e Mercado de Capitais e Mestrando em Desenvolvimento pela UNIJUI.

³ Graduado em Comunicação Social e Especialista em Comunicação e Economia Política, pela PUCRS. Mestre em Educação nas Ciências: comunicação social, pela UNIJUI. Professor da disciplina de Semiótica, no Curso de Comunicação Social – DACEC/UNIJUI.

Introdução

Atualmente, torna-se imprescindível o acesso à informação, seja ela transmitida via sistema on-line e/ou off-line, o qual dispõe de conteúdo atualizado e diversificado sobre o Brasil e o Mundo. Torna-se importante para a comunicação os estudos epistemológicos dela para o meio digital, sendo esse de constante crescimento, de forma que quem for o pioneiro a desbravar esse caminho, terá o privilégio de ter credibilidade com o público ao qual se destina esse conteúdo.

A finalidade desse estudo é a respeito de, como o design gráfico e a comunicação social estão unidas, através dos elementos comunicacionais que transmitem informações para o receptor. As revistas são um exemplo, sendo escolhido para desenvolver o projeto da mesma no formato digital. O objetivo desse trabalho é mostrar como o design pode ser fonte de comunicação visual, utilizando-se signos no formato on-line, objetiva-se pesquisar e explorar a forma adequada de diagramar e editar uma revista digital que se comunique com o leitor.

Esse estudo monográfico dividiu-se em três capítulos, quais sejam: O design como estrutura de comunicação; As famílias tipográficas: o design, a forma e o público com que estas se comunicam de forma visual e técnica; e Projeto gráfico da revista on-line Não Morda a Maçã. A função do design destaca-se pela maneira de trabalhar com conceitos de usabilidade, legibilidade, uso da forma e cor, para atender o mais exigente público desse conteúdo.

Como designer entendo que este trabalho contribuí para a área de comunicação e tecnologia, pois já existe no mercado aparelhos digitais como Ultrabooks, Tablet's, Kindle's e Smartphones, iPod's, que tem feito sucesso com o público infantil/jovem que o utilizam como ferramenta para leitura.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXII Seminário de Iniciação Científica

Tornando-se assim indispensável estar preparado para adequar a comunicação para esses tipos de hardwares e softwares, proporcionando assim uma leitura agradável para o leitor.

Metodologia

A metodologia utilizada nesse estudo acadêmico seguiu conforme Fuentes. Sendo dividida em três itens: Concepção (Identificação, Análise e Pesquisa); Concretização; Controle, avaliação e crítica.

Resultados e discussão

O Design como estrutura de comunicação

O ato de comunicar está presente continuamente em nossas vidas. Define-se comunicação como sendo a transmissão de uma mensagem, que pode ser escrita, falada, gesticulada ou através de signos visuais. O processo de comunicação é muito fácil de compreender, pois é retratado da seguinte forma: emissor - mensagem - receptor. O grande segredo está na maneira em que irá transmitir essa mensagem, que formas, cores e conceitos utilizar-se-á para a mesma.

Os usuários (receptores) estão cada vez mais exigentes, tanto que não admitem falhas no processo comunicativo. Com isso o papel do designer torna-se importante, pois precisa escolher a forma mais adequada visualmente no processo de emissão da mensagem. Fazendo-se necessário vir ao encontro do cerne do leitor, o qual precisa ter estimulado os desejos mais íntimos através dos signos visuais, despertando as memórias e lembranças desse indivíduo. Com isso propõe-se um trabalho minucioso da escolha da família tipográfica, espaçamento, formato, cores e imagens, para com isso obter o resultado esperado.

Sendo assim, percebeu-se no decorrer do tempo que os eventos sociais que ficaram marcados no mundo, utilizaram-se da comunicação, a qual foi feita através de sínteses gráficas, as quais representavam um conteúdo geral, que se destinavam a todas as pessoas e nesse mesmo aquele que se destinava a um grupo específico que entendera a mensagem “subliminar” que continha no mesmo.

No meio acadêmico, alguns estudiosos apontam o surgimento do design por volta do século XVII e XIX, na Revolução Industrial. Ao longo da história escolas e movimentos, fizeram parte do design, o qual se inicia pelo Movimento Artes e Ofícios, vindo a passar pelo Art Nouveau, Escola de Glasgow, esta que possuía sua própria revista que divulgava as obras dos artistas locais e internacionais. A Bauhaus fundada na Alemanha em 1919, por Walter Gropius, que tinha por

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXII Seminário de Iniciação Científica

objetivo treinar artistas para o trabalho ligado à indústria, a qual se destacou pelo seu método de ensino, que é imitado ao redor do mundo.

O movimento estilístico chamado Art Déco também influenciara o design, assim como VKHUTEMAS, conhecida por escola de belas Artes. A Hochschule Für Gestaltung é uma referencia tratando-se de escola, ficou conhecida por Escola de Ulm. Teve o papel de estudar a psicologia no âmbito da forma, preocupada em desenvolver o alicerce da metodologia no design, a qual é muito utilizada por professores de comunicação, design e artes.

A 2ª Guerra Mundial impactou não só ao mundo econômico, físico e estrutural, mas ao design também. Influenciara na maneira de conceber e criar novos produtos, pois esses precisavam ser fortes, atraentes com baixo custo e com um excelente acabamento. Nessa época criou-se o conselho de design que administrava o uso e recursos de materiais. No que se refere a design gráfico e mercado publicitário, a guerra ajudou a destacar peças gráficas, como cartazes e anúncios, nos quais se encorajava mulheres a trabalhar nas fábricas e a ingressar nas forças armadas.

Ao analisar a história percebeu-se que os avanços tecnológicos vieram a intervir nas práticas, conceitos e forma de como se comportava o design e a preferência do consumidor, esse cada vez mais exigente.

Torna-se impossível falar sobre os computadores, sem mencionar a pessoa de Steve Jobs, pois foi ele quem foi o criador/adaptador do computador pessoal, e através desse proporcionou mudanças no que se entendia por artes gráficas. A Apple com Steve Jobs no comando, sempre procurou inovar no quesito comunicação e produtos. Em 2001 entendeu-se que não era mais um design bonito, não era a usabilidade que seriam seus diferenciais, precisava-se atingir a mente e o coração dos seus clientes, mas de que forma isso iria ocorrer, essa era a pergunta, e a resposta seria o gadget chamado iPod, que armazenaria 1.000 músicas em um único lugar, em um único aparelho e por causa dele, mudou-se todo um conceito um estilo de pensar sobre eletroportáteis, sendo o precursor do que entendemos hoje por smartphones e tablet's.

A World Wide Web (internet), contribuiu para com o design, indiretamente, pois ela mudou o hábito e perfil dos consumidores, esses que já eram exigentes tornaram-se ainda mais. Esses que agora podem compartilhar através das mídias sociais todo o conteúdo que esta disponível na rede. Utilizar esse meio para propagar informação, mas é preciso analisar muito bem o mercado para estar apto a lidar com as ferramentas que surgem desse.

As famílias tipográficas: O design, a forma e o público com que estas se comunicam de forma visual e técnica.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXII Seminário de Iniciação Científica

Comunicar-se de maneira interativa requer a utilização de elementos gráficos, como forma expressar o significado desejado e o complemento de informações. O choque cultural ocasionado pela utilização do formato digital em revistas, em detrimento da forma impressa, ainda é imenso para determinadas gerações de indivíduos, por isso deve-se ter muito cuidado com relação a dois quesitos: legibilidade e usabilidade. Dessa forma, se deve escolher muito bem a família tipográfica, as técnicas de cor, imagens e formato as quais precisam apresentar certa coerência em sua escolha, para tornar essa transição agradável.

Uma das questões em pauta, a respeito de revistas é a escolha tipográfica, pois essa vai ser decisória na comunicação com o leitor, agradando-o ou não. A fonte tipográfica escolhida de maneira errada vai fazer com que o leitor não encontre afinidade com o leitor, ocorrendo uma ruptura na comunicação empírica desse.

As famílias tipográficas dividem-se em cinco grupos, os quais têm propostas, público, conteúdo e objetivos únicos, Francis Thibedau, classificou-as da seguinte maneira: A) Romana Antiga; B) Romana Moderna; C) Egípcia; D) Lapidária; e, E) Cursiva.

Entre os meios de comunicação convencionais, quem vem destacando-se ao longo dos anos, figuram as revistas. O que as torna diferentes é a maneira direta como comunicam-se com o público de interesse. Essas podem ser classificadas em três grupos: A) Revistas de consumo; B) Revistas profissionais; e C) Revistas de empresas e organizações. Sendo que as de consumo tem como público alvo o mass média, podendo ser segmentadas conforme Fátima Ali por interesse geral, segmentadas por público ou interesse.

Utiliza-se na produção das revistas (dependendo do segmento a que se destina) os mais diferentes materiais, onde a criatividade e a proposta ficam a cargo do designer e projetista gráfico. Normalmente a capa, ganha uma atenção especial quanto ao acabamento, essa tem que ser atrativa pois vai competir diretamente com as concorrentes.

Com o nascimento das revistas, iniciou-se uma nova indústria no mundo da comunicação, chamado editoras. Uma das mais antigas e que optou por investir seu capital no diferencial competitivo na gestão do conhecimento de seu "bem" mais precioso, o capital humano, foi a Editora Abril. Ela investia em treinamentos, cursos de aperfeiçoamentos, seminários e busca de novas tecnologias para que seus funcionários fossem os melhores. Outro ponto que fez com que ela se desenvolvesse no meio foi o fato de que possuíam tudo próprio para a fabricação dos periódicos impressos, tais como máquinas fotográficas, gráficas, editores, designers, ilustradores, jornalistas, etc.

O leitor não separa texto de arte - para ele a revista é uma estrutura única, ou seja, folheando as páginas até deter-se no conteúdo que lhe interessa. Mesmo que uma matéria seja rica em conteúdo,

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXII Seminário de Iniciação Científica

se não tiver um visual convidativo que encante, emocione surpreenda e convença o leitor de que a informação contida no texto vale a pena ser lida, de nada adianta. Da mesma forma se tivermos um excelente design e um conteúdo não atrativo, de nada adianta. Procura-se buscar uma parceria entre o designer e os jornalistas.

As revistas são muito flexíveis quanto ao tamanho e formatos, mas o que se-gue como padrão é o tamanho 27x20cm, devido ao fácil manuseio e a praticidade ao transportar e a fatores sustentáveis referentes a economia em papel, não havendo desperdícios. Internamente os formatos de colunas são flexíveis de revista para revista, o que encontrasse com maior frequência é o de três colunas.

A web assim como muitos produtos físicos, torna-se um. O fato de não ser tangível, não significa que não precise passar por testes de usabilidade, pois, de nada adianta ter sites/blogs com um visual atrativo, porém, de difícil utilização. No meio virtual, a usabilidade torna-se a principal ferramenta da Web, porque os leitores precisam encontrar o conteúdo que lhes é anunciado, se esse não consegue encontrar o conteúdo de forma simples e rápida, irá procurar em outro site. Um dos grandes pecados cometidos é o excesso de sofisticação, que na maioria das vezes só atrapalha.

Proposta de Revista Virtual Não Morda a Maçã.

O perfil do público que acessa ao blog não morda a maçã é adolescentes e jovens cristãos, que querem informações atualizadas sobre assuntos contemporâneos relacionados aos ensinamentos bíblicos.

A proposta de revista digital consiste no mesmo formato da impressa, contendo: capa, sumário, editorial, expediente e as seções internas. A novidade está presente em no próprio menu clicar no assunto desejado e ser direcionado a página referente ao conteúdo. O conteúdo dela difere-se pelo fato de poder ser compartilhado em redes sociais clicando em compartilhar, assim como também o que fará diferenciar-se pelo fato de poder ser acessado vídeos.

Escolheu-se para esse projeto usar a família tipográfica lapidária, por ser mais recomendado para a web, e o nome da fonte utilizada foi a Droid Sans, muito utilizada com a tecnologia do sistemas Android. Recomendou-se usar o formato de três colunas, o qual foi utilizado desde a capa até estrutura interna. Quanto ao quesito cores, utilizou-se manter as mesmas contidas no blog, para ter-se uma identidade visual entre ambos.

Conclusão

Esse estudo monográfico constatou que existem semelhanças e singularidades entre todos os projetos gráficos. A experiência em transformar o conteúdo de um blog para o conteúdo de revista digital nos proporcionou contato direto com o público a quem se destina. Sendo assim possível

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXII Seminário de Iniciação Científica

concluir que em termos de design gráfico, todos os elementos individuais funcionam como estruturas de comunicação quando diagramado e organizado de forma a constituir um conjunto.

O processo editorial sem a presença de um designer é incompleto. Por isso a revista sendo um veículo de comunicação, precisa transmitir a informação que se pretende, seja no formato digital ou impresso. Diferenciando-se que virtualmente consegue-se atualizar o conteúdo em questões de minutos para o leitor, devido ao fato de que o formato digital não precisa ficar preso a uma posição geográfica.

Ao elaborar este trabalho, percebeu-se que o formato digital oferece inúmeras possibilidades para editoração de textos, sendo a criatividade do projetista o limite. Um dos elementos fundamentais na concepção desse estudo, independente do formato, é o conceito de usabilidade que se emprega no vínculo entre publicação e leitor. Possibilitando explorar o mercado digital como inovação para com o leitor.

As considerações que se chegou com esse estudo, permite-se afirmar que: A) O design é fundamental na editoração de periódicos; B) O planejamento de uma publicação digital, deverá explorar os quesitos tecnológicos nos quais prima-se pela utilização de princípios de usabilidade, aplicados ao interesse no design e na forma; e C) O designer gráfico precisa estabelecer vínculos e estímulos visuais permanentes junto ao público leitor, através de elementos como: diagramação, cores, formato, unidade visual, legibilidade e usabilidade.

Palavras-Chave: Design gráfico, revista, diagramação, revista digital e blog.

Referências

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

FERRARI, Poliana. Hipertexto hipermídia as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.