

Projetos gráficos de qualidade de revistas brasileiras

Projects graphics of quality of Brazilian magazines

Campos, Gisela Belluzzo de; Doutora; Universidade Anhembi Morumbi
giselabelluzzo@uol.com.br

Resumo

Este texto comenta projetos gráficos de revistas impressas brasileiras desenvolvidos em consonância com o projeto editorial. Ressalta a importância de mapear “nossos designs” – aqueles que, em meio a uma avalanche de layouts padronizados e/ou importados, se destacam por serem criações com maior grau de originalidade e entende que as boas realizações imprimem qualidade e significação ao conjunto da produção brasileira em design. Os exemplos selecionados para investigação são a revista *Bravo!* e a revista *Tupigrafia*.

Palavras chave: projeto gráfico, revista Bravo! revista Tupigrafia

Abstract

This text comments graphics projects of brazilian printed magazines developed in keeping with the editorial. Emphasized the importance of mapping out our designs, those who, in the midst of an avalanche of imported or standardizes layouts, stand out because they are creations with a higher degree of originality and believes that good achievements give meaning to the whole of the Brazilian production in design. The examples selected for investigation are the magazine Bravo! and the magazine Tupigrafia.

keywords: *graphic project, Bravo! magazine, Tupigrafia magazine*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Introdução

Este texto é parte integrante de uma pesquisa que tem como proposta o estudo de Projetos Gráficos de revistas brasileiras. O mercado editorial de revistas não cessa de crescer, e, no entanto, há ainda poucos estudos acadêmicos sobre seus projetos gráficos comparados ao grande número da produção que pode ser encontrada nas bancas.

Nosso foco são os projetos que atestam qualidade de organização visual gráfica, entendendo por isso, por um lado, projetos que são desenvolvidos em consonância com o projeto jornalístico como um todo, e, por outro, projetos de design inovadores no sentido de utilizar toda a gama de recursos estéticos e/ou tecnológicos disponíveis com a finalidade de alcançar uma comunicação efetiva, criativa e coerente com a proposta e com o conteúdo do periódico.

Outro aspecto deste texto diz respeito à importância de mapear “nossos designs”, isto é, aqueles que em meio a uma avalanche de layouts importados se destacam por serem criações com maior grau de originalidade.

De um modo geral, no Brasil temos uma produção bastante irregular em termos de qualidade, quando falamos de design de revistas. Muitas revistas têm existências de duração variáveis ou breves, e em alguns casos nunca se sabe quando ou até quando vão circular. Há outras razões para a oscilação da qualidade do projeto, que vão desde a mudança de editora para o mesmo título, até mudanças de direção de arte ou do designer responsável, passando por mudanças da própria linha editorial. Sem contar as mudanças ocasionadas pela própria natureza do veículo que pressupõe sempre alterações, se não do todo e de uma vez, de suas partes e aos poucos já que uma revista impressa se caracteriza pelo dinamismo.

Este estudo enfatiza a configuração visual do conjunto ou de cada parte importante da revista (capa, editorial, matéria principal, colunas etc), em detrimento dos detalhes isolados e das técnicas de impressão, tais como análise exaustiva da tipografia, uso de papel e tintas.

Entendemos que um bom projeto gráfico é aquele realizado em conjunto com as demais editoriais da publicação, isto é, um projeto que faça parte de um projeto maior e mais amplo¹. A tendência é que o projeto gráfico realizado deste modo mantenha suas características iniciais e sua qualidade por mais tempo, apenas sofrendo as alterações naturais necessárias a esse tipo de produto.

Acreditamos que estes atributos cabem à revista *Tupigrafia* e à revista *Bravo!*, nesta última, em uma fase que durou, pelo menos, sete anos desde sua estréia em 1997 até meados de 2004 quando ainda estava sob a responsabilidade da Editora D’Avila. Durante este período houve um compromisso em manter a mesma diretora de arte, autora do projeto, a designer Noris Lima, bem como o mesmo editor geral Luis Felipe D’Avila, o mesmo diretor de redação, Wagner Carelli e praticamente os mesmos ensaístas e críticos.

¹ A ausência desse tipo de projeto encontra sua expressão em produtos que seguem esquemas de diagramação, de enquadramentos e de cores previamente realizados resultando em uma padronização. Podemos falar, nesses casos, em design “globalizado”, em design massificado ou mesmo em ausência de design.

Essa permanência de uma equipe comprometida e estimulada mostrou-se bastante pródiga e benéfica para a saúde da revista que manteve um padrão de qualidade bastante bom e estável.

No caso da Tupigrafia, os editores iniciais: Claudio Rocha e Tony de Marco, continuam à frente da revista que teve seu primeiro número em 2000 e acabou de lançar, no final de 2007, o número 7. É uma revista com periodicidade anual e não conta com, praticamente, nenhum patrocínio.

A metodologia investigar os projetos gráficos das revistas selecionadas consiste em seguir três parâmetros; o primeiro é observar seus elementos plásticos: uso da grade, tipografia, tratamento da imagem e diagramação. O segundo é verificar se projeto gráfico foi feito juntamente e especialmente com o projeto do produto editorial como um todo, o que garante, pelo menos em tese, a sua originalidade. O terceiro é tomar como referência para análise de estilo soluções gráficas já conhecidas e estudadas. Escolhemos, para tanto, alguns conceitos do modernismo e do pós-modernismo que marcam importantes pontos de referência para o design gráfico, e, particularmente para o design de revistas.

Do modernismo, atenta-se sobretudo para a questão da funcionalidade da linguagem visual. O design modernista de caráter funcionalista busca a clareza e a objetividade por meio da simplificação e da boa forma e tem como objetivo alcançar uma linguagem universal. A tendência à limpeza, à economia no uso e disposição dos elementos visuais desse segmento do design moderno é contraposta pela mistura de fontes tipográficas, pela sobreposição de textos e imagens e até mesmo de estilos do pós-modernismo. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter histórico e também de estudos de casos, uma vez que toma como objeto de análise produtos particulares.

O projeto da Bravo!

A revista Bravo! foi criada com o objetivo de falar de cultura de modo prazeroso. No editorial “Para ler Bravo!” o diretor de redação Wagner Carelli deixa claro que os recursos gráficos da revista são “mal intencionados” – a revista declaradamente quer ser bonita e sedutora em seu objetivo de unir prazer e cultura.

A revista consegue atingir seu objetivo em aliar atualidade e aprofundamento de uma informação – ao mesmo tempo em que segue o tempo cronológico dos eventos culturais, servindo como guia e estimulando o leitor a acompanhar o que está acontecendo no momento, trata desses eventos de modo sério, com críticas consistentes assinadas por pessoas com méritos reconhecidos nas respectivas áreas.

O que melhor caracteriza o projeto gráfico da Bravo! criado por Noris Lima é o equilíbrio. Esse equilíbrio aparece na relação entre as páginas internas de cada edição e entre as várias editoriais; em cada página na relação entre texto e imagem e é visível também no conjunto da publicação ao longo de suas várias edições. A qualidade se mantém sem oscilações, sem altos e baixos.

O projeto se inseri dentro de uma linha modernista, no melhor sentido que esse adjetivo possa ter para o design gráfico: de boa legibilidade tanto de texto como de imagens, de coerência entre o conteúdo das matérias e a diagramação, de equilíbrio simétrico sem cair na monotonia, no uso equilibrado das cores e das fontes, na

generosidade dos espaços sejam estes totalmente brancos ou com cores. A diagramação da revista é um convite para a leitura, respeita o projeto inicial, não faz economia de espaço e apesar da grande quantidade de imagens, não confina o texto a um lugar menor ou secundário.

Revista Tupigrafia

A Tupigrafia é uma revista especializada em Tipografia, realizada por dois designers tipógrafos aficionados e muito dedicados ao assunto. Como projeto de revista como um todo procura abordar o assunto Tipografia sem preconceitos, enfocando momentos diversos da história e do desenvolvimento dessa prática bem como estilos diversos e experimentos relacionados à letra, de um modo geral. O estilo visual da revista é coerente com sua proposta de trazer para o universo da tipografia uma grande liberdade de enfoques e de expressão.

Não existe propriamente um projeto gráfico, segundo os moldes tradicionais. Existe sim um formato 22,5 x 16,5 cm, um número de páginas mais ou menos homogêneo em cada edição, o suficiente para proporcionar uma aparência de um livreto. As páginas não tem numeração, com raras excessões apresentam margens e todas as fontes utilizadas na revista estão elencadas no final de cada publicação. Os textos das matérias são, de um modo geral, curtos, o que faz sobressair a exuberância do tipo, a força da letra e da escrita como imagem. O conjunto dessas características dá à revista uma forte identidade visual.

Conforme o assunto abordado, sempre dentro do tema tipografia, a matéria recebe um projeto gráfico próprio adequado com diagramação e fontes condizentes e, de um modo geral, criado pelos realizadores da pauta e do texto. Por exemplo, na edição número 5, a matéria “Um olhar tipográfico sobre as artes plásticas” de quatorze páginas, escrita e montada por Claudio Rocha e Rubens Matuck passeia sobre exemplos coletados na história da arte do passado e mais recente, variando a tipografia a cada época sem fugir a um padrão de diagramação. Dessa forma, a página dupla que fala sobre o uso de palavras na pintura chinesa e na obra de Dürer, recebe um tratamento com fonte serifada. Nas páginas seguintes, quando o assunto é arte moderna, a tipografia muda para um tipo não serifado, porém, a diagramação continua no mesmo padrão da anterior, com blocos de textos que variam a medida das colunas alinhando com as imagens.

Cada página da revista é trabalhada de um modo próprio e particular, com tipografias diferentes, e todas são esteticamente muito agradáveis, em função do cuidado com que são realizadas. Em todos os números da revista Tupigrafia podemos atestar uma publicação que respeita o assunto tipografia e seu leitor, observa a produção brasileira colocando-a em destaque perante o cenário internacional e considera também o aspecto histórico da tipografia.

Considerações finais

Essas duas revistas são publicações de estilos completamente diferentes, porém, são também produções que por unanimidade agradam ao leitor. O que as tornam tão boas é sem dúvida, a qualidade e a organicidade do projeto editorial como um todo. Não são publicações nas quais os projetos gráficos vieram importados de algum outro lugar, para

então serem encaixados e adaptados aos textos e matérias. São projetos exclusivos e lapidados a cada edição, em cada matéria cujos elementos – textos ou imagens, devem se encaixar com justeza em cada página.

A existência da revista Bravo! certifica que, mesmo na virada do milênio, o design de estilo moderno tem seu lugar. Em meio a tantas experimentações tipográficas, cores saturadas e desfoques, a revista emplacou com suas cores sóbrias, textos e imagens bem colocados. Já a Tupigrafia tem todo o clamor do pós-modernismo presentes em suas páginas: a experimentação, a irreverência, o humor e uma enorme liberdade de expressão e criação que inclui a co-autoria.

Referências

CARELLI, Wagner. A editora D'Avila e a revista Bravo! Digestivo Cultural, 22/03/2004.

BORGES, Julio Daio. Entrevista com Sérgio Augusto. Digestivo Cultural, 05/02/2007.

Disponível em <http://www.digestivocultural.com/entrevistas/imprimir.asp?codigo=10>.

Acesso em: 20 de fev. 2008

BRAVO!. São Paulo: D'Avila, n.1.ano 1. out. 1997

POYNOR, Rick. **No mas normas. Diseño gráfico posmoderno**. Gustavo Gili: México, 2003

TUPIGRAFIA. São Paulo: Bookmakers, n.5. jul. 2004