

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE ARQUITETURA
CURSO DE DESIGN VISUAL

BRUNO RICCO DEOS

PROJETO EDITORIAL DE UM LIVRO COMEMORATIVO DOS 18 ANOS DA VISTA
ART

PORTO ALEGRE — 2022

BRUNO RICCO DEOS

PROJETO EDITORIAL DE UM LIVRO COMEMORATIVO DOS 18 ANOS DA VISTA
ART

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito parcial para a obtenção do título de Designer.

Orientador: Prof. Sandro Fetter

PORTO ALEGRE — 2022

BRUNO RICCO DEOS

PROJETO EDITORIAL DE UM LIVRO COMEMORATIVO DOS 18 ANOS DA VISTA
ART

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito parcial para a obtenção do título de Designer.

BANCA EXAMINADORA

Professor Sandro Fetter
UFRGS
Orientador

Professor Fabiano Scherer
UFRGS

Professora Mariana de Oliveira
UFRGS

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho não seria possível se não fosse o apoio de diversas pessoas. Por isso, gostaria de agradecer, especialmente, aos meus pais, Lourdes e Mauro, e ao meu irmão, Pedro, pelo incentivo, apoio e pela estrutura proporcionada durante toda a minha trajetória acadêmica.

Aos meus colegas de graduação, pares durante essa trajetória e responsáveis por muitos aprendizados e momentos especiais, dentro e fora da universidade.

Ao Sandro Fetter, meu orientador, que esteve presente durante toda a construção deste trabalho me aconselhando e compartilhando conhecimento.

E aos professores e colaboradores da UFRGS, que colocam toda a sua dedicação em prol da educação e são responsáveis diretos pela minha formação e de milhares de outros alunos que têm a oportunidade de estudar gratuitamente em uma das melhores universidades do país.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso consiste no desenvolvimento do projeto editorial de um livro comemorativo dos 18 anos da Vista Art. Para embasar o trabalho, conceitos como “Design Editorial” e “Projeto Editorial de Livros” foram aprofundados durante a etapa de fundamentação teórica. A metodologia que direcionou o projeto considerou duas metodologias pré-existentes: Projetos Editoriais Impressos, de Matté, e Design Centrado no Ser Humano, da IDEO. Por meio de uma metodologia adaptada, durante a fase de compreensão do projeto, foram realizadas pesquisas com o público-alvo e análises de similares do produto gráfico. Na fase de configuração do projeto, durante a etapa de modelação inicial, foi possível definir requisitos, restrições e gerar alternativas, enquanto na etapa de modelação final, um protótipo foi consolidado. Na conclusão do trabalho, foi realizada a validação dos requisitos de projeto, comparando-os ao resultado atingido e compartilhando os aprendizados do autor.

Palavras-chave: Design Editorial. Livro. Vista. Skate. Arte.

ABSTRACT

This course conclusion work consists of the development of the editorial project of a book commemorating the 18 years of Vista Art. To support the work, concepts such as "Editorial Design" and "Editorial Book Project" were deepened during the theoretical foundation stage. The methodology that guided the project considered two pre-existing methodologies: Printed Editorial Projects, by Matté, and Human-Centered Design, by IDEO. Through an adapted methodology, during the understanding phase of the project, surveys were carried out with the target audience and similar products of the graphic product were analyzed. In the project configuration phase, during the initial modeling stage, it was possible to define requirements, restrictions and generate alternatives, while in the final modeling stage, a prototype was consolidated. At the conclusion of the work, the validation of the project requirements was carried out, comparing them to the result achieved and sharing the author's learnings.

Keywords: Editorial Design. Book. Vista. Skateboard. Art.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Comparação entre livros e revistas	21
Figura 2 – Capas Vista: edições 13 e 50.....	25
Figura 3 – Modelos de desenvolvimento de livros.....	26
Figura 4 – Anatomia do livro.....	28
Figura 5 – Função de cada parte do livro	28
Figura 6 – Formato de livros.....	29
Figura 7 – Formatos de papel ISO	30
Figura 8 – Nomenclaturas: páginas internas	31
Figura 9 – Componentes da grade.....	32
Figura 10 – Tipos de grade	33
Figura 11 – Tipos de grade.....	53
Figura 12 - Diagrama de Villard.....	33
Figura 13 – Anatomia tipográfica.....	35
Figura 14 – Tipos de impressão	36
Figura 15 – Tipos de dobras.....	38
Figura 16 – Complexidades de produtos gráfico impressos.....	40
Figura 17 – Metodologia projetual para produtos gráfico-impressos.....	42
Figura 18 – As três lentes do Human-Centered Design	43
Figura 19 - Etapas do processo Human-Centered Design	44
Figura 20 - Metodologia adaptada.....	46
Figura 21 - Detalhes do livro Legado	52
Figura 22 – Desconstrução páginas modelo do livro Legado.....	53
Figura 23 – Análise gráfica do livro Legado.....	54
Figura 24 – Detalhes da revista Mesa Vista.....	55
Figura 25 – Desconstrução páginas modelo da revista Mesa Vista	56
Figura 26 – Análise gráfica da revista Mesa Vista.....	57
Figura 27 – Detalhes do livro Design to Branding	58
Figura 28 – Desconstrução páginas modelo do livro Design to Branding	59
Figura 29 – Análise gráfica do livro Design to Branding.....	60
Figura 30 – Detalhes do livro Bolovo 10 Anos.....	61
Figura 31 – Desconstrução páginas modelo do livro Bolovo 10 Anos.....	62
Figura 32 – Análise gráfica do livro Bolovo 10 Anos	63

Figura 33 – Detalhes do livro Beauty	64
Figura 34 – Desconstrução páginas modelo do livro Beauty	65
Figura 35 – Análise gráfica do livro Beauty	66
Figura 36 – Tabela de requisitos	68
Figura 37 – Tabela de restrições	69
Figura 38 – Pontos positivos e negativos da Alternativa A	70
Figura 39 – Estrutura editorial da Alternativa A.....	71
Figura 40 – Painel Visual da Alternativa A	72
Figura 41 – Pontos positivos e negativos da Alternativa B.....	72
Figura 42 – Estrutura Editorial da Alternativa B	73
Figura 43 – Painel Visual da Alternativa B	74
Figura 44 – Pontos positivos e negativos da Alternativa C.....	74
Figura 45 – Estrutura Editorial da Alternativa C.....	75
Figura 46 – Painel Visual da Alternativa C.....	76
Figura 47 – Tabela avaliativa das alternativas.....	76
Figura 48 – Análise de alternativas em reunião presencial.....	77
Figura 49 – Divisão dos capítulos.....	79
Figura 50 – Análise de referências Formato e Dimensão.....	83
Figura 51 – Análise de referências Suporte Caixa	83
Figura 52 – Análise de referências Suporte Capa e Sobrecapa.....	84
Figura 53 – Grade Modular Tipográfica.....	85
Figura 54 – Medidas dos elementos da grade	86
Figura 55 – Famílias tipográficas	88
Figura 56 – Família iconográfica	89
Figura 57 – Paleta de cores	90
Figura 58 – Foto da sobrecapa	94
Figura 59 – Planificação da sobrecapa	94
Figura 60 – Detalhes da sobrecapa	95
Figura 61 – Sobrecapa	95
Figura 62 – Planificação da capa.....	97
Figura 63 – Capa.....	97
Figura 64 – Espelho do livro.....	98
Figura 65 – Falsas folhas de rosto	99
Figura 66 – Folha de rosto	99

Figura 67 – Páginas de abertura	100
Figura 68 – Páginas capitulares	101
Figura 70 – Páginas de abertura dos capítulos	102
Figura 71 – Páginas de abertura dos capítulos	102
Figura 72 – Páginas intermediárias dos capítulos.....	103
Figura 73 – Páginas intermediárias dos capítulos.....	103
Figura 74 – Páginas intermediárias dos capítulos.....	103
Figura 75 – Página de encerramento dos capítulos	104
Figura 76 – Ficha Técnica	105
Figura 77 – Agradecimentos	105
Figura 78 – Especificações impressão do protótipo	106
Figura 79 – Especificações para impressão em larga escala.....	106
Figura 80 – Matriz de verificação.....	108

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Justificativa.....	15
1.2	Problema do projeto.....	16
1.3	Público-alvo	16
1.3.1	Público 1 – Colaboradores Vista.....	16
1.3.2	Público 2- Consumidores Vista.....	17
1.4	Objetivo	17
1.4.1	Objetivo geral.....	17
1.4.2	Objetivos específicos	17
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1	Design editorial	18
2.1.1	Definição.....	18
2.1.2	Função.....	18
2.1.3	Formatos.....	19
2.1.4	Design editorial de livros.....	21
2.1.5	Design editorial de revistas.....	22
2.1.6	Vanguardas no design editorial	24
2.2	Projeto editorial de livros	25
2.2.1	Processo Editorial.....	25
2.2.2	Projeto Gráfico Editorial	25
2.2.3	Formato	29
2.2.4	Grade	30
2.2.5	Tipografia.....	34
2.2.6	Impressão	36
2.2.7	Acabamentos.....	37
3	METODOLOGIA DE PROJETO.....	39
3.1	Projetos Editoriais Impressos.....	39
3.2	Human-Centered Design.....	42
3.3	Metodologia adaptada.....	45
4	COMPREENSÃO DO PROJETO.....	47
4.1	Pesquisa.....	47
4.1.1	VISTA – Consumidores	47
4.1.1.1	Questionário “VISTA – Consumidores”	47
4.1.2	VISTA – Colaboradores.....	49

4.1.1.2	<i>Entrevistas colaboradores</i>	50
4.2	Análise	51
4.2.1	Legado (Vista, 2019).....	52
4.2.2	Mesa Vista (Vista, 2019).....	54
4.2.3	Design to Branding (DBA Editora, 2020)	57
4.2.4	Bolovo 10 Anos (Pancrom, 2016)	60
4.2.5	Beauty (Phaidon Press, 2018)	63
5	CONFIGURAÇÃO DO PROJETO	67
5.1	Definição	67
5.1.1	Requisitos	67
5.1.2	Restrições	68
5.2	Modelação inicial	69
5.2.1	Geração de alternativas	69
5.2.1.1	<i>Alternativa A: Linha do Tempo</i>	70
5.2.1.1.1	<i>Estrutura Editorial</i>	70
5.2.1.1.2	<i>Referências visuais</i>	71
5.2.1.2	<i>Alternativa B: Vista Art e Vista Lab</i>	72
5.2.1.2.1	<i>Estrutura Editorial</i>	71
5.2.1.2.2	<i>Referência Visual</i>	71
5.2.1.3	<i>Alternativa C: Livro de memórias</i>	74
5.2.1.3.1	<i>Estrutura Editorial</i>	73
5.2.1.3.2	<i>Referências Visuais</i>	73
5.2.3	Seleção	76
5.2.4	Projeto editorial	76
5.2.4.1	<i>Organização do conteúdo</i>	78
5.2.4.2	<i>Desenvolvimento do conteúdo</i>	80
5.2.4.2.1	<i>Capítulo 1 - 18 anos amplificando ideias</i>	80
5.2.4.2.2	<i>Capítulo 2 - 2004</i>	80
5.2.4.2.3	<i>Capítulo 19 - 2022</i>	80
5.2.4.2.4	<i>Capítulo 20 – Só pra irritar</i>	80
5.2.5	Projeto gráfico	80
5.2.5.1	<i>Formato e Dimensão</i>	81
5.2.5.2	<i>Suporte</i>	83
5.2.5.2.1	<i>Caixa</i>	83
5.2.5.2.2	<i>Capa e Sobrecapa</i>	84
5.2.5.2.3	<i>Miolo</i>	85
5.2.5.3	<i>Grade</i>	89
5.2.5.4	<i>Tipografia</i>	89
5.2.5.5	<i>Iconografia</i>	89

5.2.5.6 <i>Paleta de Cores</i>	89
5.2.5.7 <i>Impressão e Encadernação</i>	90
5.2.5.8 <i>Acabamentos</i>	90
6 REALIZAÇÃO DO PROJETO	92
6.1 Modelação final	92
6.1.2 <i>Sobrecapa</i>	92
6.1.3 <i>Livro</i>	96
6.1.3.1 <i>Capa</i>	96
6.1.3.2 <i>Miolo</i>	98
6.1.3.2.1 Elementos Pré-Textuais	98
6.1.3.2.2 Elementos Textuais	100
6.1.3.2.3 Elementos Pós-Textuais	104
6.2 Normatização	105
7 CONCLUSÃO	107
7.1 Verificação	107
7.2. Considerações Finais	108
REFERÊNCIAS	110
APÊNDICE	113

1 INTRODUÇÃO

Na década de 60, surgia, nos Estados Unidos, o *skateboard*. Na época, principalmente no estado da Califórnia, a prática do surfe já era comum e seus adeptos, na intenção de aprimorar suas habilidades, mesmo em períodos em que as ondas não estavam favoráveis, perceberam que com um pedaço de madeira e algumas rodas velhas de *roller skates* era possível descer as diversas ladeiras presentes na cidade, dando assim origem ao conceito de “sidewalk surfing” ou, em português, “surfe de calçada”. Obviamente, na época não existiam peças apropriadas e específicas para a prática, então os próprios surfistas produziam manualmente os seus equipamentos (HARTSFIELD; COHN; 2012).

Traduzindo para o português, a palavra “*skate*” pode ser interpretada como “patinar”, e “board”, como “tábua”. Sendo assim, uma definição coerente para “*skateboard*” seria “patinar sobre uma tábua”. Devido a esta diferença etimológica, durante este trabalho será utilizada a expressão “*skate*”, terminologia que, posteriormente, popularizou-se como definição da prática no Brasil.

Após o seu surgimento e a popularização em solo norte-americano, o *skate* chega ao Brasil alguns anos depois. Ao longo das décadas, a prática se populariza de forma bastante intensa entre os brasileiros, construindo uma identidade própria nos anos 80, tornando o país uma potência mundial na década de 90, referência nos anos 2000, e três vezes medalhista na estreia do *skate* como esporte olímpico nos Jogos de Tóquio, em 2021. Nesse período, criou no Brasil particularidades sociais e culturais que o tornaram especial e com um número expressivo de adeptos (PRIETO, 2021).

De acordo com uma pesquisa encomendada pela CBSK (Confederação Brasileira de Skate) junto a Datafolha em 2015, o *skate* conta com um universo de 8,4 milhões de praticantes no Brasil. Se comparada a mesma pesquisa realizada em 2009, o número de praticantes cresceu mais de 100% na última década.

Entretanto, segundo Machado (2011), para que o *skate* chegasse ao patamar em que se encontra atualmente, a prática passou por uma série de mudanças e ressignificações. Quando surgiu, o *skate* era visto principalmente como uma brincadeira, um entretenimento, sem os mesmos objetivos que são relacionados à prática atualmente, como o de realizar manobras, vencer obstáculos, disputar competições ou, até mesmo, de viver profissionalmente dela. Com o passar dos anos, o *skate* passou a ser visto como uma atividade atrativa em que se vivenciam

sensações como a “liberdade e a “adrenalina”, associadas ao risco e ao perigo decorrentes de sua realização. Enquanto muitas práticas esportivas valorizam o ideal de força, o *skate*, ao contrário, associa-se, sobretudo, ao prazer. Além disso, por não ser formatado por regras rígidas e se conectar à subjetividade, a prática do *skate* se distingue dos tradicionais esportes coletivos - os quais, geralmente, são relacionados à disciplina, a treinamentos exaustivos, demasiada preparação técnica e tática e locais pré-definidos para sua prática.

Segundo Cantorini e Pilati (2001), enquanto esportes tradicionais costumam ser um meio de escapar da pressão comportamental imposta pela sociedade, esportes radicais se apresentam como uma forma de escapar da ordem imposta pelo próprio esporte e, provavelmente, por isso têm atraído tantos adeptos.

Por essa diferença em relação a esportes tradicionais, é comum que as pessoas enxerguem em esportes radicais uma oportunidade de transgressão às normas sociais e, de fato, facilmente é possível perceber no *skate* algumas características bem particulares.

Uma das características facilmente observadas no *skate* é de que a maioria dos praticantes é jovem e faz uso do *skate* na cidade, isso é, utilizam-se da arquitetura da cidade, como ruas, bancos, escadarias e corrimãos para a prática do esporte.

Além disso, é possível perceber uma estética e cultura “rebelde” presente entre os praticantes. No lugar de uniformes, utilizam calças jeans desbotadas e largas, bonés, cabelos compridos, raspados ou desgrenhados, signos que remetem à contracultura, ao movimento punk e a formas de contestação. Desenhos ousados, gestos provocativos e cores inusitadas também estão presentes em todo o universo (BRANDÃO, 2011).

A estética e a identidade própria que o *skate* acabou desenvolvendo fez com que recebesse cada vez mais destaque na mídia tradicional, mas também proporcionou o surgimento de diversas mídias especializadas, com destaque para as revistas e *zines*, formato que se tornou, além de meio de comunicação, também um símbolo dessa cultura.

A primeira revista especializada do país foi a Revista *Esqueite*, que teve apenas duas edições, a primeira em setembro de 1977 e a segunda em outubro/novembro de 1977. Em 1978, surgiu a segunda revista específica sobre *skate* no Brasil, a Brasil Skate que, em três edições, cumpriu um papel importante no período, por atuar como uma das pioneiras na divulgação do *skate* no país. A qualidade gráfica dessa revista,

os textos e as boas imagens que trazia – inclusive com manobras em sequência – fizeram da Brasil Skate uma referência obrigatória para se compreender o skate vivido nos anos finais da década de 1970. Diferentemente da década anterior, os anos 1980 foram marcados por uma maior quantidade de revistas no mercado editorial brasileiro, em função da crescente popularização do *skate*, principalmente na segunda metade da década. Em contrapartida, os anos 90 não foram tão promissores para o *skate* brasileiro. Em decorrência do Plano Collor, com as poupanças bloqueadas, a inflação galopante e o corte de gastos, o emergente mercado nacional sofreu grande impacto, acarretando um período de alguns meses sem nenhuma publicação de *skate* no país. Após esse hiato, voltam a surgir algumas revistas, porém é só na década de 2000 que o mercado vive uma época de grande ascensão novamente. Em 2004, surgem diversas revistas de skate como Skate Jam, Switch, Pense Skate, Ôxe, SKT e Vista, sendo as duas últimas as únicas que tiveram distribuição em todo território nacional. (VIEGAS; BRANDÃO, 2009).

A Vista, também conhecida como Vista Skateboard Art, foi escolhida como objeto de estudo desse trabalho. Quando ela veiculou a sua primeira publicação impressa, existiam, no mercado brasileiro, diversas publicações focadas na temática *skate*, conforme exposto anteriormente, porém a grande maioria seguia um formato tradicional: publicações mensais, editoriais com assuntos setORIZADOS e que podiam ser consumidas somente por meio da assinatura ou da compra de um exemplar em uma banca de revista.

Nesse cenário, os fundadores Alexandre Marten e Tobias Sklar questionaram se o formato vigente na maioria das publicações era o único possível e se, realmente, era necessário ter que pagar por informação. A partir dessa inquietação, surgiu a Vista: uma publicação independente, em formato de revista, gratuita e sem editorias fixas.

A Edição 0 foi o começo de tudo e, após a sua veiculação, ao longo de 17 anos foram publicadas mais 75 edições, abordando não só a temática *skate*, mas também diversos assuntos relacionados à cultura de rua, colocando a Vista como uma referência no segmento de publicações deste nicho.

Durante sua trajetória, paralelamente às publicações impressas de conteúdo proprietário, a Vista também desenvolveu uma frente de negócio focada no desenvolvimento de projetos com empresas parceiras, denominada Vista Lab, prestando diversos serviços relacionados à área de comunicação.

No ano de 2018, com uma demanda crescente de projetos de Vista Lab e com dificuldades de manter uma publicação autoral recorrente, a Vista lançou a campanha: “A morte do impresso”. Desde então, optou-se por não mais desenvolver as revistas com uma frequência fixa e sim priorizar publicações pontuais, como o “Livro Legado”, em comemoração aos 15 anos de empresa, publicado em 2019. Assim, o presente trabalho tem intenção de desenvolver uma nova versão do livro, desta vez, em comemoração aos 18 anos da Vista, que serão concluídos em 2022.

Relacionando o objeto que se pretende criar - o livro - com seu próprio conteúdo - o legado construído ao longo de 18 anos e mais de setenta e cinco publicações - serão abordados os processos e as etapas de criação de um livro impresso que registre os marcos da empresa, resgatando e valorizando toda a trajetória percorrida até a completude dos 18 anos.

1.1 Justificativa

As edições da revista Vista Art compartilharam uma grande quantidade de registros - em textos e imagens - da cultura de rua dos anos 2000, abordando temáticas como *skate*, arte, grafite, música e diversas outras. A veiculação desse conteúdo se deu por meio de publicações impressas e gratuitas, distribuídas em lojas de *skate*, bares e galerias. As publicações foram responsáveis por inspirar e influenciar toda uma geração de jovens que estavam conectados com esse universo - inclusive o autor deste trabalho.

Formatar esse conteúdo em formato de livro, uma estrutura diferente da apresentada ao longo dos anos, enriquece o legado construído, fortalece a conexão com o público que se formou ao redor da Vista e valoriza os conteúdos e projetos que seguem sendo desenvolvidos. Somado a isso, o projeto em questão não tem a intenção de ser uma coletânea de todas as edições que já foram veiculadas, e sim mais um marco dentro dessa trajetória, conectando passado, presente e futuro em um sentido de completude.

Outra motivação que fortalece a escolha desta temática para o trabalho de conclusão de curso é que o autor, além de ter sido um consumidor da revista durante muitos anos, hoje atua como colaborador da empresa, possibilitando um acesso fácil a todo o acervo e um contato próximo com os principais atores envolvidos ao longo da trajetória.

Atualmente, a Vista segue desenvolvendo conteúdos autorais por meio de plataformas digitais, entretanto, apesar da continuidade dada aos conteúdos em novos formatos, percebe-se que o consumo *on-line* é muito diferente se comparado aos meios físicos, o que amplifica a vontade da produção de um produto impresso que sirva como um registro de memórias e objeto simbólico.

“O cartaz e o livro, ferramentas vitais de comunicação da Revolução Industrial, continuarão na nova era da tecnologia como forma de arte, e os designers gráficos ajudarão a definir e aperfeiçoar cada nova geração de mídias eletrônicas” (MEGGS; PURVIS, 2013).

1.2 Problema do projeto

Este trabalho terá como guia a seguinte problemática projetual: como fazer um projeto editorial e gráfico de um livro que concilie conteúdo e forma de maneira a registrar o legado construído pela Vista em 18 anos de história?

1.3 Público-alvo

O desafio de projeto deste trabalho apresenta duas perspectivas distintas: a da Vista, representada pela empresa e pelos seus colaboradores, sendo eles os principais responsáveis pela construção da trajetória e os que têm a ciência de onde se pretende chegar nos próximos anos; e a do público, pessoas que consumiram o conteúdo da Vista ao longo da sua história e possíveis consumidores do livro comemorativo de 18 anos.

1.3.1 Público 1 – Colaboradores Vista

Diferente de um projeto que é feito para um cliente externo, em que existe um público-alvo determinado e para esses usuários que a experiência deve ser desenhada, no caso do livro comemorativo de 18 anos, essa perspectiva muda. Existe a intenção de desenvolver um projeto que, antes de agradar um público externo, homenageie, mesmo que de forma indireta, toda a trajetória daquelas pessoas que, de alguma maneira, colaboraram com a Vista ao longo dos anos. Por isso, podemos considerar os colaboradores da Vista - antigos e atuais - como um dos públicos do projeto.

Representantes desse público serão considerados na etapa de pesquisa para um maior conhecimento das suas perspectivas e de seus desejos, visando contemplá-los no desenvolvimento do projeto.

1.3.2 Público 2- Consumidores Vista

Somado aos desejos e às necessidades do público 1 – os colaboradores da Vista, entende-se que é também importante considerar a perspectiva dos consumidores Vista - pessoas que consumiram o conteúdo da Vista ao longo da sua história e possíveis consumidores do livro comemorativo de 18 anos. Esse público também será contemplado na etapa de pesquisa.

1.4 Objetivo

A fim de guiar e facilitar a realização do projeto, elenca-se, nesta seção, o objetivo geral e os objetivos específicos do trabalho.

1.4.1 Objetivo geral

O projeto tem como objetivo geral o desenvolvimento de um projeto editorial de um livro sobre os 18 anos da Vista.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Imergir e estudar os conteúdos e projetos desenvolvido pela Vista;
- b) ouvir e incorporar as visões das principais pessoas envolvidas nos requisitos e nas restrições de projeto;
- c) organizar o conteúdo textual e imagético;
- d) analisar similares, tanto na dimensão editorial quanto gráfica;
- e) definir conteúdo do projeto editorial e produzir conteúdo complementar necessário;
- f) desenvolver a linha editorial e gráfica do projeto;
- g) elaborar o protótipo do produto editorial.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Design editorial

2.1.1 Definição

De acordo com Caldwell e Zappaterra (2014), a palavra “editorial” define artigos que expressam a opinião do editor sobre algo específico em um momento específico. Já “design editorial” pode ser interpretado como “jornalismo visual”, e é isso que mais facilmente o diferencia de outras disciplinas do design gráfico.

O design editorial é a área do design gráfico que envolve o projeto de todo o tipo de publicações, sejam elas em suporte físico ou digital. Sua essência se relaciona a "comunicar uma ideia ou contar uma história por meio da organização e apresentação de palavras (disposição dos títulos e do corpo do texto) e elementos visuais" (GRUSZYNSKI, 2015).

Além disso, Gruszynski (2015) reforça que a relação dos produtos editoriais com a cultura letrada também os diferencia de outros objetos gráficos, visto que, na maioria das vezes, o texto verbal costuma ser o elemento predominante. Porém, apesar da significativa presença de caracteres verbais deixar margem à interpretação de que um texto é para ser lido, a função do seu design é a legibilidade e a forma deve atender a ela, o design editorial vai muito além disso, tanto em relação a função, quanto a formato.

2.1.2 Função

Entre 1850 e 1930, diversos profissionais dedicaram seus esforços ao desafio de conformar a estrutura e a aparência dos artefatos de modo que ficassem mais atraentes e eficientes. Por volta da década de 1930, final desse período, popularizou-se o conceito de que a forma deveria seguir a função, preocupação que persistiu durante bastante tempo entre os designers (CARDOSO, 2016).

Ao longo dos anos, o mote “a forma sempre deve seguir a função” passou a ser questionado nas mais diversas áreas do design, inclusive na área editorial. Segundo Caldwell e Zappaterra (2014), o design editorial serve para diferentes funções, como dar expressão e personalidade a um conteúdo, atrair e reter leitores, e estruturar o

material de forma clara. Essas funções devem coexistir e funcionar de maneira conjunta para entregar algo que seja agradável, útil e informativo e, normalmente, a combinação desses três elementos levam ao sucesso de um produto gráfico.

Essa definição é reforçada por Mark Porter, designer da Colors e WIRED, antes de se tornar diretor de criação do jornal The Guardian. Na opinião de Mark:

o bom design editorial é, antes de qualquer outra coisa, sobre fazer as pessoas lerem e, depois disso, é sobre contar histórias; a maioria dos leitores não está interessada no design, e quando elas olham para uma página elas veem ideias, pessoas e lugares, não design gráfico (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p. 18).

Além das funções mencionadas acima, o design editorial também funciona como uma memória vívida. Segundo Gruszynski (2015), a forma gráfica não representa apenas um estilo estético, mas também torna presente elementos da época em que foi produzido por meio de outros aspectos. Os movimentos e as tendências que dinamizam a prática do design editorial permitem observar sua forte relação com a sociedade, a cultura, a economia e a tecnologia, aderindo também a princípios ideológicos.

Por exemplo, a Vista, objeto de estudo deste trabalho, de alguma forma, por meio das suas edições impressas, registrou o visual e o espírito da época em que estava inserida, assim como muitas outras publicações impressas fizeram.

2.1.3 Formatos

Segundo Cardoso (2016), nos últimos anos vêm ocorrendo mudanças importantes na forma como experimentamos o tempo e espaço e, dentre essas mudanças, os formatos aplicados ao design editorial também sofreram alterações.

Do livro manuscrito que foi referência formal para a produção do livro impresso, que, por sua vez, foi modelo para os primeiros jornais, é possível perceber uma aceleração contínua da ampliação da diversidade e da quantidade de produtos editoriais (GRUSZYNSKI, 2015). Os grandes avanços tecnológicos das últimas décadas desempenharam um papel fundamental nessa transformação, possibilitando ao design editorial extrapolar a área de produtos gráfico-impressos e adentrar os meios digitais de maneira bastante significativa.

Desde o surgimento dos primeiros *tablets*, em 2010, publicações digitais têm ganhado cada vez mais espaço e ampliado as oportunidades dentro da área do design editorial. *Websites* e telefones celulares estão proporcionando aos designers adicionar interações que não eram possíveis em formatos impressos e, com os dispositivos móveis cada vez mais presentes no dia a dia das pessoas, permitem que as publicações muitas vezes tenham um alcance maior no ambiente digital do que no ambiente impresso (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014).

Se compararmos o impresso com o digital, tomando o produto livro como exemplo, é possível perceber uma significativa distinção entre os dois formatos editoriais. Enquanto o impresso apresenta algumas particularidades presentes apenas em objetos físicos, como a possibilidade de o usuário não apenas ler, mas também tocar, cheirar e sentir o livro, promovendo uma exploração dos sentidos e um encontro ao mesmo tempo físico e afetivo entre o leitor e o objeto (GOULART, 2009). O digital, segundo Gruszynski (2015), possui camadas distintas que permitem a aproximação com o conteúdo, com características e funcionalidades particulares dependendo do dispositivo que se realiza a leitura.

Mesmo que os diferentes formatos apresentem vantagens e desvantagens, dependendo do tipo de experiência que se busca, como o presente trabalho visa desenvolver um livro comemorativo de uma empresa que veiculou 75 edições impressas em formato de revista, nos aprofundaremos principalmente nestes dois formatos impressos: os livros e as revistas.

Na figura 1, são comparados esses dois tipos de publicação e apresentadas as principais diferenças:

Figura 1 - Comparação entre livros e revistas

LIVROS	REVISTAS
Conteúdo denso e detalhado de informações, que pode ser acompanhado de imagens. Podem ser lidos mais de uma vez.	Conteúdo resumido ou concreto de informação que perde relevância com rapidez, já que faz referência a informação imediata. Normalmente, não são lidas mais de uma vez.
Baixa frequência de reprodução, geralmente por edições.	Alta frequência de reprodução, desde semanal, mensal, semestral a anual.
Suporte de diferentes materiais dependendo da publicação.	Suporte variável que vai desde papel bond a papeis finos dependendo do tipo de publicação.
Impressão em full color, preto e branco, ou a combinação de ambos.	Impressão em full color, preto e branco, ou a combinação de ambos. Dependendo principalmente do efeito que se quer produzir ao leitor e do tipo de publicação.

Fonte: adaptado pelo autor, a partir de Portella (2011).

2.1.4 Design editorial de livros

A palavra livro deriva-se do latim *liber*, e esses têm uma longa história que se desdobra há mais de quatro mil anos. Considerados a forma mais antiga de documentação, os livros registram o conhecimento, as ideias e as crenças dos povos, e sua história está diretamente ligada à história da humanidade (HASLAM, 2007).

Segundo Haslam (2007), o livro impresso pode ser considerado um dos meios mais poderosos para a disseminação de ideias, tendo mudado o curso do desenvolvimento intelectual, cultural e econômico da humanidade. Pode-se ter uma medida dessa influência considerando alguns exemplos, como a Bíblia, o Corão, o Manifesto Comunista, *Quotation from Chairman Mao Zedong* e *Mein Kampf* (Minha luta), de Hitler. Tais livros e seus autores moldaram a história do mundo, seja positiva seja negativamente, entretanto, sem o trabalho de profissionais como editores e designers, isso não seria possível.

Araújo (2008) discorre a história do design editorial de livros em 4 fases principais: os livros dos bibliotecários, os livros dos monges, os livros dos impressores e os livros dos editores.

O autor define a fase “os livros dos bibliotecários” como o período entre o século III a.C e a queda do império romano, no século V. Nessa fase, o editor, entendido com o preparador de originais, caracterizava-se como o responsável pela edição de um texto a ser divulgado (transcrito) pelos copistas. A divulgação desses textos se dava, principalmente, de forma oral, o que fazia com que oradores obtivessem grande prestígio. A função do livro, da forma como conhecemos hoje, só teria lugar a partir de solicitações criadas pelos sofistas para a multiplicação das obras de prosa e da popularização da tragédia, o que estimulava a produção de textos.

A fase “os livros dos monges”, que vai da queda do império romano até o século XIII, leva esse nome pois foi o período no qual os monges desenvolveram um intenso trabalho de compilação de manuscritos, transcrevendo, ilustrando reunindo os melhores exemplares destinados à mais ampla divulgação possível, principalmente dentro da comunidade religiosa. O aumento crescente do número de cópias fez com que, com o tempo, se fixassem determinados padrões para manuscritos, de modo a manter-se a uniformidade em cada cópia.

“Os livros dos impressores” marca o período do final do século XIII ao primeiro quarto do século XV quando foram introduzidas na Europa duas novidades de origem chinesa que revolucionariam a indústria do livro: o papel e a xilogravura.

E a fase “os livros dos editores”, que vai do século XV até os dias de hoje, é marcada pelo período do surgimento dos primeiros tipógrafos com caráter comercial. Neste período, começaram a ser colocados para as casas impressoras os problemas de concorrência, margem de lucro, distribuição do livro, custos de matéria-prima, censura, fixação de salários, especialização do trabalho gráfico, direitos autorais e tantos outros que permanecem até hoje no setor editorial.

2.1.5 Design editorial de revistas

A palavra “revista” origina-se da palavra “*review*”, que significa “revista”, “resenha” e “crítica literária” na língua inglesa. A palavra “*review*” se encontrava presente em diversas revistas nos séculos 17 e 18 e foi responsável por originar a palavra “revista” na língua portuguesa. Apesar de o termo em português ter se originado de uma palavra inglesa, em países como Inglaterra e Estados Unidos a revista é chamada de “*magazine*”, que vem da palavra árabe “*al-mahazen*”, que significa “armazém ou “depósito de mercadorias variadas”. O motivo é porque,

diferente do livro que costuma ser monotemático, a revista apresenta uma variedade de assuntos (ALI, 2009).

Ao longo dos anos, a revista passou a ser um dos produtos editoriais mais difundidos do mundo, fazendo com que a grande maioria dos registros visuais anteriores à televisão viessem das suas páginas. Na visão de Ali (2009), essa popularidade se deu, principalmente, devido a algumas características particulares desse formato, como a portabilidade e a facilidade de oferecer grande quantidade de informação por um custo pequeno.

Scalzo (2004) define a revista como “um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços”. A autora descreve a revista como a união do jornalismo com o entretenimento, a educação, o serviço e a interpretação de acontecimentos.

Por seguirem rotinas produtivas particulares e buscarem um caráter menos noticioso e mais complementar, as revistas acabam sendo menos perecíveis que jornais diários e mais efêmeras que livros. Além disso, com o objetivo de atrair leitores e se diferenciar, é comum que revistas invistam fortemente em seu design editorial.

Jeremy Leslie, diretor criativo da magCulture, também explicita o porquê, na sua visão, as revistas se diferenciam dos livros: “O que é fascinante sobre as revistas geralmente é sua natureza orgânica; ao contrário de livros ou outras mídias impressas, eles estão em constante evolução e mudam gradualmente a cada edição.” (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014).

De acordo com Leslie (2003), as revistas desempenharam um papel fundamental no desenvolvimento da cultura visual ao longo dos anos. A sua periodicidade frequente faz com que seja constante a busca por surpreender o leitor por meio da combinação entre imagem e texto, atribuindo a cada edição uma nova identidade gráfica, mesmo que dentro de uma estrutura editorial padrão. Essa necessidade de constante renovação, acentuada pela concorrência comercial, coloca as revistas na vanguarda da comunicação moderna.

2.1.6 Vanguardas no design editorial

De acordo com Fetter (2011, p. 17),

embora tenha existido ao longo da história diversas vanguardas – como o Dadaísmo e o Futurismo, para citar algumas – que contestaram e praticaram variantes nas quais o aspecto visual - espacial participava deliberadamente para o estabelecimento de mensagem tanto quanto o conteúdo verbal do texto, prevaleceu no campo profissional a orientação de que a materialidade da escrita devia ser, invariavelmente, neutra para ser funcional. Apesar disso, são significativos os exemplos históricos em que, fundidos, o texto e a sua conformação visual compõem um todo indissociável, afirmando o designer como um coautor da mensagem.

É comum que publicações acabem adotando um formato mais padrão e funcional ao longo de suas edições, principalmente quando se têm um objetivo de alcançar o grande público e amplificar vendas. Ao mesmo tempo, livros e revistas de arte ou de vanguarda, por sua própria natureza, muitas vezes, fogem dessas regras. Infelizmente, na sua grande maioria, esse tipo de publicação não se mantém economicamente por muito tempo, porém, são elas que ousam, inovam e criam o que muitas vezes, posteriormente, acaba sendo incorporado pelas grandes editoras (ALI, 2009).

Um outro formato de publicação que costuma atrair designers que buscam inovações gráficas é o de zines independentes: publicações de pequena tiragem, com um assunto específico e, normalmente, voltada para algum nicho de público. Esse tipo de publicação busca entregar aos seus leitores algo que as publicações de massa e que buscam grandes números de circulação não conseguem. Isso se dá, principalmente, pela liberdade de não se adaptar a padrões editoriais pré-estabelecidos, emergindo, assim, tendências gráficas combinadas a assuntos como artes, arquitetura, fotografia, moda e música (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014).

A Vista, objeto de estudo desse trabalho, manteve-se como uma revista independente de vanguarda durante mais de 15 anos. A busca por formatos que fugissem dos padrões editoriais pré-estabelecidos foi uma constante ao longo das 75 edições, adotando, muitas vezes, escolhas ousadas para o segmento, como a não inserção do logotipo nas capas, a veiculação de uma edição (número 13) com a capa totalmente branca, e a representação de um beijo junto a um *skate* com as cores da bandeira LGBTQIA+, na capa da edição 50, para um público e uma época bastante conservadora, se comparada aos dias atuais.

Figura 2 - Capas Vista: edições 13 e 50



Fonte: Loja Vista.

2.2 Projeto editorial de livros

Um livro é um espelho flexível da mente e do corpo. Seu tamanho e proporções gerais, a cor e a textura do papel, o som que produz quando as páginas são viradas, o cheiro do papel, da cola e da tinta, tudo se mistura à forma e ao posicionamento dos tipos para revelar um pouco do mundo em que foi feito (BRINGHUSRT, 2011, p. 159).

Esta seção buscará abordar aspectos referentes ao processo e projeto gráfico editorial de um livro. Cada um dos pontos que fazem parte do projeto editorial apresenta peculiaridades e variações que, a depender da abordagem escolhida, serão responsáveis por determinar a apresentação usual, formal e estética do projeto final.

2.2.1 Processo Editorial

Como o presente trabalho não pretende trabalhar com um conteúdo informacional e textual pré-definido, e sim desenvolvê-lo na etapa de criação, entende-se como necessária a abordagem da temática processo editorial, visto que o autor também se responsabilizará pela coleta e organização do conteúdo.

De acordo com Haslam (2007), os livros, as revistas ou outros produtos gráfico-impresos similares são um resultado de um processo colaborativo, o processo editorial. O modelo convencional de desenvolvimento costuma situar o autor no início da cadeia de produção e o fluxo posterior pode variar conforme a temática do livro. Na figura abaixo, alguns exemplos podem ser visualizados.

Figura 3 – Modelos de desenvolvimento de livros



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de HASLAM (2007).

No primeiro modelo, tradicional, o autor está em primeiro lugar, sendo responsável pela produção do conteúdo. Nas abordagens subsequentes, situam-se a editora, o editor, o ilustrador/designer/fotógrafo no início da cadeia.

Segundo Haslam (2007), entretanto, o modelo da forma como conhecemos tradicionalmente, em que o autor que tem uma ideia prepara um texto na expectativa de que depois ele seja aceito por um(a) editor(a), está desaparecendo. No lugar, estão surgindo escritores que produzem textos sob encomenda. As editoras (ou casas editoriais), muitas vezes, podem já possuir um conceito e uma ideia para uma coleção de livros prontos e, a partir disso, procuram escritores que possuem conhecimento sobre determinado assunto e solicitam-lhes que escrevam textos de determinado tamanho para um público específico. Para a editora, esse modelo que encara o livro como um produto tem muitas vantagens, como custos mais previsíveis, direitos autorais proprietários e a possibilidade de aplicação com eficiência de um modelo de produção em escala, aumentando o volume de vendas e a sua margem de lucro.

Na maioria das vezes acoplado à estrutura de uma casa editorial, o editor, de acordo com Araújo (2008), é responsável pela “organização, seleção, normalização, revisão e supervisão, para a publicação, dos originais de uma obra”. Ele, juntamente ao autor, é um dos principais responsáveis do processo e desempenha um papel fundamental para o sucesso de uma publicação. O editor, normalmente, trabalha próximo ao diretor de arte os demais membros da equipe editorial, como editores de fotos e produtores (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014).

Segundo com Caldwell e Zapatterra (2014), o diretor de arte é o agente responsável pela organização e ordenação de todo conteúdo, incluindo anúncios, quando houver, e imagens. O diretor de arte trabalha, muitas vezes (a depender da complexidade da publicação), junto a outros designers. Os designers são responsáveis por aplicar a publicação a um layout seguindo os direcionamentos e instruções do diretor de arte. A autonomia que os designers têm nesse processo pode

variar de acordo com o estilo da publicação e o nível de experiência de cada profissional.

A pré-produção é a etapa na qual a arte-final é preparada para a impressão, preparando o trabalho em conjunto com a gráfica que vai executá-lo e avaliando as provas gráficas. Após ela, o produto segue para a etapa de impressão para ser distribuído e chegar ao varejo, canais pelos quais os livros são vendidos (HASLAM, 2007).

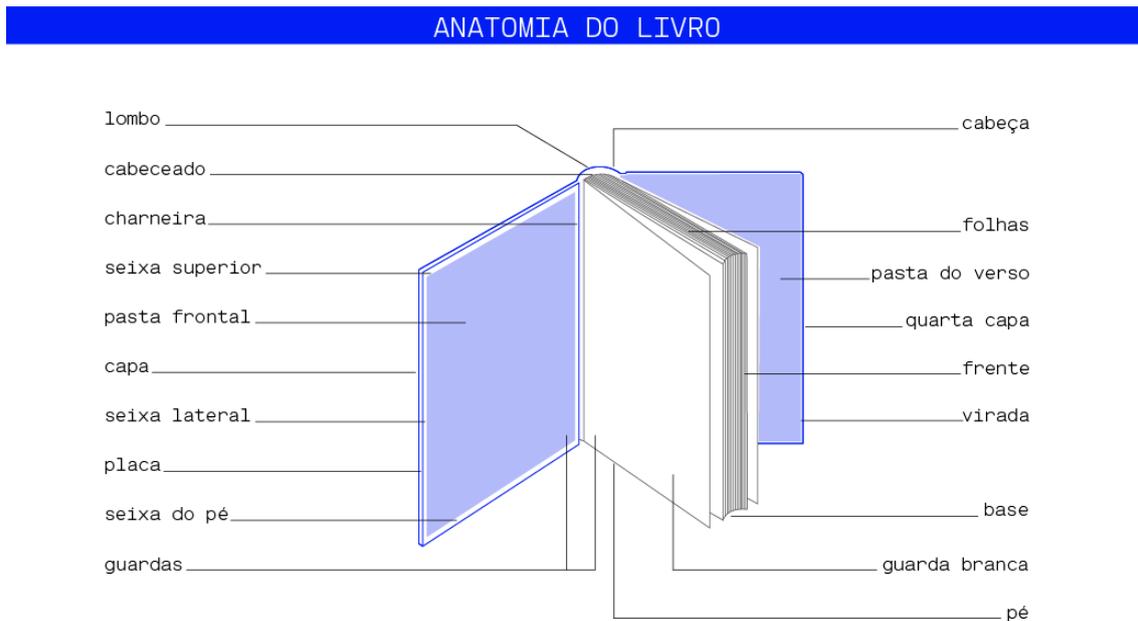
Devido à complexidade de determinadas etapas do processo e a sua relevância para o desenvolvimento deste projeto, certos aspectos do processo editorial e do projeto gráfico serão abordados de maneira mais detalhada nos itens a seguir.

2.2.2 Projeto Gráfico Editorial

Segundo Caldwell e Zapatterra (2014), um bom design editorial deve entregar algo agradável, útil e informativo, dando expressão e personalidade ao conteúdo, atraindo e retendo leitores e estruturando o material de forma clara.

Isso se dá, principalmente, por meio do projeto gráfico editorial, que concebe, planeja e especifica a forma física e visual do livro. Para introduzir o assunto, a figura 4 a seguir ilustra as principais nomenclaturas referentes à anatomia de um livro, segundo Haslam (2007).

Figura 4 – Anatomia do livro



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de HASLAM (2007).

Enquanto a figura 4 apresenta a localização e a nomenclatura das várias partes que compõem um livro, na figura 5 estão exemplificadas as funções destas partes.

Figura 5 – Função de cada parte do livro

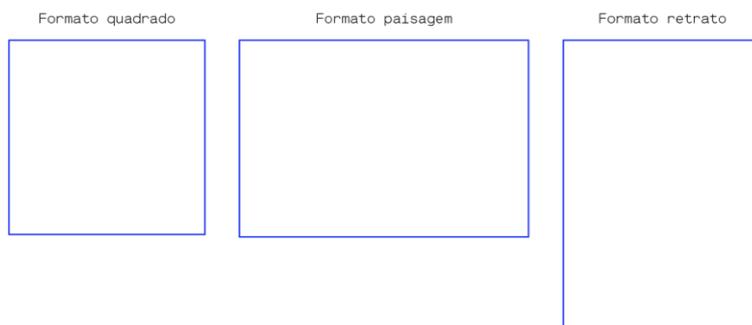
FUNÇÃO DE CADA PARTE DO LIVRO	
LOMBO	Lombada de um livro, onde as páginas são grampeadas, coladas ou costuradas.
CABECEADO	Pedaço de tecido (algodão ou seda) colorido e colado na parte interna da lombada em um livro de capa dura.
CHARNEIRA	Tira de pano ou de couro que se aplica ao longo do encaixe do livro a fim de formar a guarda-espelho.
SEIXA SUPERTOR	Proteção da capa dura que se estende para além do refile final da cabeça do livro.
PASTA FRONTAL	Frente da capa dura formada por uma placa de cartão, parte do material de revestimento e uma folha da guarda.
CAPA	Revestimento de papel, cartão ou outro material que é colado, grampeado ou costurado no miolo do livro.
SEIXA LATERAL	Proteção da capa dura que se estende para além do refile final da frente do livro.
PLACA	Pedaço de cartão formador das pastas da capa dura.
SEIXA DO PÉ	Proteção da capa dura que se estende para além do refile final do pé do miolo do livro.
GURDAS	Folhas de papel encorpado dobradas coladas na placa de cartão na frente e outra no final do livro de capa dura para prender o miolo à capa.
CABEÇA	Superfície superior do miolo do livro.
FOLHAS	Conjunto de duas páginas geralmente numeradas com algarismo ímpar e par na frente verso.
PASTA DO VERSO	Quarta capa do livro de capa dura formada por uma placa de cartão, parte do material de revestimento e uma folha da guarda.
QUARTA CAPA	Verso da capa do livro.
FRENTE	Borda frontal do livro.
VIRADA	Trata-se da porção do material de revestimento da capa dura que recobre as bordas das placas de papelão que formam as pastas.
BASE	Parte inferior do miolo do livro.
GUARDA BRANCA	Folha sem impressão mas que faz a parte do caderno impresso.
PÉ	Superfície inferior do livro.
CADERNO	Folha impressa e dobrada, em múltiplos de quatro páginas para formar uma seção de livro.

Fonte: adaptado pelo autor, a partir de HASLAM (2007).

2.2.3 Formato

Segundo Haslam (2007), o termo “formato” é frequentemente usado de forma equivocada na indústria editorial, fazendo referência a um determinado tamanho. O formato é, na verdade, determinado pela relação entre a altura e a largura da página. Ou seja, livros de diferentes dimensões podem compartilhar de um mesmo formato, que geralmente são três: retrato, paisagem e quadrado. Um livro pode adotar qualquer formato e tamanho, porém cabe ao designer considerar questões práticas, estéticas e de produção. Na figura 6 a seguir é possível visualizar a diferença entre eles.

Figura 6 – Formato de livros

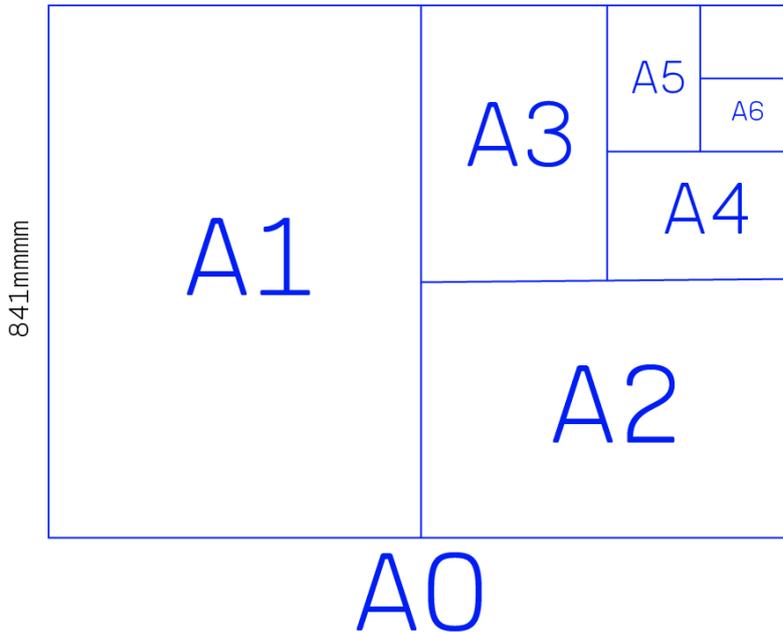


Fonte: adaptado pelo autor, a partir de HASLAM (2007).

Mesmo que uma página possa ter qualquer tamanho e dimensão, algumas dessas dimensões são mais agradáveis aos seres humanos que outras. Por exemplo um livro com uma encadernação muito rígida, como a maioria das brochuras, pode acabar exigindo muito esforço do usuário para ser aberto, gerando uma experiência ruim (BRINGHURST, 2011).

Segundo Bringhurst, na prática, raramente a escolha do formato é totalmente livre. Por exemplo, uma página com 31 x 48cm, provavelmente seria inconveniente e cara, pois excede os 29,7cm x 42cm do formato A3 – unidade internacional padronizada. Somente um retângulo com essas proporções consegue ser cortado pela metade ou duplicado infinitamente, produzindo retângulos da mesma proporção. Por isso, essa proporção foi escolhida como base para os formatos de papel ISO (sigla inglesa da Organização Internacional da Padronização). Na figura abaixo constam os principais tamanhos dessa padronização.

Figura 7 – Formatos de papel ISO
1189mm



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de BRINGHURST (2011).

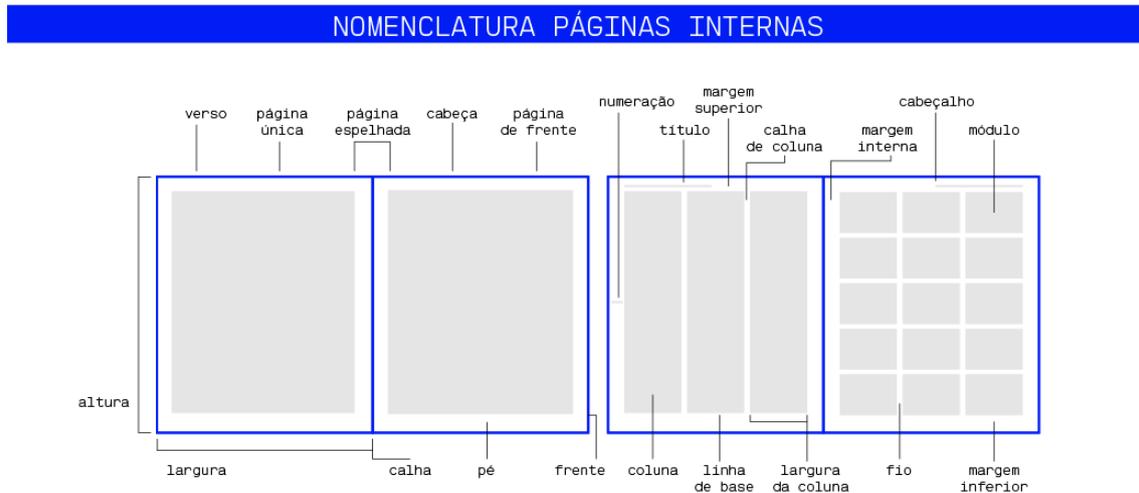
Esse sistema padronizado apresenta vantagens produtivas como, por exemplo, fazer uma cópia de um livro A3 em formato A4 sem perder as proporções. Além disso, todos os produtos feitos seguindo o mesmo padrão acabam sendo compatíveis.

2.2.4 Grade

Enquanto o formato do livro define as proporções externas de um livro, a grade define as proporções internas. O uso da grade proporciona consistência para o livro, tornando a sua forma coerente (HASLAM, 2007).

Antes de nos aprofundarmos no conceito e especificações de grades, é importante que algumas nomenclaturas específicas das páginas internas do livro sejam conhecidas, conforme apresentado na figura 8.

Figura 8 – Nomenclaturas: páginas internas



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de HASLAM (2007).

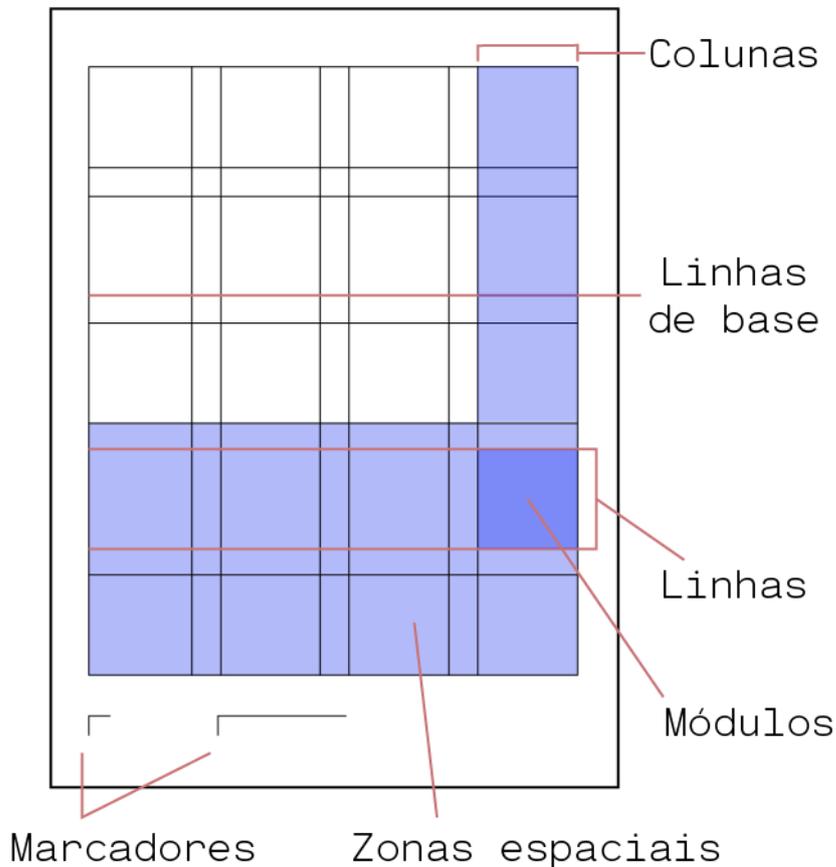
Segundo Haslam (2007), atualmente alguns designers desafiam as convenções da grade e questionam a sua real necessidade, porém, para aqueles que optam por explorar elas, o sistema de grade permite determinar a largura das margens, as proporções da mancha: o número, comprimento e profundidade das colunas, além dos intervalos entre elas.

Jossef Muller Brookman comenta que

o sistema de grade é uma ajuda, não uma garantia. Pressupõe uma série de utilizações possíveis e cada designer pode procurar uma solução adequada ao seu estilo pessoal. Mas é preciso aprender como usar a grade; é uma arte que requer prática (SAMARA, 2017, p. 24).

A anatomia da grade possui vários componentes, conforme podemos analisar na figura 9.

Figura 9 – Componentes da grade



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de SAMARA (2017).

As colunas são alinhamento verticais que criam divisões horizontais entre as margens externas. Cada coluna é separada das suas vizinhas por um espaçamento chamado calha da coluna. Já as linhas de base são alinhamentos que quebram o espaço em zonas horizontais. Essas, quando colocadas de forma regular e em intervalos repetidos do cabeçalho ao rodapé, formam as linhas. Dividindo as colunas e as linhas estão os módulos, unidades de espaço criadas pelas interseções das colunas e linhas. As zonas espaciais são grupos de colunas, linhas e módulos de áreas distintas, que podem desempenhar funções específicas, como a inserção de textos ou imagens. E os marcadores são posicionamentos indicados para um elemento que ocupe consistentemente apenas um local em qualquer seção ou série de layouts (SAMARA, 2017).

Samara (2017) também coloca que existem diferentes sistemas de grade, que podem ser adotados a depender da necessidade. As possibilidades são inúmeras e

na figura a seguir estão representados 4 deles apresentados pela autora: o manuscrito, o de colunas, o modular e o hierárquico.

Figura 10 – Tipos de grade

MANUSCRITO	Consiste em uma grande área retangular na página
COLUNAS	A página é dividida em colunas, permitindo blocos independentes, contínuos ou ambos.
MODULAR	As colunas são divididas por guias horizontais, criando uma matriz de módulos.
HIERÁRQUICO	Se baseia em uma disposição intuitiva dos elementos.

Figura 11 – Tipos de grade



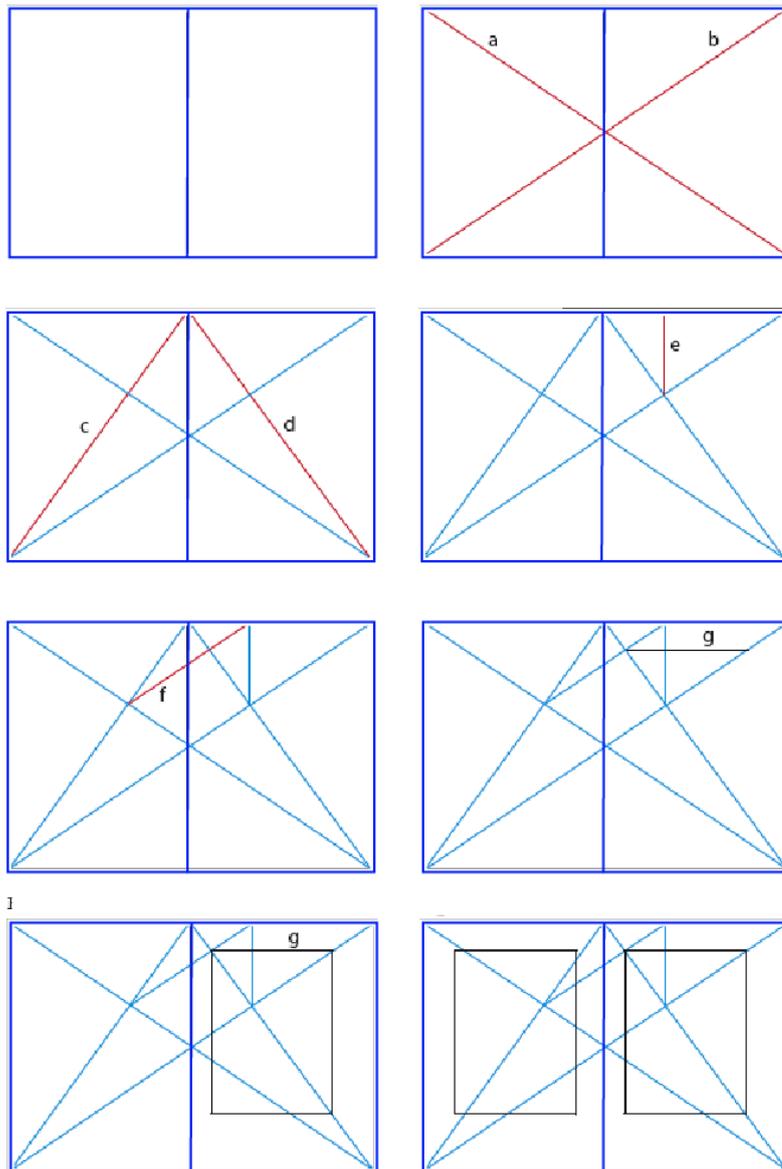
Fonte: adaptados pelo autor, a partir de SAMARA (2017).

Os sistemas de grade, comumente são elaborados a partir de uma proporção. Em seu livro “Elementos do Estilo Tipográfico”, Bringhurst (2011, p. 183) comenta que “é perfeitamente possível criar uma nova escala modular para qualquer projeto, e ela pode se basear em qualquer proporção conveniente, única ou múltipla”.

Um sistema que ficou amplamente conhecido e é frequentemente utilizado para a estruturação de páginas é o diagrama elaborado pelo arquiteto Villard de

Honeccourt. Diferentemente da escala de Fibonacci, o diagrama de Villard permite a divisão da altura e largura da página por 9, gerando 81 fragmentos, cada um com a mesma proporção tanto do formato quanto da caixa de texto (HASLAM, 2007).

Figura 12 - Diagrama de Villard



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de HASLAM (2007).

2.2.5 Tipografia

A tipografia é um dos principais elementos de uma publicação editorial e é necessário que todo designer que pretenda atuar na área domine, pelo menos, os

conceitos básicos. Um profissional que tenha conhecimento sobre tipografia encontrará boas soluções gráficas nos mais diversos sistemas de publicação, inclusive no digital, onde, com alguns ajustes, os princípios tipográficos se aplicam igual aos impressos (ZAPATERRA, 2014).

Para Bringhurst (2011, p. 23),

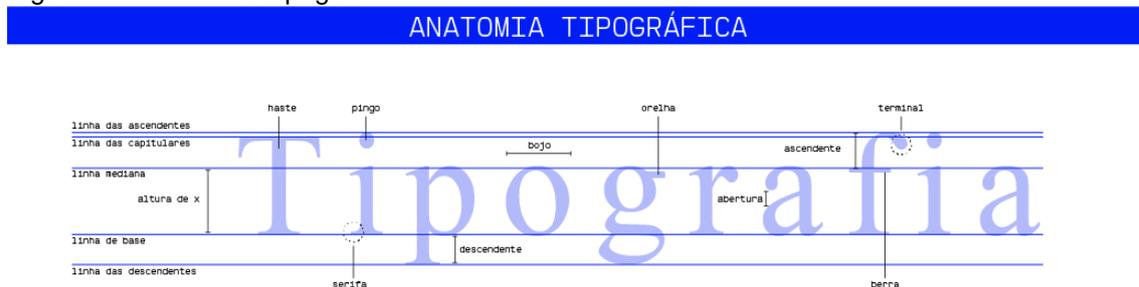
em um mundo repleto de mensagens que ninguém pediu para receber, a tipografia precisa frequentemente chamar a atenção para si própria antes de ser lida. Para que ela seja lida, precisa, contudo, abdicar da mesma atenção que despertou.

Essa complexidade do papel da tipografia faz com que ela seja tão fundamental dentro do contexto de produtos impressos, pois ao mesmo tempo que imprime um caráter visual para a página, deve, na maioria dos casos, acompanhar o princípio da legibilidade.

Bringhurst (2011) comenta que, apesar de existirem exceções, a tipografia deve prestar os seguintes serviços ao leitor: convidá-lo à leitura; revelar o teor e o significado do texto; tornar clara a estrutura e a ordem do texto; conectar o texto a outros elementos existentes; e induzir a um estado de repouso energético, que é a condição ideal da leitura.

Aliado a um entendimento das funções da tipografia, é importante que também seja de conhecimento do designer a anatomia das fontes, para que ele possa fazer escolhas coerentes para um determinado projeto. A figura a seguir ilustra os principais elementos e terminologias.

Figura 13 – Anatomia tipográfica



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de LUPTON (2007).

2.2.6 Impressão

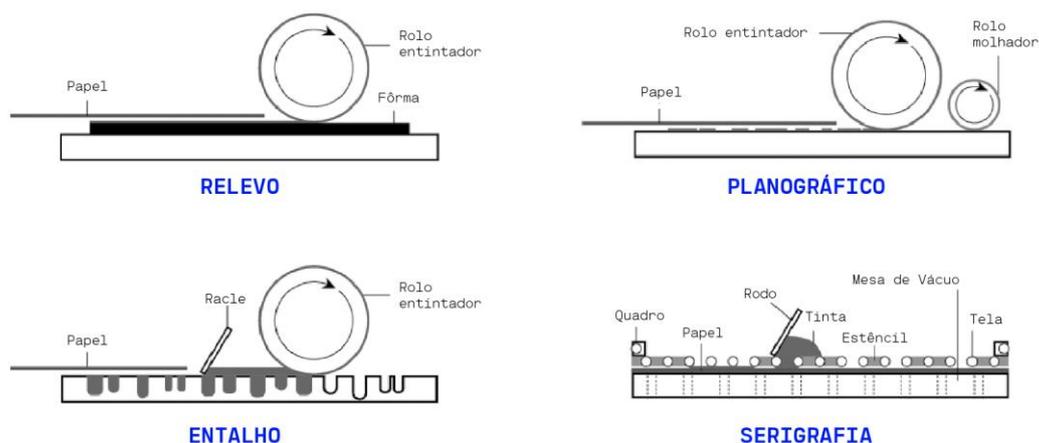
Haslam (2007) apresenta quatro estilos de impressão que variam conforme o seu mecanismo de transferência de tinta para o papel: serigráfica, em relevo, planográfica, e em entalo.

A impressão em serigrafia, ou em estêncil, é bastante antiga: romanos, chineses e japoneses empregavam estênceis para imprimir desenhos em telas, tetos e tecidos há mais de 1500 anos. Essa técnica é caracterizada pelo processo em que a tinta é forçada a passar através de uma tela, originalmente feita de seda, mascarada com um estêncil para evitar a passagem de tinta nas áreas onde não se deseja, enquanto nas outras a tinta passa em direção ao papel.

A técnica da impressão em relevo é caracterizada pelo depósito da tinta em uma superfície em alto-relevo que é transmitida para o papel. Essa técnica abrange os processos de xilografia, lineografia e a tipografia.

Na impressão planográfica, a tinta é depositada na superfície da matriz. Seu exemplo mais comum é a impressão *offset*, amplamente utilizada atualmente. Já no processo de entalho, a tinta preenche célula abaixo da superfície da matriz. Essa técnica inclui as impressões por gravação com ácido, buril e a rotogravura.

Figura 14 – Tipos de impressão



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de Haslam (2007).

Além das quatro técnicas exemplificadas acima, um outro processo que vale ser considerado no presente trabalho é a risografia. A risografia é um formato de

impressão que foi implementado pela empresa japonesa Riso Kagaki Corporation, em 1986, utilizada em suas impressoras com tecnologia Risograph. Apesar da existência de técnicas mais modernas atualmente, a impressão em risografia vem sendo muito utilizada por designers que pretendem empregar uma estética particular em seus impressos. A Vista, em algumas publicações, optou por esse tipo de impressão, porém, para o presente trabalho, o modelo de impressão mais adequado será escolhido somente na etapa de definição.

Somado aos objetivos estéticos, é importante que, ao definir o processo de impressão, sejam considerados também outros fatores, como adequação às necessidades do projeto, tiragem, custo, suporte, viabilidade, conhecimento prévio da técnica e usabilidade (VILLAS-BOAS, 2010).

2.2.7 Acabamentos

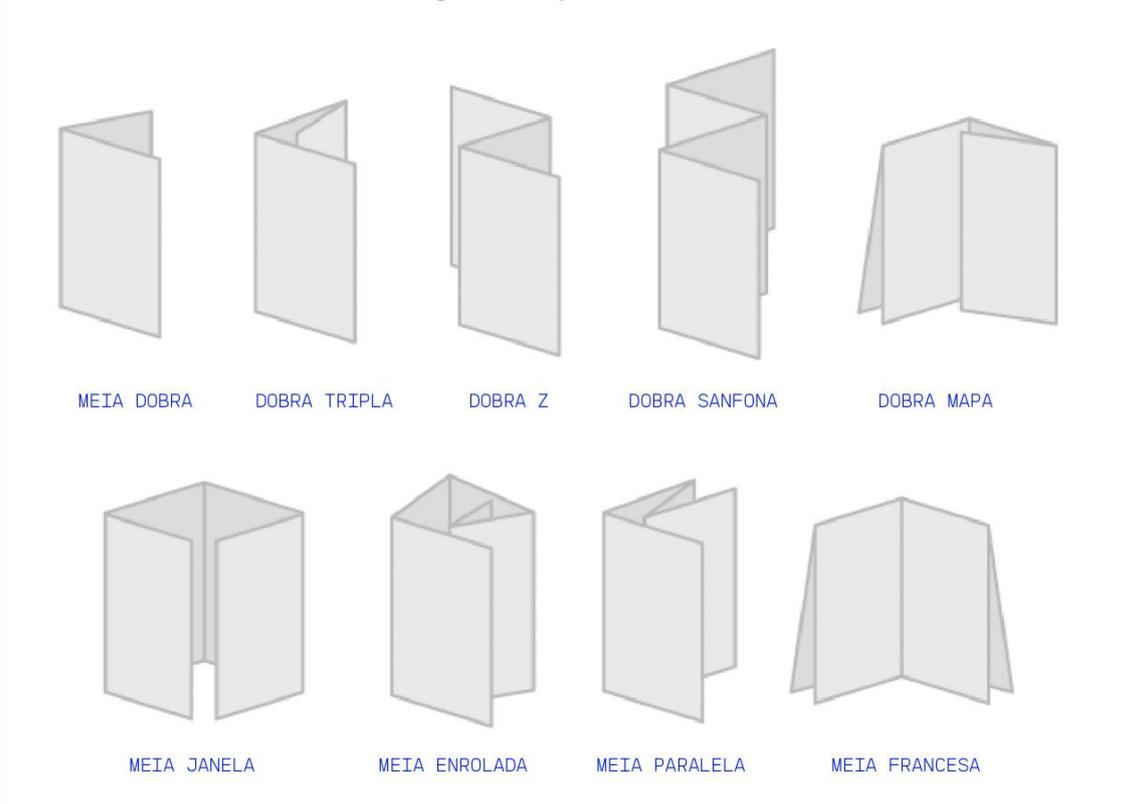
No final da etapa de produção, o livro passa por processos de acabamento e encadernação. De acordo com Ambrose e Harris (2008), o acabamento fornece os toques finais do design editorial depois que o suporte já foi impresso.

As primeiras técnicas de encadernação de livros foram desenvolvidas no século 1 a.C e, durante muitos anos, o processo de acabamento se manteve puramente manual. Foi apenas no século XIX que as máquinas começaram a fazer parte do processo de encadernação, dobrando as folhas impressas e transformando-as em cadernos. Foi quando o livro, finalmente, pôde ser transformado em um produto da indústria, substituindo o trabalho manual. Entretanto, apesar dos avanços tecnológicos, alguns designers e editores têm demonstrado um renovado interesse pela encadernação manual, que sobrevive como ofício quando se busca produzir objetos de arte, com edições limitadas e baixas tiragens (HASLAM, 2007).

Haslam (2007) descreve o processo de encadernação de capa dura através das seguintes etapas: dobra de folhas - as folhas impressas são dobradas formando cadernos; alceamento - os cadernos são reunidos na ordem determinada; costura: os cadernos são unidos por meio de fios de linha na lombada; refile - o livro é refilado para o formato final por uma guilhotina; colagem - a encadernação é reforçada pela colagem de um adesivo na lombada; e montagem da capa dura - a capa é revestida e os cadernos fixados.

Existem também alguns casos em que são realizados acabamentos na pós-impressão, como facas de corte, técnicas especiais de impressão, laminações, impressão em relevo seco, impressão em baixo relevo, *hot-stamping*, corte e vinco, corte a laser, dobras e encadernação. Na figura a seguir, são ilustrados alguns tipos de dobras.

Figura 15 – Tipos de dobras



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de Print Giant (2012).

3 METODOLOGIA DE PROJETO

3.1 Projetos Editoriais Impressos

Volnei Matté (2004), professor do Instituto de Artes Visuais da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), ao perceber a carência de uma metodologia voltada para a área de produtos gráficos impressos e a pouca quantidade de pesquisas na área, desenvolveu uma proposta de metodologia considerando as estruturas e as relações com as diferentes complexidades de produtos gráficos impressos.

A proposta metodológica tem intenção de servir como um ponto de apoio e contribuir para o desenvolvimento das capacidades e para a habilidade do profissional que optar pela utilização dela, e não ser um fator limitante ao projeto visto que, conforme destacado pelo autor, a utilização rígida de uma metodologia traz inúmeras dificuldades ao desenvolvimento do projeto.

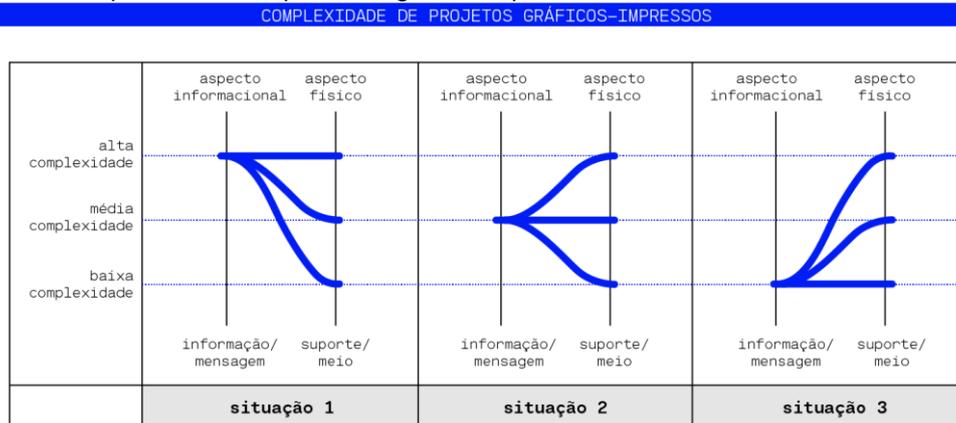
Além disso, a utilização de uma metodologia apoia o estudante ou o profissional na compreensão da totalidade do projeto, proporcionando segurança e autonomia para tomar decisões e buscar soluções adequadas.

A importância de uma metodologia voltada para produtos gráficos impressos se dá, principalmente, porque o processo projetual para desenvolvimento de produtos de comunicação apresenta significativas diferenças se comparado a produtos de artefato ou ambiente. Enquanto os produtos de artefato e ambiente possuem, na maioria das vezes, suas funções enfocadas para seu aspecto físico, produtos de comunicação, nos quais projetos gráficos-editoriais se enquadram, têm seu foco no aspecto informacional, fazendo com que, para um bom resultado, seja necessário considerar as mensagens verbais e visuais inseridas em seu aspecto físico. Por isso, para esse tipo de projeto, o aspecto informacional (caracterizado pela informação/mensagem) e o físico (caracterizado como suporte/meio) devem ser abordados.

A metodologia também considera as diversas variações que podem existir quando analisamos a complexidade de produtos gráfico impressos. Assim como existem produtos de baixa complexidade no seu aspecto informacional e alta complexidade no seu aspecto físico, o contrário também pode acontecer - produtos com uma alta complexidade na sua informação/mensagem, porém uma baixa

complexidade no seu suporte/meio. O método propõe um equilíbrio entre os dois aspectos e recomenda que, para casos que destoam muito desse objetivo, sejam feitas adaptações para melhor utilização. A figura a seguir permite uma visualização comparativa entre esses diferentes cenários.

Figura 16 - Complexidades de produtos gráfico impressos



Fonte: adaptado pelo autor, a partir de MATTÉ (2004).

Para os casos em que o objetivo final se enquadra no explicitado pelo autor, a metodologia projetual proposta apresenta-se dividida em oito etapas.

A etapa inicial, de problematização. As seis intermediárias, que se subdividem em três fases: a compreensão do projeto (pesquisa e análise), a configuração do projeto (definição e modelação inicial) e a execução do projeto (modelação final e normatização). E a etapa final, de supervisão.

A etapa inicial e final não foram agrupadas em fases por se tratar de situações independentes, que iniciam e finalizam o projeto.

A primeira etapa, denominada problematização, tem como intenção expor o problema, assim como desenvolver o programa e o contrato de projeto. Essa etapa permite ao projetista perceber a necessidade de organização e legitimação do trabalho, além do comum acordo entre as partes envolvidas, proporcionando segurança e responsabilidade para ambos.

A fase seguinte, de compreensão do projeto, visa ao completo entendimento do projeto e consiste, basicamente, em entrevistas, questionários, textos, esquemas etc. Ela se subdivide nas etapas de pesquisa e análise.

Em pesquisa, busca-se a realização de pesquisas diacrônica e sincrônica, que têm como objetivo compreender a evolução dos aspectos informacionais e físicos do produto em questão e a pesquisa de aspectos mercadológicos, com o objetivo de identificar requisitos e restrições do produto por meio do reconhecimento do público-alvo, fornecedores e o processo de comercialização/distribuição do produto.

Em análise, são diagnosticadas e organizadas as funções lógico-informacionais, técnico-funcionais e estético-formais dos produtos gráfico-impresos coletados na etapa anterior.

As etapas posteriores, de definição e modelação inicial, são contempladas na fase de configuração de projeto, que propicia ao projetista a ampla utilização de suas habilidades criativas por meio do desenvolvimento de textos, rabiscos, rascunhos e esboços, até que se alcance um nível em que aspectos informacionais e físicos já estão suficientemente definidos para uma primeira apresentação para o cliente.

Na etapa de definição busca-se estabelecer a lista de requisitos do produto, hierarquia de fatores projetuais e a redefinição do problema projetual. A redefinição se dá, principalmente, porque após o desenvolvimento das etapas anteriores, o projetista obterá uma percepção mais aprofundada do seu problema projetual podendo, assim, reestruturá-lo.

Em modelação inicial, serão modelados aspectos informacionais e físicos do produto, contemplando desde modelos iniciais até modelos intermediários. Nessa etapa, o projetista poderá explorar diferentes ferramentas de modelação para decidir qual a melhor solução para atingir o resultado esperado.

A terceira fase da metodologia é a de realização do projeto. Nela, o projetista buscará a modelação final do produto. Ela se subdivide nas etapas de modelação final e normatização. A etapa de modelação final busca atingir um nível de protótipo do projeto onde se considere adequado e sem modificações, para que seja possível seguir para modelos de apresentação mais precisos e fiéis.

E, na etapa de normatização, será realizada a preparação técnica do projeto para a produção industrial, contemplando a codificação e descrição técnica de produção do projeto.

A última etapa da metodologia é a de supervisão, visando o controle da qualidade e funcionalidade do produto por meio do apoio técnico à produção e à implementação.

A figura abaixo representa visualmente a estrutura da metodologia de Matté.

Figura 17 – Metodologia projetual para produtos gráficos impressos

METODOLOGIA PROJETUAL PARA PRODUTOS GRÁFICOS-IMPRESSOS		
FASES	ETAPAS	ATIVIDADES
	problematização	exposição do problema programa contrato
compreensão do projeto período informativo no qual são reconhecidos os princípios lógico-informacionais, técnico-funcionais, estético-formais e mercadológicos do produto, identificando o universo no qual está inserido.	pesquisa	diacrônica sincrônica aspectos mercadológicos
	análise	função utilitária/necessidade uso/funções técnico-físicas estruturas e processos produtivos/custos formal e informacional
configuração do projeto período de concepção no qual todas as informações anteriormente compreendidas são convertidas em textos, esquema e desenho iniciais do produto.	definição	lista de requisitos hierarquia dos fatores projetuais redefinição do problema
	modelação inicial	modelos iniciais/intermediários
realização do projeto período de aprimoramento do desenho do produto e preparação e segundo os requisitos de produção industrial.	modelação final	modelos finais
	normatização	codificação para produção descrição técnica de produção
	supervisão	apoio técnico a produção e implementação

Fonte: adaptado pelo autor, a partir de MATTÉ (2004).

3.2 Human-Centered Design

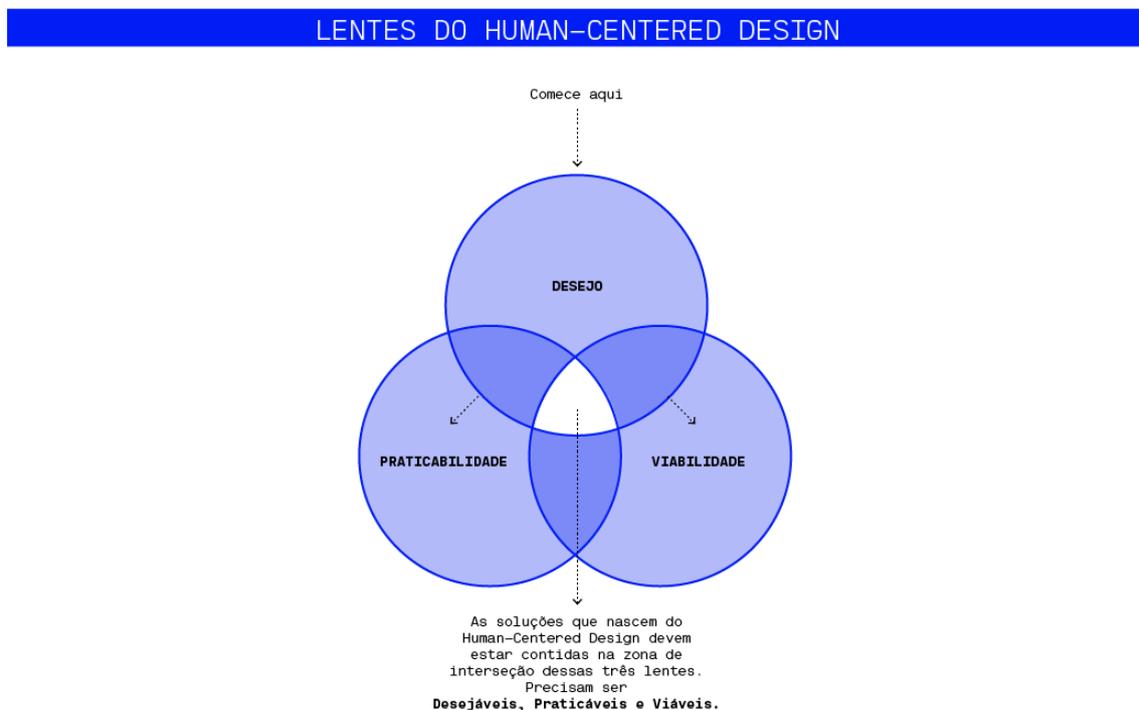
Proposta em 2009 pela IDEO, Human-Centered Design (HCD), ou “Design Centrado no Ser-Humano”, traduzindo para o português, é uma abordagem de design que se orienta pela perspectiva humana em todas as suas etapas. O processo tem como premissa entender as necessidades, os desejos e os comportamentos das

peças cuja solução de projeto pretende impactar. Dentro da metodologia, esse entendimento ocorre por meio da “lente do Desejo”.

Após identificado o desejo do usuário, examinam-se as soluções também por meio de outras duas perspectivas, denominadas “lentes”, a da Praticabilidade e da Viabilidade.

Dessa forma, conforme ilustrado na figura 18 abaixo, as soluções de projetos desenvolvidos utilizando a metodologia Human-Centered Design devem estar contidas na intersecção dessas três lentes:

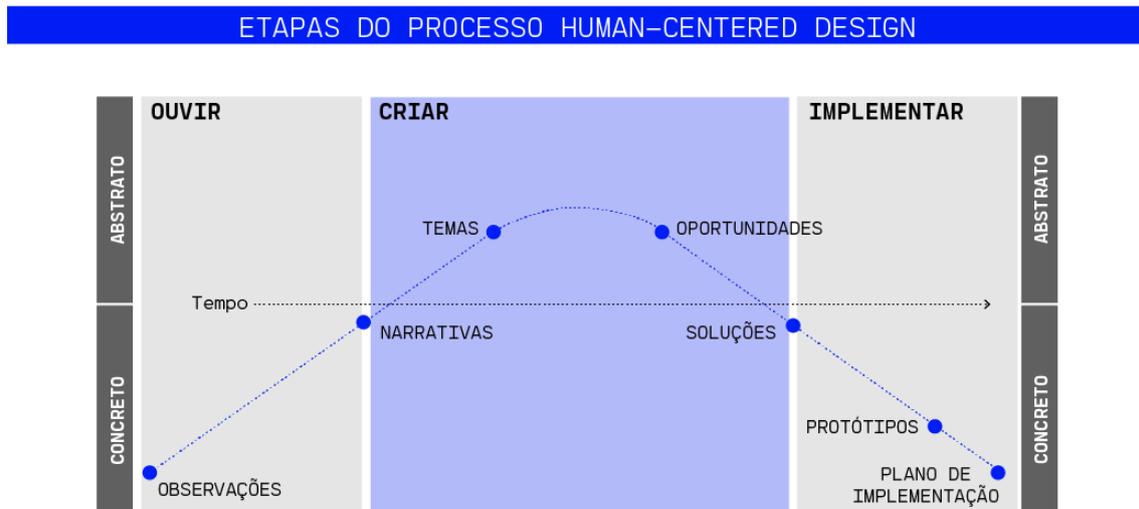
Figura 18 – As três lentes do Human-Centered Design



Fonte: adaptado pelo autor, a partir Field Guide to Human-Centered Design.

Além da perspectiva das lentes, a metodologia do Human-Centered Design conta com um processo, dividido em três fases: Ouvir, Criar e Implementar. A figura 19 permite a visualização das fases do processo e em que momento elas estão conectadas a um pensamento mais abstrato, identificando temas e oportunidades, ou concreto, com soluções e protótipos.

Figura 19 - Etapas do processo Human-Centered Design



Fonte: adaptado pelo autor, a partir Field Guide to Human-Centered Design.

A primeira etapa do HCD propõe um momento de observação e escuta, possibilitando a aprendizagem a partir de pessoas reais, descobrindo suas expectativas e aspirações. Para que isso seja possível, é sugerido a organização e condução de pesquisas de campo, com os objetivos de gerar empatia com os usuários e coletar histórias. Os resultados desta etapa são as observações sobre a realidade que proporcionam o entendimento profundo das necessidades, dos desafios e das restrições das pessoas. A partir de ferramentas sugeridas, a fase “Ouvir” ajuda a compreender por onde deve-se começar a projetar, como conduzir entrevistas e como manter pessoas no centro da pesquisa e do projeto (IDEO, 2015).

Na segunda etapa, denominada “Criar”, o objetivo é traduzir os dados coletados anteriormente em estruturas e possíveis protótipos. Para tal, um processo intermediário de síntese e interpretação é sugerido, selecionando informações e traduzindo possíveis ideias para o desenvolvimento de oportunidades. Nesta fase deve acontecer a compreensão dos dados e a identificação de padrões para a criação de soluções. Segundo o método, esta é a parte mais abstrata do processo, em que se transformam necessidades reais dos indivíduos em *insights* mais gerais. A abordagem de criação auxiliará na compreensão do que foi aprendido e na validação de ideias (IDEO, 2015).

A terceira e última etapa visa a tornar as soluções desejáveis já criadas em projetos viáveis, a fim de selecionar as melhores ideias e maximizar o seu impacto. Em “implementar”, serão desenvolvidos projetos de inovação a partir de pilotos e

acompanhamento de impacto (IDEO, 2015)

3.3 Metodologia adaptada

Enquanto a metodologia desenvolvida por Volnei Matté (2004) se apresenta como um processo adequado e detalhado para o presente projeto, por ter seu foco no desenvolvimento de produtos gráfico-impresos, a metodologia Human-Centered Design aborda, de maneira mais presente, o fator humano ao longo do processo.

Entendendo-se os pontos de destaque de cada metodologia, é proposta uma adaptação que considera, como base estrutural, a metodologia Projetos Editoriais Impresos, adaptada e somada a alguns direcionamentos da metodologia da IDEO (2009), visando contemplar os desejos e as necessidades do público para qual está se projetando e, assim, contribuir para o desenvolvimento do projeto.

Dessa forma, chegou-se a um processo que considera as 3 fases principais da metodologia de Matté (2004), seguindo o seu fluxo de etapas e buscando a combinação das atividades desta às ferramentas da abordagem Human-Centered Design, com a intenção de considerar o fator humano durante o processo por meio da integração dos usuários ao longo do desenvolvimento das etapas de compreensão, configuração e realização do projeto.

A figura a seguir permite a visualização das fases e etapas da metodologia adaptada do projeto.

Figura 20 - Metodologia adaptada

METODOLOGIA ADAPTADA	
FASES	ETAPAS
	problematização
compreensão do projeto período informativo no qual são reconhecidos os princípios lógico-informacionais, técnico-funcionais, estético-formais e mercadológicos do produto, identificando o universo no qual está inserido.	pesquisa
	análise
configuração do projeto período de concepção no qual todas as informações anteriormente compreendidas são convertidas em textos, esquema e desenho iniciais do produto.	definição
	modelação inicial
realização do projeto período de aprimoramento do desenho do produto e preparação e segundo os requisitos de produção industrial.	modelação final
	normatização

Fonte: adaptada pelo autor, a partir de MATTÉ (2004).

4 COMPREENSÃO DO PROJETO

A fase de compreensão de projeto, conforme apresentado anteriormente, tem como objetivo reconhecer os princípios lógico-informacionais, técnico-funcionais, estético-formais e mercadológicos do produto, para que se possa ter uma compreensão mais aprofundada do universo no qual está inserido. A partir da metodologia adaptada proposta, durante a primeira fase, serão percorridas duas etapas: a de pesquisa e a de análise, utilizando-se de ferramentas provenientes da metodologia Human-Centered Design.

4.1 Pesquisa

Conforme apresentado anteriormente, o desafio de projeto deste trabalho apresenta duas perspectivas distintas: a da Vista, representada pela empresa e seus colaboradores; e a do público, pessoas que consumiram o conteúdo da Vista ao longo da sua história e possíveis consumidores do livro comemorativo de 18 anos. Dado esse contexto, para que a etapa de pesquisa fornecesse um embasamento qualificado para as etapas posteriores, entendeu-se necessário um aprofundamento de ambas as perspectivas.

4.1.1 VISTA – Consumidores

Para o tópico “VISTA – Consumidores”, a pesquisa foi embasada por um questionário online.

4.1.1.1 Questionário “VISTA – Consumidores”

Com o objetivo de obter uma compreensão mais aprofundada de quem é o público consumidor da Vista e coletar informações relevantes referentes a suas percepções sobre a marca, foi analisado um questionário *on-line* realizado por meio da plataforma Google Formulários, divulgado pelos canais da própria empresa (e-mail marketing e Instagram). A fim de incentivar mais pessoas a responderem a pesquisa, foi comunicado que, ao final do período de coleta de informações, seria sorteado um exemplar do Livro de 15 anos da Vista para um dos respondentes.

O questionário contou com 10 perguntas objetivas obrigatórias e uma pergunta dissertativa não obrigatória. Ao total, foram obtidas 96 respostas em um período de 9 dias. Essas respostas podem ser conferidas na íntegra no Apêndice I.

Um dos objetivos da análise do questionário era obter um embasamento do perfil demográfico dos consumidores Vista e, a partir das duas primeiras perguntas, foi possível descobrir que o público é composto, majoritariamente, por homens cisgênero (79.2%). Em relação à faixa-etária, mais da metade dos respondentes (54.2%) se enquadraram no intervalo de 25 a 35 anos, 21 respondentes (21.9%) de 18 a 24 anos e 20 (20.8%) de 35 a 45 anos. Apenas 3 respondentes (3.1%) assinalaram estar acima dos 46 anos e nenhum respondente para a faixa-etária abaixo dos 17 anos.

A partir de um maior entendimento do perfil demográfico, as perguntas seguintes apoiam na compreensão da relação do público com o *skate*, visto que, apesar de em sua origem a revista ter surgido com esse foco, ao longo dos anos essa visão foi diversificada, contemplando temáticas mais amplas como arte, música e outros assuntos relacionados à contracultura.

Para a questão: “Você anda de skate?”, 66,7% responderam que sim, como forma de diversão, 30.2% responderam que não, mas se identificam com o *lifestyle*, 2.1% (dois respondentes) sinalizaram ser skatistas profissionais e apenas 1 respondente respondeu que não anda de *skate* e não se identifica com o *lifestyle*.

Após as perguntas iniciais, que englobaram o perfil demográfico e a relação dos consumidores com o *skate*, questionou-se sobre os assuntos que eram consumidos com maior frequência pelos respondentes. Dentre as possíveis respostas, a que teve um maior número de votos foi “Música”, seguida por “Skate”, “Filmes, Séries e Documentários”, “Design, Arte, Grafite e Pixo” e “Moda, Estilo e Tênis”.

Em música, os gêneros que receberam maior destaque foram “Rap, Trap e Hip Hop”, “Rock e Indie” e “MPB e Samba”. Também foi questionado qual a preferência de formato de consumo dos consumidores e onde costumam ouvir, assistir e ler seus conteúdos preferidos. Como resultado, em relação a formatos, se destacou o consumo de imagens e fotografias seguidas por vídeo. Para a pergunta relacionada ao local de consumo, os mais votados foram Youtube e Instagram, seguidos por plataformas de *streaming* como Netflix, Amazon Prime, Spotify e Deezer.

Na parte final do questionário, o foco das perguntas foi entender como os consumidores se relacionam com a Vista. Para isso, foram realizadas perguntas sobre onde os respondentes costumam consumir o conteúdo, o que gostariam de ver mais e como conheceram a Vista. Para a pergunta relacionada ao local de consumo, o grande destaque foi o Instagram, com 88.5% dos votos. Sobre o que gostariam de ver mais, as respostas mais comuns foram “Arte urbana” e “Entrevistas com personalidades do skate, música e cultura”. E, para a pergunta sobre como conheceram a Vista, 53.1% responderam que foi por meio das revistas impressas, 33.3% por meio do Instagram, e 31.3% em “Eventos, Festas e Campeonatos de Skate”.

A última pergunta, dissertativa, questionou “O que vem a sua mente quando você pensa na Vista?”. As respostas foram diversas, porém pode se destacar que, como também foi percebido na questão 4, muitos dos consumidores colocam temáticas como “arte” e “música” à frente da temática “skate”.

Além disso, como conclusões gerais do questionário, foi possível perceber que os conteúdos da Vista ainda têm pouca penetração no público feminino e no público mais jovem (abaixo de 18 anos) e que, muito além das manobras, o público consumidor do conteúdo Vista enxerga o *skate* como cultura, atitude, forma de expressão.

4.1.2 VISTA – Colaboradores

Para complementar a pesquisa feita para entendimento do público e seus interesses, no tópico “VISTA – Colaboradores” optou-se pela pesquisa por meio de entrevistas individuais. Foram realizadas entrevistas com dois colaboradores da empresa, os sócios Alexandre e Fernando.

Contendo 5 perguntas, as entrevistas foram realizadas por meio de videoconferência e buscaram levantar três pontos principais: a perspectiva histórica dos conteúdos da Vista na visão interna, as expectativas para o projeto editorial de um livro comemorativo de 18 anos, e a exploração de ideias e contribuições para o desenvolvimento dele.

4.1.1.2 Entrevistas colaboradores

Para Fernando, a identidade do conteúdo da Vista mudou pouco ao longo dos anos, seguem sendo explorados conteúdos relacionados ao *underground* e “cenas” alternativas. O que acontece, na visão do entrevistado, é que as mensagens são transmitidas de formas diferentes de acordo com a época, principalmente referente ao meio, migrando do impresso para plataformas digitais como *website*, Instagram, Youtube, Spotify, entre outras.

Fernando também pontua que, na sua percepção, um livro comemorativo de 18 anos deve estar conectado com o formato no qual a maioria dos conteúdos foi produzido ao longo da história da revista: de fora para dentro. Isto é, contando com colaboradores que não necessariamente trabalham na empresa, mas que apresentam vontade de colaborar. Ele também comenta que essa história de 18 anos deve ser contada por pessoas que apresentam muita conexão com a Vista, seja por ser fã seja por ter colaborado diversas vezes. Fernando também comenta que, diferente do que foi feito na edição comemorativa de 15 anos, o conteúdo deve estar conectado à temática 18 anos de forma integral, e não pontual.

Ao ser questionado sobre como imagina esse livro no quesito projeto-gráfico, Fernando comentou que visualiza um produto grande, robusto, com técnicas de impressão não tradicionais e uma estética contemporânea. Antes de finalizar, o entrevistado acrescentou que, apesar de se tratar de um livro, considera importante não ignorar a época em que vivemos e, por isso, explorar o multicanal pode ser interessante, conectando o livro a outros formatos e, também, documentando o seu processo de criação.

Para Alexandre, o conteúdo da Vista é marcado por fases. Nos primeiros anos, não se tinha muita experiência e, por isso, buscava-se apoio com pessoas que tinham. Essas pessoas ajudaram muito na construção de identidade da marca. Na sua visão, a Vista sempre teve um fio condutor bem forte, o *skate*, porém relacionando os conteúdos à parte cultural, motivados tanto por gostos pessoais como por uma carência percebida no mercado. Alexandre também pontua que, por muito tempo, a produção de conteúdo, nas suas palavras, era feita no “*freestyle*”, sem pilares editoriais, pautas fixas e com poucas pessoas trabalhando. Atualmente, uma maturidade e organização maior já foi atingida.

Ao ser questionado sobre como imagina o livro comemorativo de 18 anos, Alexandre comentou que ele deve ser imponente, “aquele livro que fica na mesa de centro da sala”. Para ele, atualmente, essa é a única justificativa para fazer algo impresso. Por isso, se faz necessário explorar técnicas alternativas de produção gráfica e ter um cuidado minucioso na escolha do suporte, das cores, dos materiais e dos acabamentos em geral.

Em relação ao conteúdo, o entrevistado comentou que não tem uma visão clara, mas pontuou que considera importante a conexão com pessoas externas à organização que produzem conteúdos de qualidade e que estão conectadas aos pilares da identidade da Vista: *skate*, arte, música etc.

Assim como Fernando, Alexandre comentou da importância de não se limitar somente ao formato impresso, pontuando que o livro pode ser o objeto principal do projeto comemorativo de 18 anos, mas que seria interessante que ele também se desdobre em outros formatos, como eventos, exposições e experiências digitais.

Antes de finalizar, o entrevistado contribuiu com possíveis ideias para o produto, como a sua separação em capítulos que poderiam ser lançados separadamente, formando algo único no final. Ainda, sugeriu uma possível relação da temática do livro, “18 anos”, com o fator “maioridade”.

4.2 Análise

A partir de um entendimento mais aprofundado dos objetivos do projeto e componentes do design editorial, esta etapa da metodologia tem como intenção fazer um levantamento e análise de projetos editoriais que, de alguma maneira, se assemelham com o projeto em questão, objetivando identificar padrões, divergências e inspirações.

A seleção dos projetos editoriais analisados embasou-se em três norteadores: projetos editoriais de edições anteriores da Vista; projetos editoriais comemorativos; e projetos editoriais de vanguarda. Em outras palavras, buscou-se um aprofundamento no legado existente; em projetos de temática semelhante; e em projetos que podem servir como referências gráfico-visuais.

Baseado nos norteadores e acervo disponível, foram selecionados cinco objetos de análise ao total: Legado (Vista, 2019); Mesa Vista (Vista, 2019); Design to

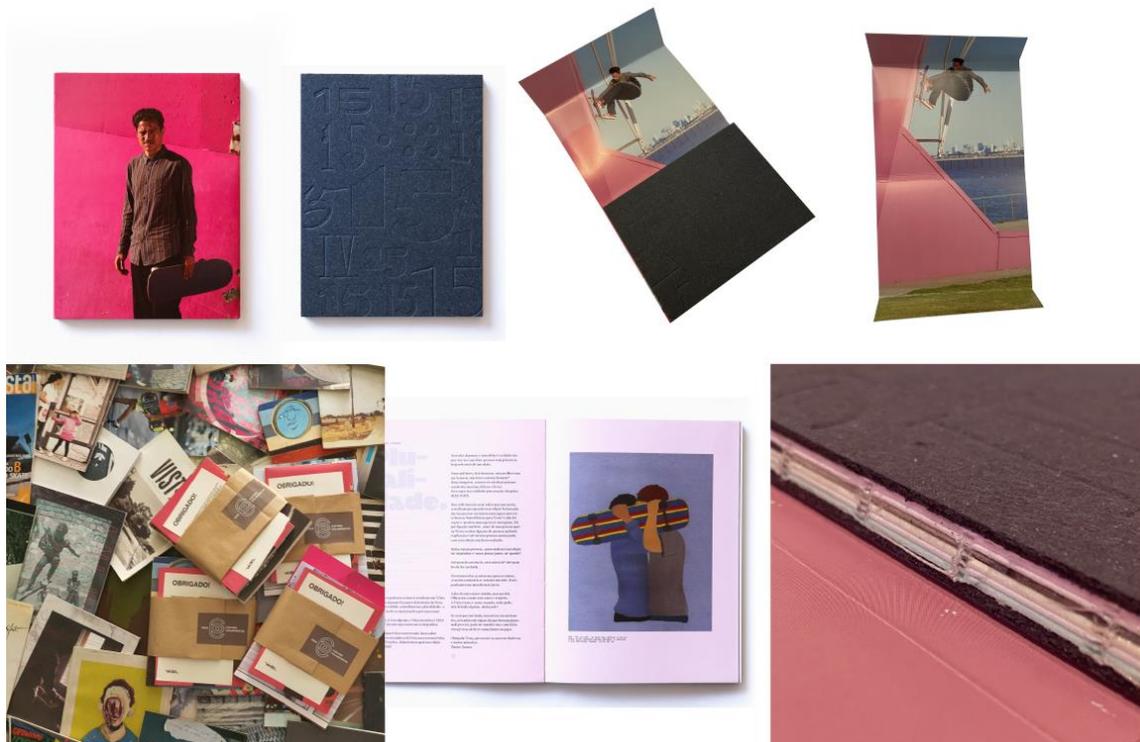
Branding (DBA Editora, 2020); Bolovo 10 Anos (Pancrom, 2016); e Beauty (Phaidon Press, 2018).

A seguir, os projetos selecionados para análise serão brevemente apresentados, para que seja possível compreender a sua proposta, bem como sejam analisados em seu conteúdo e projeto gráfico. Também serão apresentados quadros considerando fatores como: formato, dimensão, número de páginas, grade, tipografia, suporte, encadernação e acabamentos.

4.2.1 Legado (Vista, 2019)

O livro Legado foi lançado em 2019 com o objetivo de celebrar os 15 anos de história da Vista. Para isso, materiais do acervo das edições anteriores foram resgatados e novos conteúdos foram produzidos para criar, pela primeira vez na história de empresa, uma edição em capa dura.

Figura 21 - Detalhes do livro Legado

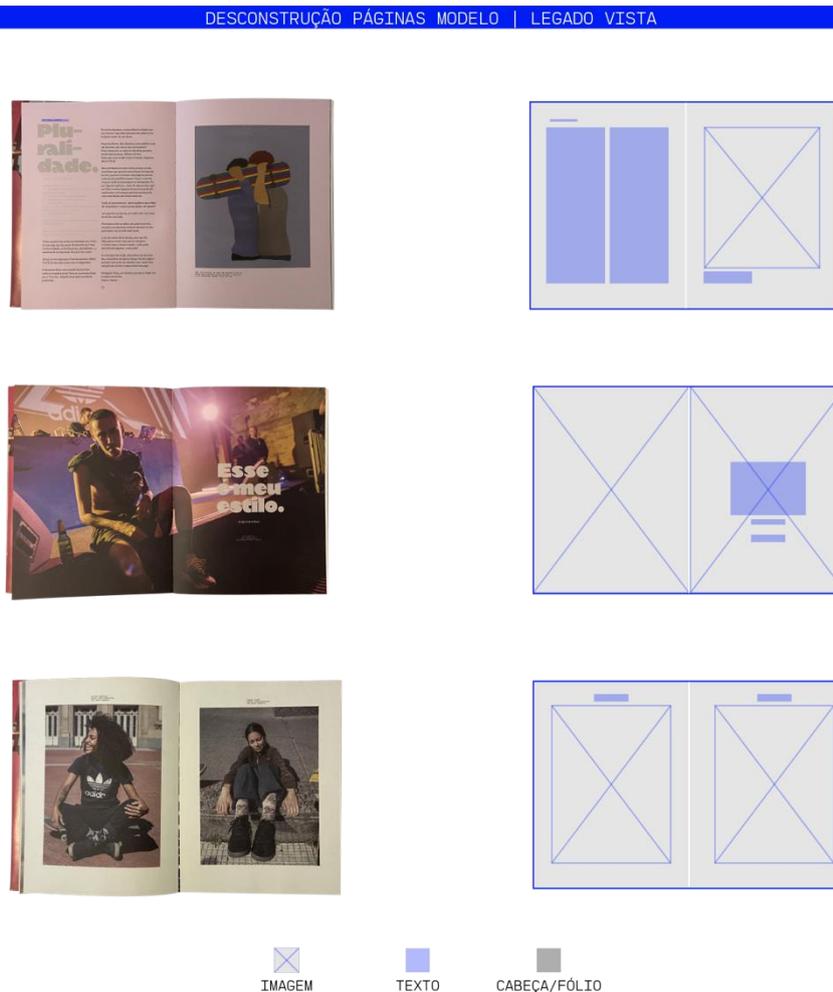


Fonte: autor.

O conteúdo do livro se estrutura de maneira bastante livre, sem uma linha guia que seja perceptível pelo leitor. Após o editorial de abertura, denominado “Churrasco”,

no qual se conta um pouco sobre o surgimento da revista na visão de um dos colaboradores, são apresentados outros editoriais escritos por colaboradores diversos, entrevistas, fotos (algumas inéditas e outras não), anúncios e uma seleção das melhores capas publicadas ao longo dos 15 anos.

Figura 22 – Desconstrução páginas modelo do livro Legado



Fonte: autor.

O projeto gráfico de Legado apresenta algumas soluções gráficas pouco convencionais que podem servir como referência e inspiração para a nova edição comemorativa. A capa monocromática em papel Hoerlle conta com o numeral “15” em diferentes tipos e tamanhos, aplicados em baixo-relevo, além de uma sobrecapa que se transforma em pôster. O miolo, que tem em seu conteúdo fotografias como elemento gráfico majoritário, traz uma encadernação com costura aparente e seis

cadernos, onde cada um deles utiliza um tipo de papel, variando entre Offset, Couche, Polen e Coloraus em três cores distintas.

Figura 23 – Análise gráfica do livro Legado

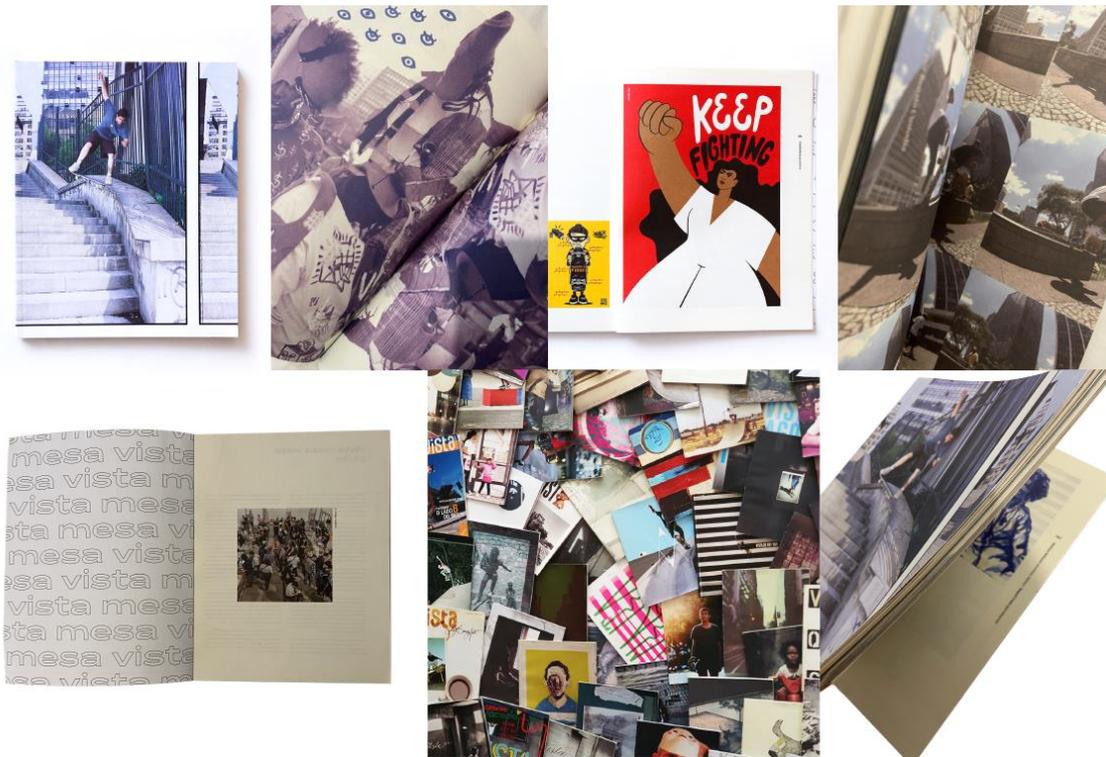
ANÁLISE GRÁFICA LEGADO VISTA	
FORMATO	Retrato
DIMENSÃO	17,2 X 23,4 cm
N° DE PÁGINAS	92
GRADE	Em colunas / Hierárquica
TIPOGRAFIA	Neoclássica
SUPORTE CAPA	Papel Hoerlle 2mm
SUPORTE MIOLO	Papel Offset 90g / Couche Fosco 115g / Polén Bold 90g / Coloraus 120g
ENCADERNAÇÃO	Costura aparente e cola
ACABAMENTOS	Jaqueta / Baixo relevo

Fonte: autor.

4.2.2 Mesa Vista (Vista, 2019)

A edição Mesa Vista representa a última edição da Vista impressa em formato de revista, publicada 2019, a partir de uma parceria selada com a Red Bull Station. A edição teve como objetivo materializar em um impresso o Festival Mesa Vista, que aconteceu durante 60 dias e contou com exposições, shows, palestras e cursos, em um prédio histórico do centro de São Paulo, na antiga subestação de energia Riachuelo, desativada em 2004.

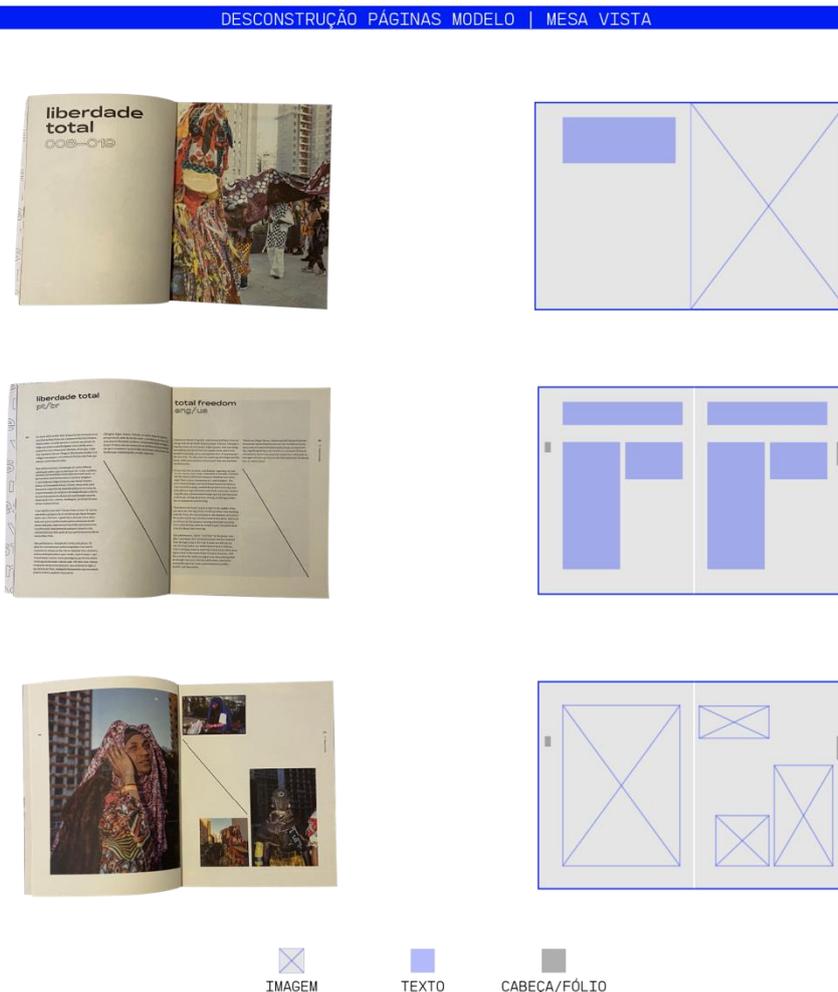
Figura 24 – Detalhes da revista Mesa Vista.



Fonte: autor.

A revista se estrutura a partir de um texto de abertura, sete seções que contemplam tanto imagens quanto textos, e uma ficha técnica nas páginas finais. Todo o conteúdo textual é apresentado tanto em português quanto em inglês, com o mesmo grau de hierarquia, sendo dispostos lado a lado ou em páginas subsequentes.

Figura 25 – Desconstrução páginas modelo da revista Mesa Vista



Fonte: autor.

O projeto gráfico da edição “Mesa Vista” se destaca, em uma primeira visualização, pela foto que traz estampando toda a capa e lombada. Já a contracapa apresenta o ícone de um olho, elemento gráfico institucional da Vista, em um fundo branco. Em seu miolo, a abertura de cada seção é marcada por páginas duplas que trazem o título e uma indicação da página de início e fim daquela seção, em um corpo de texto grande, junto a uma foto sangrada na página ao lado. Os elementos textuais mais longos, em sua grande maioria, são apresentados sozinhos nas páginas, contando com o título, indicação de idioma abaixo do título, e o texto organizado em uma grade de duas colunas. Já as páginas que contam apenas com imagens apresentam uma estrutura de grade hierárquica, mais livre e intuitiva.

Figura 26 – Análise gráfica da revista Mesa Vista

ANÁLISE GRÁFICA MESA VISTA	
FORMATO	Retrato
DIMENSÃO	20 X 25,4 cm
Nº DE PÁGINAS	96
GRADE	Em colunas / Hierárquica
TIPOGRAFIA	Neoclássica
SUPORTE CAPA	Papel Offset 120g
SUPORTE MIOLO	Papel Pólen Bold 90g
ENCADERNAÇÃO	Cola
ACABAMENTOS	-

Fonte: autor.

4.2.3 Design to Branding (DBA Editora, 2020)

Design to Branding é um livro que tem como objetivo apresentar e celebrar a trajetória de 35 anos do Gad', consultoria especializada em design e *branding*. Em seu conteúdo, por meio da apresentação de 50 projetos, mostra como o Gad' olhou para os temas de design e marcas ao longo da sua história.

Figura 27 – Detalhes do livro Design to Branding

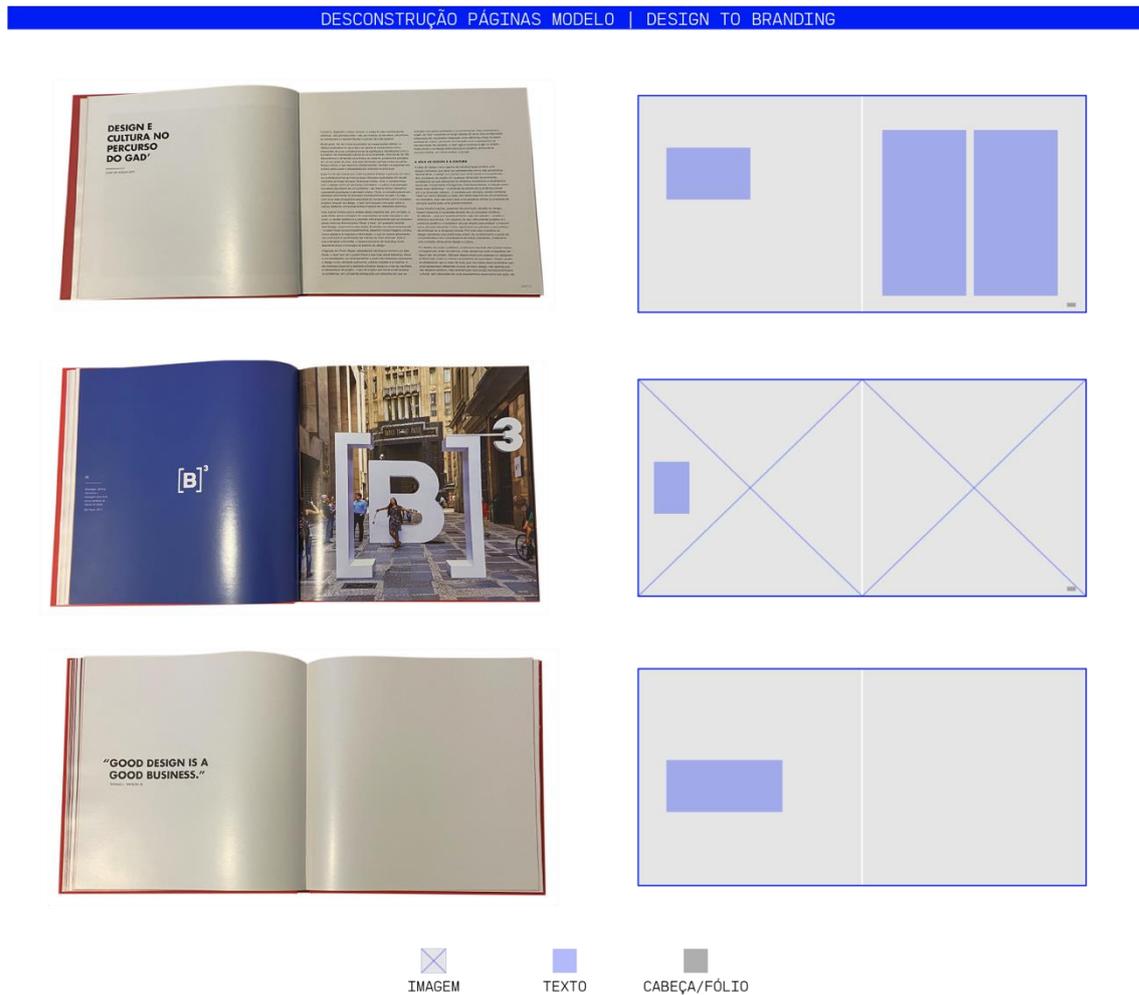


Fonte: autor.

O livro, em sua parte inicial, traz, além do sumário, dois capítulos majoritariamente textuais, nos quais se conta a história do Gad' e a relação da empresa com o design no Brasil e no mundo. Na segunda parte, onde consta a maior parte do conteúdo do livro, são apresentados 50 projetos por meio de imagens e breves contextualizações em texto, contendo o nome do projeto, descritivo dos serviços, ano e local de realização.

Os projetos apresentados englobam diferentes áreas do design, como estratégia, identidade, linguagem, ambientação, sinalização, embalagem, entre outras, e são intercalados por citações relacionadas à temática. Na parte final do livro, todo o conteúdo de texto é também apresentado em inglês.

Figura 28 – Desconstrução páginas modelo do livro Design to Branding



Fonte: autor.

Analisando o projeto gráfico, Design to Branding é um livro que, quando comparado a outros, destaca-se, principalmente, por sua parte externa. O tom de vermelho utilizado na capa, lombada e contracapa chama atenção para o exemplar e, o corte pintado no mesmo tom reforça ainda mais este visual marcante. O título do livro, composto por duas palavras bastante conhecidas e simbólicas, também é muito bem explorado, tendo a palavra “Design” em destaque na capa e “Branding”, com o mesmo destaque, na contracapa.

Figura 29 – Análise gráfica do livro Design to Branding

ANÁLISE GRÁFICA DESIGN TO BRANDING	
FORMATO	Paisagem
DIMENSÃO	28,9 X 28,2 cm
Nº DE PÁGINAS	200
GRADE	Em colunas / Hierárquica
TIPOGRAFIA	Modernista geométrica
SUPORTE CAPA	Papelão + Papel Couche Fosco 150g
SUPORTE MIOLO	Papel Couche Fosco 150g
ENCADERNAÇÃO	Costura e cola
ACABAMENTOS	Baixo relevo / Pintura na lateral das páginas

Fonte: autor.

4.2.4 Bolovo 10 Anos (Pancrom, 2016)

O livro Bolovo 10 Anos comemora uma década de existência da Bolovo, produtora audiovisual e marca de confecção de roupas. O livro de mais de 350 páginas apresenta os principais marcos dessa trajetória através de fotos e histórias.

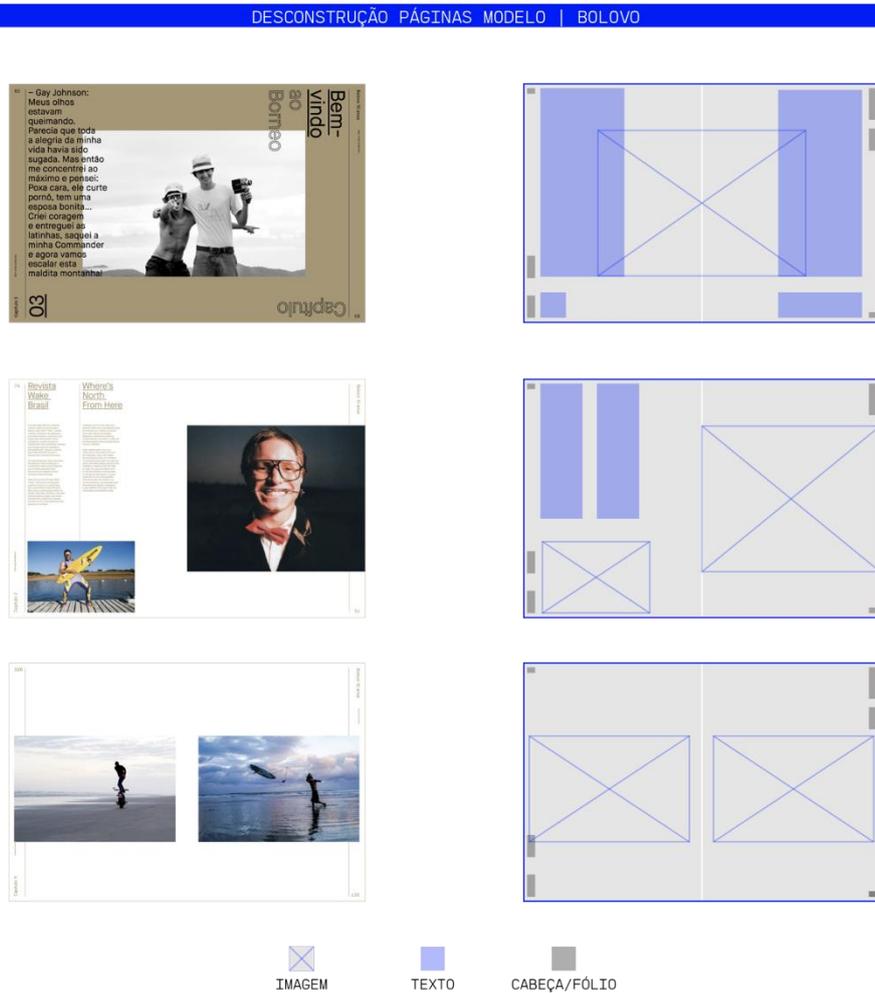
Figura 30 – Detalhes do livro Bolovo 10 Anos



Fonte: autor.

Composto por 10 capítulos, “Bolovo 10 Anos” traz, de maneira muito visual os principais marcos da uma trajetória. O conteúdo é composto por recortes da história documentados por meio de textos curtos descritivos, trechos de conversas informais e, principalmente, fotografias.

Figura 31 – Desconstrução páginas modelo do livro Bolovo 10 Anos.



Fonte: autor.

O livro, apesar de apresentar uma estrutura mais tradicional, em seu projeto gráfico se utiliza de soluções visuais que geram diferenciação. A capa dura é envolta por uma sobrecapa que, quando aberta, se transforma em um pôster, e todos os elementos textuais presentes nela levam o acabamento especial *hot stamping*. Internamente, o livro conta com uma grade de apoio para a disposição do seu conteúdo que, em muitas páginas, é livremente desconstruída com a sobreposições de fotos.

Figura 32 – Análise gráfica do livro Bolovo 10 Anos

ANÁLISE GRÁFICA BOLOVO 10 ANOS	
FORMATO	Retrato
DIMENSÃO	24 x 30 cm
Nº DE PÁGINAS	352
GRADE	Em colunas / Hierárquica
TIPOGRAFIA	Realista
SUPORTE CAPA	Papelão + Papel Especial
SUPORTE MIOLO	Papel Couche Fosco 150g
ENCADERNAÇÃO	Costura e cola
ACABAMENTOS	Cinta / Hot stamping

Fonte: autor.

4.2.5 Beauty (Phaidon Press, 2018)

No livro Beauty os aclamados designers Stefan Sagmeister e Jessica Walsh exploram a essência da beleza e as diversas maneiras que ela impacta a nossa vida. Para isso, os autores voltam a campos como filosofia, história e ciência para entender o que as pessoas consideram bonito e como isso influencia o comportamento humano. Além disso, a fim de traduzir as suas descobertas, Sagmeister e Walsh mostram como a beleza pode melhorar o mundo.

Figura 33 – Detalhes do livro Beauty

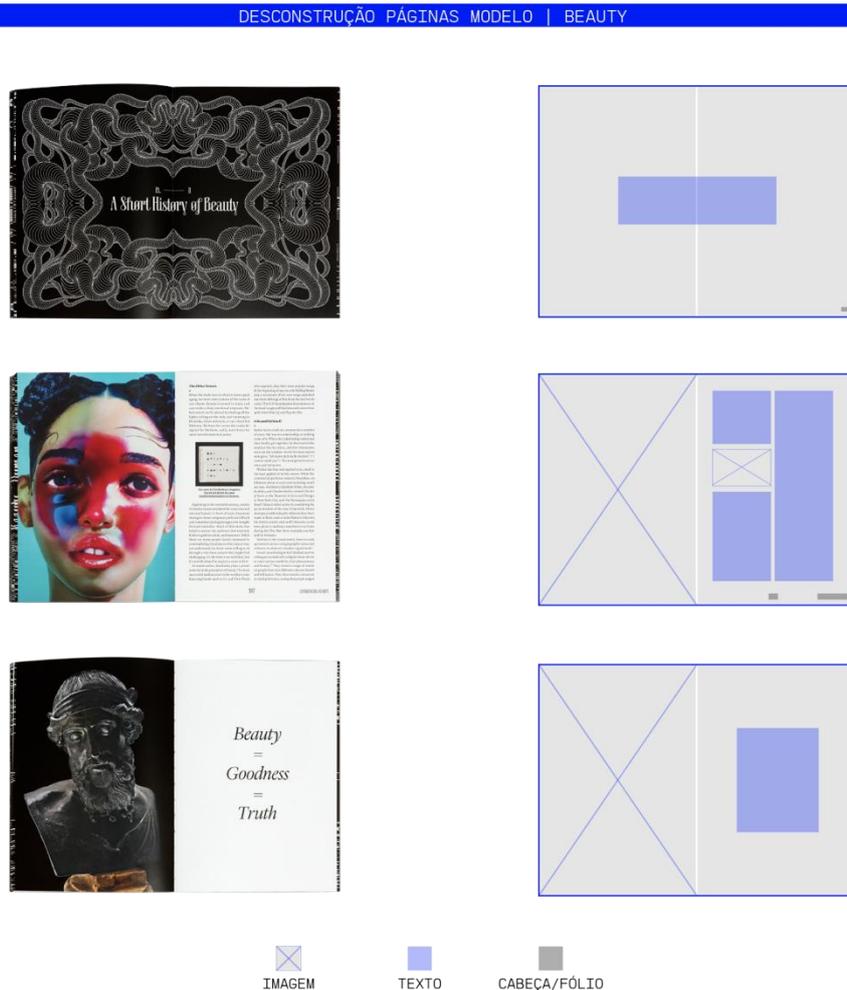


Fonte: adaptado pelo autor, a partir de Behance.

O livro divide-se em 8 capítulos sendo, o primeiro deles, “Introdução à beleza”, em que os autores decorrem sobre o que inspirou eles a escreverem sobre a temática. No último capítulo, “O projeto Beauty”, o conteúdo é encerrado com um manifesto, dividido em 8 tópicos, concretizando a estratégia de Stefan Sagmeister e Jessica Walsh para aumentar a beleza do mundo e melhorar a vida das pessoas.

Os capítulos intermediários trazem, por meio de textos, imagens, citações e resultados de pesquisas, detalhamentos sobre a temática. Ao ler o livro, além de absorver um conteúdo rico em informações, o usuário experiencia um formato de leitura interativo e não convencional, visto que, muitas vezes, são feitas perguntas ao leitor longo do conteúdo e, na página seguinte, apresentados os resultados de quando essa mesma pergunta foi aplicada para uma grande amostra de público.

Figura 34 – Desconstrução páginas modelo do livro Beauty



Fonte: autor.

Assim como o formato em que o conteúdo é exposto, o projeto gráfico de *Beauty* também apresenta soluções não convencionais. O livro é envolto por uma caixa de proteção que conta com laminação e elementos em alto-relevo em ambas as faces. A capa, que se utiliza de elementos mínimos, conta com os mesmos acabamentos, somados ao verniz localizado aplicado na letra “B”. A lateral do livro é um dos pontos de maior destaque, além de contar com uma pintura metalizada no corte, ao folhar as páginas, é possível ler a frase “Beauty = Human”.

Figura 35 – Análise gráfica do livro Beauty

ANÁLISE GRÁFICA BEAUTY	
FORMATO	Retrato
DIMENSÃO	17,5 X 24,4 cm
Nº DE PÁGINAS	280
GRADE	Em colunas / Hierárquica
TIPOGRAFIA	Pós-Moderna
SUPORTE CAPA	Papel Couche Fosco 300g
SUPORTE MIOLO	Papel Couche Fosco 1500g
ENCADERNAÇÃO	Costura e cola
ACABAMENTOS	Caixa / Alto relevo / Verniz localizado / Laminação / Pintura metalizada na lateral das páginas

Fonte: autor.

5 CONFIGURAÇÃO DO PROJETO

A partir de uma compreensão mais aprofundada sobre o problema do projeto, possibilitada pelas pesquisas e análises realizadas previamente, na fase de configuração de projeto buscou-se definir o conceito, os requisitos e as restrições projetuais. Após a definição destes pontos, durante a etapa de modelação inicial, alternativas foram geradas e analisadas, visando traduzir o conceito e atender aos requisitos e às restrições de projeto da maneira mais adequada possível.

5.1 Definição

A Vista, objeto de estudo deste trabalho, define-se como um “laboratório criativo que amplifica ideias”. Esse laboratório criativo divide-se em duas frentes: Vista Art e Vista Lab. Enquanto Vista Art funciona como um canal de conteúdo e espaço de desenvolvimento de projeto autorais, Vista Lab formata-se como um estúdio de comunicação e marketing, atuando em parceria e a serviço de outras empresas.

Em ambas as frentes de negócio existe um norteador comum para todos os conteúdos, as produções e os projetos que são desenvolvidos: inspirar a criatividade. Em outras palavras, busca-se sempre inspirar as pessoas impactadas a refletirem sobre velhas perspectivas e experimentarem o novo, saindo da sua zona de conforto.

Analisando a organização que embasa o conteúdo do livro, o objetivo geral deste trabalho e a síntese das informações levantadas no decorrer das etapas anteriores, pôde-se estabelecer o conceito do projeto: inspirar a criatividade por meio do legado e das memórias construídas ao longo dos 18 anos da Vista.

Somado ao conceito, também foram elencados requisitos e restrições para o projeto, a fim de embasar a etapa seguinte, de modelação.

5.1.1 Requisitos

Os requisitos definem aspectos de extrema importância para o projeto e que devem ser considerados durante toda a sua construção. Para a definição destes, foram considerados objetivos do projeto e, principalmente, os aprendizados decorrentes das pesquisas realizadas com o público-alvo.

Os requisitos definidos e seus detalhamentos podem ser vistos na figura abaixo.

Figura 36 – Tabela de requisitos

REQUISITOS	
IMPACTANTE	Projetar um livro que, quando comparado com outros impressos da Vista e livros tradicionais, impacte visualmente.
COMPLETO	Abordar e celebrar todos os 18 anos de trajetória da Vista.
NÃO-CONVENCIONAL	Fugir dos formatos editoriais mais tradicionais, priorizando a experimentação, inovação e diferenciação.
DESEJADO	Gerar uma sensação de desejo em relação ao objeto-livro.
COERENTE	Ser coerente em seu visual e conteúdo à identidade da Vista.

Fonte: autor.

5.1.2 Restrições

A partir dos requisitos foram também definidas as restrições do projeto. Para cada requisito foi elencada uma restrição específica. Elas servirão como apoio e embasamento para a análise da efetividade das possíveis soluções projetuais. A figura a seguir apresenta as restrições ao lado dos requisitos que estão relacionadas.

Figura 37 – Tabela de restrições

RESTRIÇÕES	
IMPACTANTE	A busca pelo impacto visual não deve ignorar aspectos relacionados a viabilidade de produção.
COMPLETO	Os 18 anos devem estar presentes no livro, mas não necessariamente em uma linhagem cronológica ou com o mesmo grau de relevância.
NÃO-CONVENCIONAL	O viés experimental não deve sobrepor o objetivo geral do projeto.
DESEJADO	O livro-objeto deve ser desejado por sua qualidade, e não por seu preço ou restrição de acesso.
COERENTE	O projeto não deve ignorar toda identidade visual e verbal da Vista.

Fonte: autor.

5.2 Modelação inicial

A partir da definição do conceito, dos requisitos e das restrições do projeto, deu-se início à etapa de modelação inicial, que visa levantar possibilidades e gerar as primeiras alternativas para o livro.

5.2.1 Geração de alternativas

São diversas as ferramentas e dinâmicas que possibilitam a geração de ideias e, muitas vezes, esse processo acontece de maneira subjetiva, inclusive no decorrer do desenvolvimento do projeto, em que as ideias poderão ser aprimoradas. Para dar início ao processo, apoiou-se na ferramenta do *brainstorming*. O termo foi cunhado pelo publicitário Alex F. Olson, e significa atacar um problema com perguntas rápidas para chegar a soluções viáveis. Muito utilizada atualmente, essa ferramenta permite que, em um curto espaço de tempo, se chegue a uma grande quantidade de ideias e conceitos para começar um projeto. Esse processo pode gerar listas por escrito, esboços e diagramas rápidos (LUPTON, 2013).

No presente projeto, o processo possibilitou a geração de inúmeras ideias. A seguir, serão apresentadas as três alternativas que, na visão do autor, apresentaram

maior potencial. Cada alternativa foi descrita considerando sua estrutura editorial e referências visuais.

5.2.1.1 Alternativa A: Linha do Tempo

Por tratar-se de um livro comemorativo de 18 anos, a primeira alternativa gerada na etapa de modelação inicial apropria-se da ideia de anuidade e linha do tempo para compor uma obra editorial dividida em volumes, uma coletânea de 18 livretos, cada qual representando um ano da trajetória da Vista. Os dezoito volumes seguiriam uma padronização editorial e visual, formando, assim, um conjunto. Porém, também disporiam de uma autonomia individual para que, quando consumidos de forma separada, fosse possível compreendê-los.

Essa é uma alternativa que visualmente traduz, de forma bastante direta, o objetivo geral do projeto. O fato de cada livreto representar um fragmento do legado construído e, quando organizados em conjunto, formarem uma peça única maior, conceitualmente, demonstra a evolução, a importância de cada momento e, principalmente, a relevância de 18 anos de história.

A figura a seguir traz uma análise da alternativa A, elencando seus pontos positivos e pontos negativos, baseado nos requisitos do projeto e percepções do autor.

Figura 38 - Pontos positivos e negativos da Alternativa A

ALTERNATIVA A	
PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
Apresenta o conteúdo de forma organizada e com uma conexão direta à temática central: o legado de 18 anos da Vista. A formatação em dezoito volumes agrupados também reforça o caráter experimental do projeto, traz apelo visual ao produto e possibilita que esses sejam lançados de forma fracionada, assim como a criação de volumes adicionais no futuro.	Exige que a quantidade de conteúdo relacionada a cada ano da história seja igual ou similar, para que os volumes mantenham uma proporção parecida. Além disso, os custos de produção podem ficar elevados devido a fragmentação do conteúdo em 18 peças.

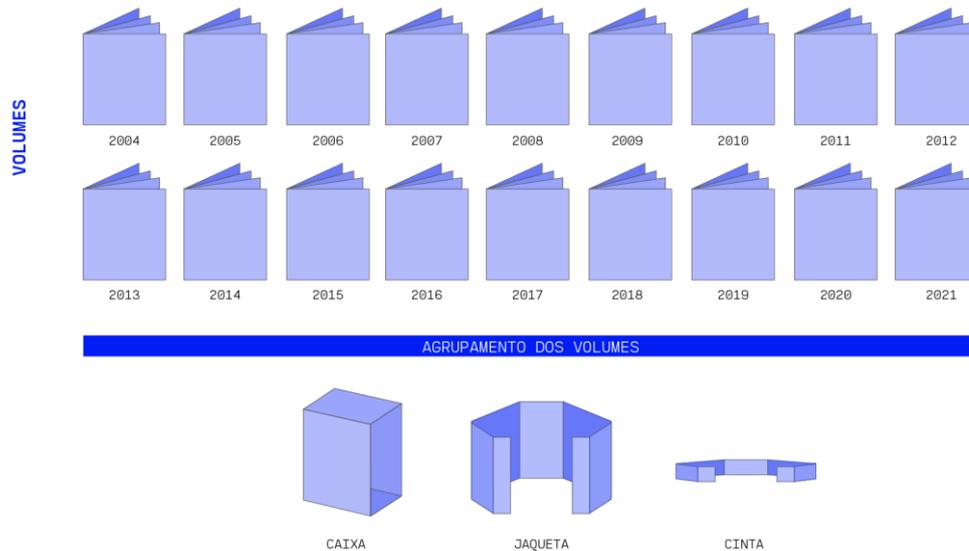
Fonte: autor.

5.2.1.1.1 Estrutura Editorial

Conforme visto no item anterior, a alternativa A consiste em uma coletânea dividida em 18 volumes, no qual cada um representa um ano de história da Vista. O conteúdo de cada livreto mesclaria elementos imagéticos e textuais daquele ano,

como matérias das edições publicadas, citações de colaboradores e imagens representativas do período. A unificação das 18 peças se daria tanto pela conexão do visual e do conteúdo delas, como por algum elemento físico, podendo ser uma jaqueta, uma cinta ou uma caixa, conforme ilustrado na figura abaixo.

Figura 39 – Estrutura editorial da Alternativa A



Fonte: autor.

Cada volume teria, em sua capa, um elemento gráfico indicando o ano que ele representa, cabendo ao leitor decidir realizar a leitura em ordem cronológica ou não. Os livretos, apesar de fazerem parte de um mesmo conjunto, poderiam ser lançados e distribuídos separadamente.

5.2.1.2.2 Referências visuais

Visando facilitar o entendimento e visualização do produto e estrutura editorial da alternativa A, foi composto um painel visual com referências gráficas que, de alguma maneira, se relacionam com a proposta, conforme representado na figura a seguir. As imagens foram encontradas e extraídas do site Behance.

Figura 40 – Paineis Visuais da Alternativa A



Fonte: autor.

5.2.1.2 Alternativa B: Vista Art e Vista Lab

A alternativa B, assim como a anterior, propõe a divisão do livro em volumes, porém um representando Vista Art (canal de conteúdo e espaço de desenvolvimento de projetos autorais), e outro representando Vista Lab (estúdio de comunicação e marketing que atua em parceria e a serviço de outras empresas). Essa divisão da Vista em duas frentes de negócio, por mais que já exista internamente há alguns anos, é algo recente para o mercado, visto que a empresa passou por um reposicionamento no ano de 2021. Trazer essa divisão de forma marcante no livro de 18 anos, além de apoiar na organização das informações, traria mais visibilidade para essa mudança.

Figura 41 – Pontos positivos e negativos da Alternativa B

ALTERNATIVA B	
PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
<p>Apresenta o conteúdo de forma organizada e apoia a estratégia de negócio por meio do registro e divulgação de projetos da frente de negócios Vista Lab. A composição com dois volumes em que cada um traz uma das cores institucionais, azul e vermelho, provavelmente trará um apelo visual forte para o produto, gerando diferenciação e impacto visual.</p>	<p>Quando comparado à alternativa A, não traz a trajetória de 18 anos de forma tão direta, por mais que esta esteja presente no conteúdo. Além disso, a divisão em dois volumes traz um caráter mais institucional do que experimental.</p>

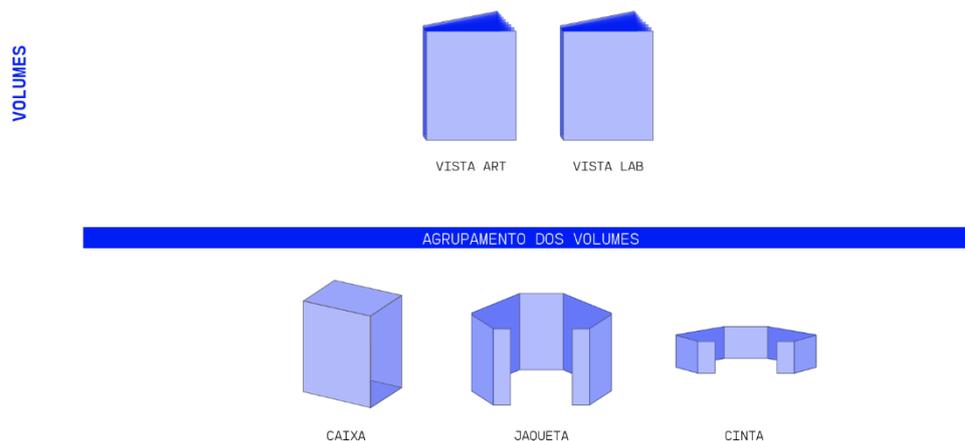
Fonte: autor.

5.2.1.2.1 Estrutura Editorial

A estrutura editorial da alternativa B consiste em um livro dividido em dois volumes, cada um representando uma frente de negócio da empresa. No volume

representado por Vista Art, seriam expostos textos e imagens relacionados aos projetos autorais e conteúdos mais relevantes veiculados nas 76 edições impressas. No volume representado por Vista Lab, seriam documentados os principais cases e projetos realizados com clientes, servindo, também, como um material de apoio comercial em futuras prospecções. A unificação das duas peças se daria pela correlação entre os projetos gráficos em formato, tipografia, grade etc. Para as capas, seriam utilizadas as cores institucionais que representam Vista Art e Vista Lab, azul e vermelho, respectivamente. Mesmo que funcionem de forma independente, os dois volumes também estariam conectados por algum elemento físico, podendo ser uma jaqueta, uma cinta ou uma caixa, conforme ilustrado na figura abaixo.

Figura 42 – Estrutura Editorial da Alternativa B



Fonte: autor.

5.2.1.2.2 Referências Visuais

Visando facilitar o entendimento, a visualização do produto e estrutura editorial da alternativa B, foi composto um painel visual com referências gráficas que, de alguma maneira, se relacionam com a proposta, conforme representado na figura a seguir. As imagens foram encontradas e extraídas do site *Behance*.

Figura 43 – Painel Visual da Alternativa B



Fonte: autor.

5.2.1.3 Alternativa C: Livro de memórias

A alternativa C, diferente das duas anteriormente apresentadas, não se divide em volumes. Nesta versão, pretende-se representar o legado de 18 anos por meio de um único livro, grande em dimensão e número de páginas e com acabamentos que tragam imponência e destaque para o produto. Seu caráter visual seguirá uma linha mais tradicional e comum em livros comemorativos, porém trabalhando o conteúdo de maneira livre. O livro será um apanhado de elementos imagéticos e textuais provenientes das edições impressas publicadas e projetos realizados, carregando o conceito de livro de memórias.

Figura 44 – Pontos positivos e negativos da Alternativa C

ALTERNATIVA C	
PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
<p>Apresenta imponência e impacto visual em seu projeto gráfico, destacando o livro comemorativo de 18 anos de outros impressos previamente publicados pela Vista. Além disso, a não divisão do conteúdo editorial em volumes ou capítulos permitirá uma maior liberdade e exploração criativa dos materiais presentes no acervo.</p>	<p>O projeto gráfico segue um caráter mais tradicional e a não segmentação pode dificultar a correlação do conteúdo com a temática de 18 anos por parte do usuário. Por ter uma dimensão maior e utilizar-se de acabamentos especiais, pode ter um custo de produção elevado.</p>

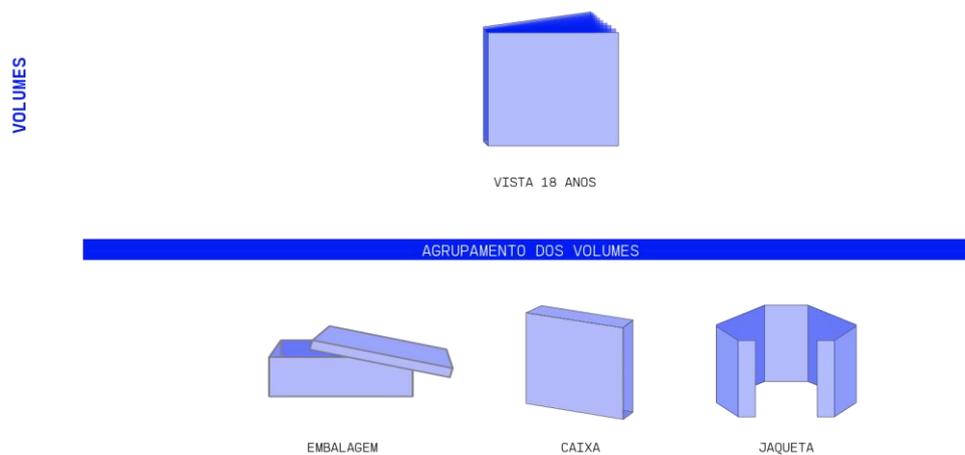
Fonte: autor.

5.2.1.3.1 Estrutura Editorial

A estrutura editorial da alternativa C consiste em um livro com dimensões e acabamentos que tragam um caráter de importância e refinamento ao objeto. Para

isso, pretende-se desenvolver um projeto gráfico para a capa que trabalhe com elementos mínimos e conte com acabamentos especiais, como tecido ou baixo relevo. Já no miolo, o conteúdo se dará, principalmente, por imagens que remetem à história da Vista com pequenas notas de texto contextualizando-as. A figura abaixo ilustra algumas das possibilidades ideadas.

Figura 45 – Estrutura Editorial da Alternativa C



Fonte: autor.

5.2.1.3.2 Referências Visuais

Visando facilitar o entendimento, a visualização do produto e estrutura editorial da alternativa C, foi composto um painel visual com referências gráficas que, de alguma maneira, se relacionam com a proposta, conforme representado na figura a seguir. As imagens foram encontradas e extraídas do site Behance.

Figura 46 – Painel Visual da Alternativa C



Fonte: autor.

5.2.3 Seleção

Após a modelação inicial, se faz necessário escolher uma alternativa a ser refinada. Para que a seleção fosse feita de maneira coerente, foram realizadas duas análises. Na primeira, as opções foram avaliadas pelo autor considerando os requisitos levantados anteriormente. Para cada alternativa foi elencada uma pontuação de 1 (indicando menor conformidade ao requisito) e 5 (indicando maior conformidade ao requisito), conforme a tabela ilustrada na figura 47.

Quadro 47 – Tabela avaliativa das alternativas

REQUISITOS	ALTERNATIVA A	ALTERNATIVA B	ALTERNATIVA C
IMPACTANTE	4	3	5
COMPLETO	5	4	4
NÃO-CONVENCIONAL	4	3	4
DESEJADO	5	4	5
COERENTE	4	5	4
TOTAL	22	19	22

Fonte: autor.

A partir da tabela comparativa, constatou-se que as alternativas que melhor atendem aos requisitos são a A e C. A primeira, destacando-se principalmente por sua completude, em que todos os anos da história são abordados em detalhes e com um volume dedicado, além de apresentar-se como um objeto de desejo, por se tratar de uma coletânea. Já a alternativa C, destaca-se pela imponência do seu projeto

gráfico, impactando o usuário pelo seu tamanho e acabamento e, também, por isso, gerando desejo.

Dado esse empate, poder-se-ia escolher uma entre as duas ou buscar uma quarta alternativa, combinando os pontos de destaque de cada. Para que a melhor decisão fosse tomada, entendeu-se que uma nova análise, envolvendo outros colaboradores da empresa, seria de extrema importância, não só para desempatar, mas também para coletar percepções. Sendo assim, foi realizada uma segunda análise, na qual foram compartilhadas as alternativas com um grupo de colaboradores em um encontro presencial em que a estrutura editorial da alternativa C foi escolhida.

Figura 48 – Análise de alternativas em reunião presencial



Fonte: autor.

5.2.4 Projeto editorial

Durante a etapa de geração de alternativas, apresentada anteriormente, algumas possibilidades para a estrutura editorial do projeto foram levantadas e compartilhadas com os principais envolvidos, chegando-se à decisão de que o projeto editorial deveria ser consolidado em um único volume. Além disso, durante a etapa de pesquisa e definição de requisitos, entendeu-se que o livro deveria contemplar todos

os 18 anos da trajetória da Vista em seu conteúdo, resultando em um volume informacional bem grande.

Tratando-se de projeto editorial, o presente trabalho apresenta um desafio particular pois, apesar de ter uma temática bem definida - os 18 anos da Vista, o conteúdo do livro não está pronto, exigindo que seja organizado e construído de forma simultânea ao projeto gráfico.

Mesmo que grande parte do conteúdo a ser utilizado já estivesse previamente construído e presente ao longo das edições e dos projetos realizados ao longo dos 18 anos da Vista, concluiu-se que a sua curadoria, organização e adaptação, para serem feitas com a qualidade que o projeto exige, demandariam um investimento de tempo superior ao tempo disponível para a construção deste Trabalho de Conclusão de Curso, visto que seria necessário envolver diversas pessoas para além do autor. Dado esse cenário e sabendo que a prioridade do presente trabalho é a elaboração do projeto gráfico, optou-se por desenvolver o conteúdo de forma parcial, selecionando os conteúdos considerados mais relevantes para que, a partir deles, fosse possível visualizar uma simulação do produto final ao avaliar o projeto. Dessa forma, o protótipo apresentado ao final deste trabalho se trata apenas de uma simulação do livro, não contando, ainda, com seu conteúdo de forma integral.

5.2.4.1 Organização do conteúdo

Para a organização do conteúdo, definiu-se que o melhor caminho para estruturar as informações e atender aos requisitos do projeto seria dividindo o livro em capítulos em que cada um representaria um ano da história da Vista, enfatizando a importância dos 18 anos, valorizando cada período da trajetória e facilitando a compreensão do todo e a experiência de leitura para o usuário. Entretanto, somado aos dezoito capítulos representando cada ano, entendeu-se que também seria necessário introduzir e concluir esta história, por isso, serão adicionados outros dois capítulos no começo e no final do livro, totalizando vinte. A figura abaixo apresenta a ordem deles, junto aos títulos e uma breve contextualização dos respectivos conteúdos.

Figura 49 – Divisão dos capítulos

DIVISÃO DOS CAPÍTULOS		
CAPÍTULO	TÍTULO	CONTEÚDO
01	18 ANOS AMPLIFICANDO IDEIAS	Fotos e texto de abertura
02	2004	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
03	2005	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
04	2006	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
05	2007	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
06	2008	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
07	2009	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
08	2010	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
09	2011	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
10	2012	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
11	2013	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
12	2014	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
13	2015	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
14	2016	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
15	2017	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
16	2018	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
17	2019	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
18	2020	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
19	2021	Imagens, notas e citações relacionadas ao período
20	SÓ PRA IRRITAR	Fotos e manifesto

Fonte: autor.

Conforme explicitado no item anterior, o presente trabalho inviabiliza a construção do conteúdo dos vinte capítulos, por isso foram elencados quatro principais a fim de ilustrar o produto final: capítulo 1 (abertura), capítulo 2 (2004 - primeiro ano), capítulo 19 (2021 - último ano), e capítulo 20 (encerramento). A seguir, serão apresentados os conteúdos dispostos em cada um deles.

5.2.4.2 Desenvolvimento do conteúdo

5.2.4.2.1 Capítulo 1 - 18 anos amplificando ideias

O primeiro capítulo do livro tem como intenção contextualizar o leitor a respeito do conteúdo que será apresentado em sequência e, principalmente, introduzir a temática central: os 18 anos da Vista. Para isso, será utilizado um texto apresentando a Vista de maneira geral, explicitando o que ela representa, como ela se organiza e o que motivou a criação do livro comemorativo de 18 anos.

5.2.4.2.2 Capítulo 2 - 2004

O capítulo dois representará o ano de surgimento da Vista, 2004. Este e todos os capítulos seguintes que representam anos da trajetória serão compostos por imagens representativas do período acompanhadas por notas explicativas e citações.

5.2.4.2.3 Capítulo 19 - 2022

O capítulo dezenove representará 2021, ano que marca os 18 anos da Vista. Assim como os capítulos anteriores, ele será composto por imagens representativas do período acompanhadas por notas explicativas e citações.

5.2.4.2.4 Capítulo 20 – Só pra irritar

O capítulo vinte encerra o livro e, diferente dos anteriores que trazem um caráter mais histórico em seus textos e imagens, este capítulo tem a intenção de encerrar o conteúdo com um viés mais poético, por meio de um texto manifesto que remete ao conceito do livro e visa inspirar os leitores a viverem vidas mais criativas.

5.2.5 Projeto gráfico

A partir da organização do projeto editorial e dos direcionamentos definidos previamente, como objetivos, conceito, restrições e requisitos, o projeto gráfico do livro passa a ser desenvolvido. Abaixo serão detalhadas as definições gráficas visuais do

projeto, embasadas pelos aprendizados adquiridos nas etapas anteriores da metodologia. Além disso, vale ressaltar que, apesar de a etapa de geração de alternativas ter ocorrido anteriormente a esta, durante o desenvolvimento do projeto gráfico é comum se deparar com novas ideias e possibilidades, que serão testadas e validadas ao longo do processo.

5.2.5.1 Formato e Dimensão

A fim de atender aos requisitos elencados anteriormente, espera-se que o livro se destaque quando comparado a outros impressos da Vista e a livros tradicionais. Uma das melhores maneiras de tornar isso possível é por meio da dimensão e do formato.

Em relação à dimensão, um ponto de partida para a sua definição foram as revistas publicadas pela Vista ao longo dos anos que, em sua maioria, seguiam o padrão 250 x 200 mm. Como a intenção é que o livro deste projeto tenha um caráter mais impactante que as edições anteriores, buscaram-se dimensões com uma área total maior que essa e que se enquadrassem dentro dos limites para uma impressão digital de baixa tiragem, que costuma ser o tamanho A3, visando viabilizar o protótipo.

A partir deste norteador, novas referências foram analisadas, desta vez com foco nos quesitos de dimensão e no formato. Após a análise, foram definidas duas possibilidades que, na visão do autor, atendiam às necessidades do projeto. A primeira referência, em formato retrato, seguia as medidas de 284 x 218 mm. A segunda referência, em formato quadrado, seguia as medidas de 246 x 246 mm, conforme figura a seguir.

Figura 50 - Análise de referências | Formato e Dimensão

ANÁLISE DE REFERÊNCIAS | FORMATO E DIMENSÃO



284 X 218 mm



246 X 246 mm

Fonte: autor.

Analisando as duas alternativas, percebeu-se que ambas apresentavam pontos positivos e negativos. Como a utilização de imagens verticais estará bastante presente no livro, o formato retrato provavelmente facilitaria alguns aspectos da diagramação do conteúdo. Além disso, este formato que consideramos “tradicional”, tornou-se padrão devido tanto ao costume quanto a sua praticidade (HENDEL, 2006; ARAÚJO, 2008).

Em contrapartida, o formato quadrado atendia melhor aos requisitos de projeto, justamente por fugir do convencional e trazer um visual mais impactante ao se diferenciar das publicações anteriores da Vista e a livros tradicionais que, em sua grande maioria, seguem o formato retrato. Por esses motivos, optou-se pelo formato quadrado.

Quanto à dimensão, a referência utilizada (246 x 246mm) atendia a todas as necessidades do projeto, porém, segundo Martins Filho e Rollemberg (2001), para definir o projeto gráfico de uma obra é preciso pensar não apenas no aspecto estético do projeto, mas também nos aspectos práticos, tais como aproveitamento de papel e de máquina. Por isso, para melhor aproveitamento de papel e alinhamento à grade modular tipográfica, que será apresentado no item 5.2.5.2.4, optou-se pela redução de 1mm em sua altura e largura.

5.2.5.2 Suporte

Segundo Ambrose e Harris (2009, p. 11), “a escolha do suporte é uma decisão crucial no começo do processo de design”. Dada a sua importância, uma nova etapa de geração de ideias e análise de referências foi realizada, desta vez com enfoque no suporte. As alternativas foram geradas considerando três peças: caixa; capa e sobrecapa; e miolo.

5.2.5.2.1 Caixa

Desde a primeira rodada de geração de alternativas, entendeu-se que a presença de uma caixa ou embalagem agregaria ao produto e aos objetivos de projeto. Dada essa percepção, foram levantadas algumas possibilidades para essa peça, considerando tanto alternativas de suportes mais tradicionais, como uma caixa em papelão; e menos tradicionais, como a possível criação de uma caixa em madeira reaproveitada de *skates*, ou uma caixa em PU simulando o tradicional concreto das pistas de *skate* e grandes centros urbanos, conforme ilustrado na figura a seguir.

Figura 51 – Análise de referências | Suporte Caixa



Fonte: autor.

Estas duas últimas alternativas foram as que, na percepção do autor, mais atenderiam aos objetivos do projeto. Porém, ao entrar em contato com possíveis

fornecedores e entender valores, ficou claro que os custos da sua execução, em grande escala, tornariam a produção muito custosa e, provavelmente, inviabilizaram o projeto.

Dado esse cenário e resgatando as restrições do projeto, que prezam para que o impacto visual não ignore aspectos relacionados à viabilidade de produção e o livro-objeto seja desejado por sua qualidade, e não seu preço ou restrição de acesso, optou-se por, pelo menos em um primeiro momento, abdicar da embalagem.

5.2.5.2.2 Capa e Sobrecapa

Assim como para a caixa, foram analisadas referências para o suporte da capa e sobrecapa. Para a sobrecapa, as alternativas geradas contemplaram principalmente acabamentos especiais, como aplicações em relevo e recortes. Para a capa, foram considerados suportes mais tradicionais, como capa dura em papelão revestido, e suportes menos tradicionais, como revestimento em tecido e papel cartão aparente, utilizado na edição comemorativa de 15 anos da Vista. A figura abaixo ilustra algumas dessas referências.

Figura 52 – Análise de referências | Suporte Capa e Sobrecapa



Fonte: autor.

Após a geração e análise de alternativas, optou-se por, no livro de 18 anos, dar continuidade ao estilo utilizado na edição anterior, utilizando, para suporte de capa, o

Papel Cartão Horlle, e, para suporte da sobrecapa, o Papel Couchê 150g. A capa também contará com um acabamento especial em baixo-relevo e a sobrecapa com um corte especial, especificações que serão detalhadas no item 6.3.1.3.

5.2.5.2.3 Miolo

Para o suporte do miolo do livro também foram analisadas referências e geradas alternativas, contemplando desde caminhos mais tradicionais aos mais arrojadas. Segundo Ambrose e Harris (2009), para impressão de imagens, costumam ser recomendados papéis revestidos de alta alvura, como o papel Couché, pois oferece uma boa superfície de impressão. Sabendo que o conteúdo imagético terá um grande peso no presente projeto, analisando apenas aspectos práticos, essa provavelmente seria a escolha ideal de suporte, entretanto, visando manter custos de produção não muito elevados, fugir do usual, e promover um visual que se conecte às dezenas de edições publicadas pela Vista em formato de revista ao longo dos anos, optou-se pelo suporte em Papel Offset 120g.

5.2.5.3 Grade

Após a definição do formato, se faz necessário definir a grade que embasará o projeto gráfico. A construção da grade se deu de maneira racional, a partir da utilização de um sistema de medidas baseadas na dimensão desejada, margens, entrelinhas do corpo de texto e número de colunas. Conforme figura abaixo.

Figura 53 – Grade Modular Tipográfica

GRADE MODULAR TIPOGRÁFICA

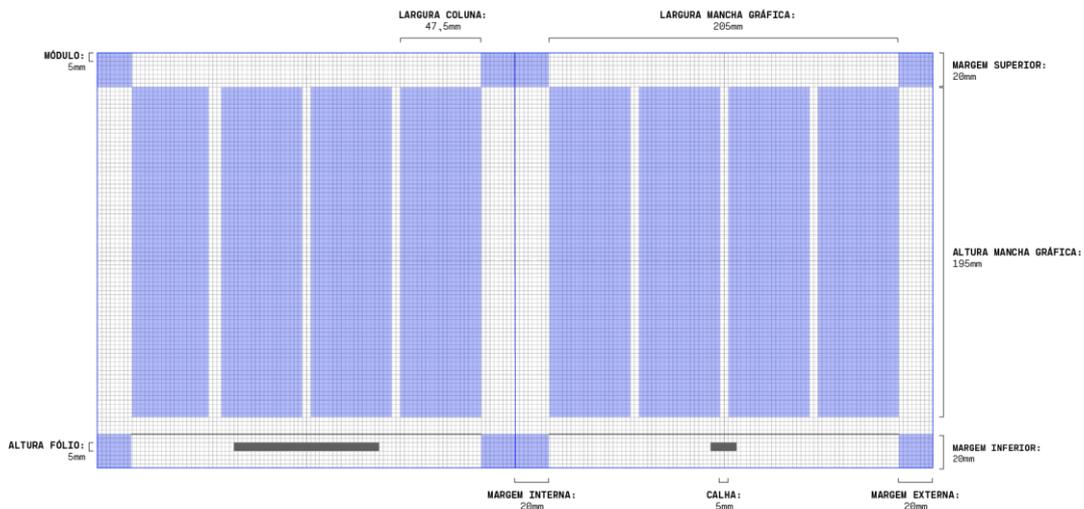
Módulo (entrelinha / pontos)	Módulo (mm)	1/2 Módulo (mm)																	
14,173	5,000	2,500																	
Largura estimada (mm)	Largura estimada (mod)	Largura acerto (mod)	Largura parcial (mm)	Margem externa	Margem ext (mm)	Margem interna	Margem int (mm)	Colunas (qde)	Calha (mod)	Calha (mm)	Coluna	Coluna acerto	Coluna (mm)	Mancha gráfica	Mancha gráfica (mm)	Total	Largura Final (mm)		
246,000	49,200	49,000	245	4	20,000	4	20,000	4	1	5	9,50	9,50	47,50	41	205,000	49	245,000		
Altura estimada (mm)	Altura estimada (mod)	Altura acerto (mod)	Altura parcial (mm)	Margem superior	Margem ext (mm)	Margem inferior	Margem int (mm)	Campos (qde)	Calha (mod)	Calha (mm)	Campo	Campo acerto	Campo (mm)	Mancha gráfica	Mancha gráfica (mm)	Total	Altura Final (mm)		
246,000	49,200	49,000	245	4	20	4	20	4	1	5	9,50	9,50	47,50	41	205,000	49	245,000		
Entrelinha texto	Linhas de texto (qde)	Linhas de legenda (qde)	Entrelinha legenda																
14,173	3	4	10,630																
Entrelinha texto	Linhas de texto (qde)	Linhas de título (qde)	Entrelinha título																
14,173	3	2	21,260																
Entradas do usuário																			
Resultados																			
Fórmulas (não alterar)																			

Fonte: autor.

Os valores resultantes provarem-se adequados para uma leitura confortável do conteúdo, considerando uma entrelinha de 14,1pt para textos, 10,6pt para legendas e 21,2pt para títulos. A dimensão do livro também foi adaptada a partir do sistema de medidas, em que 245 x 245mm mostrou-se o formato ideal, considerando 4 colunas, calha de 5mm e 20mm para as margens, tanto internas quanto externas. A figura a seguir ilustra as medidas dos elementos da grade.

Figura 54 – Medidas dos elementos da grade

MEDIDAS DOS ELEMENTOS DA GRADE



Fonte: autor.

Embora a grade ilustrada acima seja a base principal sobre a qual se projetam as páginas do livro, ela foi construída tendo como referência uma página contendo bastante conteúdo textual, podendo ser considerada uma das mais complexas do livro devido à quantidade de informações presentes. Entretanto, a grande maioria das páginas do livro apresentam um conteúdo principalmente imagético, acompanhado por legendas e notas curtas de texto. Nesses casos, a grade definida também será seguida, porém possibilitando quebras sutis sempre que necessário, seja por questões funcionais seja por questões estéticas.

5.2.5.4 Tipografia

Para a escolha tipográfica, optou-se pelo uso das fontes institucionais da Vista, levando em consideração, principalmente, o requisito de projeto que preza pela coerência do visual e conteúdo à identidade da empresa. Este requisito não exige que, necessariamente, o projeto se utilize das fontes institucionais, visto que no visual das próprias edições a Vista sempre se permitiu a experimentação, não se atrelando a uma identidade única. Entretanto, por se tratar de um livro comemorativo de 18 anos e a empresa recentemente ter passado por um processo de *rebranding*, julgou-se adequada a utilização da família tipográfica institucional, visando demarcar este novo momento.

Segundo Araújo (2008, p. 378), “a escolha da fonte tem um impacto enorme na aparência do texto impresso. A decisão sobre que tipo usar deve se basear na clareza, legibilidade, na estética e na funcionalidade”. Para o corpo de texto, optou-se pela fonte IBM Plex Sans, proporcionando clareza e legibilidade à leitura. Já para os títulos, buscou-se um tipo que trouxesse um caráter mais inusitado para o projeto, optando-se pela Mondwest, priorizando seu valor estético.

A IBM Plex é uma família tipográfica projetada por Mike Abbink, diretor de criação na IBM Brand Experience & Design, em colaboração com a Bold Monday, uma fundição de tipos holandesa independente. O resultado é um tipo de letra de estilo grotesco neutro, porém amigável, que inclui diversos estilos como o Sans, Sans Condensed, Mono, Serif e outros. No presente projeto utilizou-se o estilo Sans e suas variações, devido à excelente legibilidade em interfaces impressas e o contraste com

a fonte escolhida para os títulos. Além disso, esta família tipográfica apresenta livres direitos de uso tanto para fins acadêmicos quanto comerciais.

A Mondwest, tipografia escolhida para os títulos, é uma fonte bitmap inspirada nas fontes clássicos grotescas e serifadas. Por ser uma fonte bitmap serifada, ela apresenta um caráter bastante incomum, o que a tornou atrativa para a identidade visual da Vista e para este projeto editorial. Apesar de inusitada, ela é uma fonte desenvolvida pelo renomado estúdio Pangram Pangram Foundry e apresenta uma ótima legibilidade, versatilidade e capacidade de emparelhamento. A sua família apresenta apenas duas variações (regular e negrito), porém, como seu uso ocorre somente nos títulos, essa limitação não será um problema durante o desenvolvimento do projeto e será utilizada apenas a sua versão regular. A figura a seguir apresenta as principais fontes das famílias tipográficas escolhidas para o projeto gráfico do livro.

Figura 55 – Famílias tipográficas

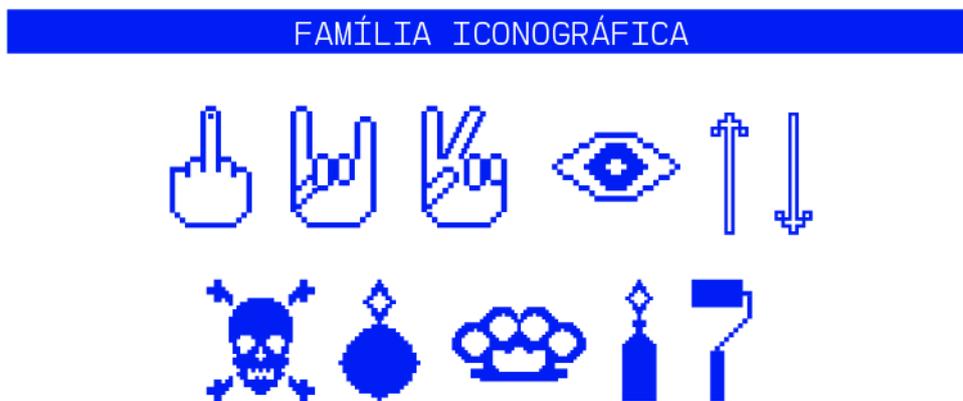


Fonte: autor.

5.2.5.5 Iconografia

Assim como nas famílias tipográficas, a escolha da iconografia do projeto se embasou na identidade visual da Vista. Uma coleção de ícones com visual bitmap foi selecionada a fim de servir como apoio ao conteúdo imagético e textual do livro e manter uma unidade visual com a fonte dos títulos. O uso dos ícones se dá com maior destaque principalmente nos capítulos de abertura e de encerramento, como poderá ser visto na etapa de modelação final. A figura 56 apresentada a seguir apresenta os principais ícones da família iconográfica.

Figura 56 – Família iconográfica



Fonte: autor.

5.2.5.6 Paleta de Cores

Dado o contexto que o livro apresentará uma grande variedade de conteúdo imagético, sendo, grande parte desse conteúdo, fotografias coloridas, entendeu-se a necessidade de delimitar uma paleta de cores com poucas variações. No miolo do livro, optou-se pela utilização apenas do preto e branco, deixando as demais cores para as imagens. A figura a seguir traz a paleta de cores no padrão CMYK. Para o preto, nos textos, linhas e pequenas áreas, utilizou-se o preto puro (K100). Para áreas maiores, como as páginas duplas de abertura de capítulos, optou-se pelo preto composto (C30 + K100), com uma adaptação dos valores com o objetivo de evitar possíveis erros de registro e proporcionar uma melhor impressão.

A relação e especificações técnicas das cores escolhidas pode ser vista na figura apresentada abaixo.

Figura 57 – Paleta de cores



Fonte: autor.

5.2.5.7 Impressão e Encadernação

Mesmo que o presente trabalho vise desenvolver apenas um protótipo do livro, existe a intenção de que, a partir desse protótipo, o projeto siga sendo construído e detalhado para depois ser impresso em maior escala. Dado esse contexto, em um primeiro momento foram considerados métodos de impressão que possibilitassem a impressão de uma única unidade, porém entendendo que, em uma produção maior, muitas das soluções gráficas escolhidas, que se tornam inviáveis numa impressão unitária, seriam possíveis.

Segundo Vieira (2011), a impressão deve considerar a tiragem, os custos e a qualidade pretendida. Tendo em vista esses fatores, para o protótipo, optou-se pela impressão digital, tanto para o miolo quanto para sobrecapa. Esse método de impressão possibilitou a impressão de um exemplar, entretanto, em uma tiragem maior, métodos mais adequados seriam escolhidos, que serão detalhados na etapa de normatização.

5.2.5.8 Acabamentos

De acordo com Ambrose e Harris (2009), acabamentos como corte especial, dobras, alceamento, relevo seco, serigrafia, envernizamento, encadernação, entre outros, são os processos que dão o toque final a um projeto depois que o suporte já foi impresso.

Parte das soluções gráficas escolhidas para este trabalho opta por alguns destes acabamentos, como a faca especial, presente na sobrecapa e o baixo relevo, presente na capa. Esses tipos de acabamentos, apesar de possíveis para produções de baixa tiragem, não foram aplicados ao protótipo devido ao seu custo elevado quando aplicados em apenas uma unidade. Nestes casos, optou-se pela aplicação manual ou simulação digital. Os vincos e as dobras da sobrecapa foram realizados manualmente pelo autor, assim como a colagem da capa em papel cartão na primeira folha do miolo. Já o corte especial da sobrecapa e o baixo relevo da capa, foram simulados digitalmente visando não prejudicar a qualidade.

Para encadernação, foi possível realizar no protótipo o mesmo método que seria utilizado em uma produção de maior tiragem: cola e costura aparente. Apesar de mais caro do que encadernações sem costura, optou-se por esse método, pois ele reduz a possibilidade de páginas se desprenderem, sendo adequado para produtos que serão muito manuseados (BANN, 2010).

6 REALIZAÇÃO DO PROJETO

A partir dos avanços e das definições das etapas anteriores, em que foi possível conceber os desenhos iniciais do projeto, deu-se início à terceira fase da metodologia, de realização do projeto, em que o desenho do produto é aprimorado e preparado segundo os requisitos de produção industrial.

6.1 Modelação final

Ao final do desenvolvimento das etapas anteriores, tem-se uma ideia bastante tangível de como o projeto se desdobrará. A etapa de modelação final visou converter todas as decisões editoriais e gráficas em um produto final, que se divide em duas partes: o livro principal, que aborda o legado construído pela Vista ao longo dos 18 anos, e a sobrecapa, que envolve o livro principal e também se transforma em um pôster, quando aberta. Os detalhamentos de cada uma das partes que compõem o livro serão apresentados a seguir.

6.1.2 Sobrecapa

A sobrecapa é uma peça gráfica que nem sempre está presente nos livros, porém, para este projeto, optou-se pela utilização dela tanto pelos seus aspectos funcionais quanto pelos aspectos estéticos e simbólicos.

No quesito funcionalidade, a sobrecapa protege o livro de possíveis danos e sujeiras, proporcionando uma vida útil mais longa ao produto. No quesito estético, ao utilizar uma fotografia, contribui para que o visual do livro seja mais impactante sem renunciar à elegância e diferenciação que a capa monocromática traz. E, no quesito simbólico, por este mesmo recurso visual ter sido utilizado no livro comemorativo da Vista de 15 anos, ao manter isso nesta nova edição, cria-se uma sequência e conexão entre os produtos. A sobrecapa também conta com um corte especial do número dezoito, conectando diretamente à temática do livro. Além disso, ao ser retirada, pode ser utilizada como pôster, item tradicional dentro da cultura do *skate*, contribuindo ainda mais para seu valor simbólico.

A foto escolhida para ilustrar a sobrecapa apresenta um skatista executando um salto “mortal” e sendo observado por um grupo de freiras. Essa imagem, além da

sua belíssima composição, carrega alguns fatores de conexão com a Vista que a fizeram estar na primeira interface de contato entre o livro e o usuário. A foto foi registrada por Carolina Ferreira, uma talentosa fotógrafa que se destaca pela abordagem diferenciada e qualidade estética dos registros de *skate* e cultura urbana que captura. Além disso, é uma fotógrafa mulher, mostrando seu talento e conquistando seu espaço em uma cultura que, durante muito tempo (e até os dias de hoje), foi um espaço extremamente masculino e pouco inclusivo. No centro da foto temos o skatista Feijas, que, além de ser um atleta profissional do esporte, apresenta um estilo único ao se vestir e ao andar de skate. Esse skatista, por ser patrocinado por uma das marcas que a Vista estava gerindo a comunicação em 2021, também teve uma conexão bastante próxima com a empresa e com seus colaboradores no ano em que ela completou 18 anos.

Os pontos mencionados acima já seriam o suficiente para justificar a escolha desta imagem para a sobrecapa do livro, entretanto, se somam a eles alguns outros fatores que contribuem ainda mais para o simbolismo desta foto. A imagem apresenta visualmente o contraste entre a cultura de rua (que carrega junto a ela conceitos como a marginalidade e subversão), representada pelo skatista, pelo salto “mortal”, e pelo modo dele se vestir - ilustrando a palavra “Fuck” na silhueta do tênis, em contraponto com as freiras que, em uma oposição visual, podem simbolizar o conservadorismo das entidades religiosas. Além disso, a cena acontece no Museu do Ipiranga, em São Paulo. Enquanto o acervo de mais de 125.000 unidades presente na parte interna do museu apresenta itens significativos para a compreensão da sociedade brasileira, a sua área externa representa um tradicional lugar para a prática do *street skate* nacional, que pode ser identificado pelas marcas de vela em uma das paredes, condição que a torna “deslizável” para os eixos metálicos do skate.

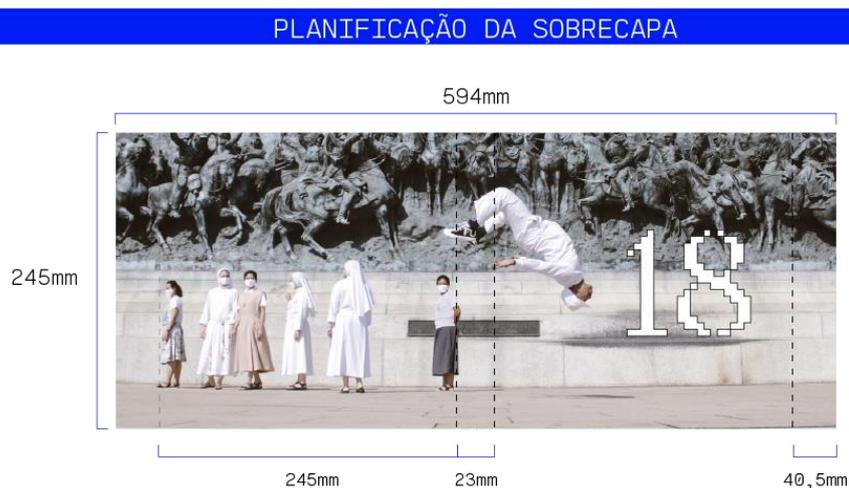
Figura 58 – Foto da sobrecapa



Fonte: autor.

A sobrecapa, quando montada, tem a dimensão de 594x245mm. Sua planificação leva em consideração tanto o tamanho do livro quanto o da lombada e orelhas, conforme pode ser conferido na Figura 59. No protótipo, o suporte utilizado é o papel Couché fosco 150g, com vincos e dobras feitas manualmente e faca especial simulada digitalmente.

Figura 59 – Planificação da sobrecapa



Fonte: autor.

As figuras 60 e 61 a seguir ilustram os aspectos visuais da sobrecapa.

Figura 60 – Detalhes da sobrecapa (sem faca especial)



Fonte: autor.

Figura 61 – Sobrecapa



Fonte: autor.

6.1.3 Livro

O livro será apresentado considerando duas partes: a capa e o miolo. O detalhamento das partes pode ser conferido nos itens a seguir.

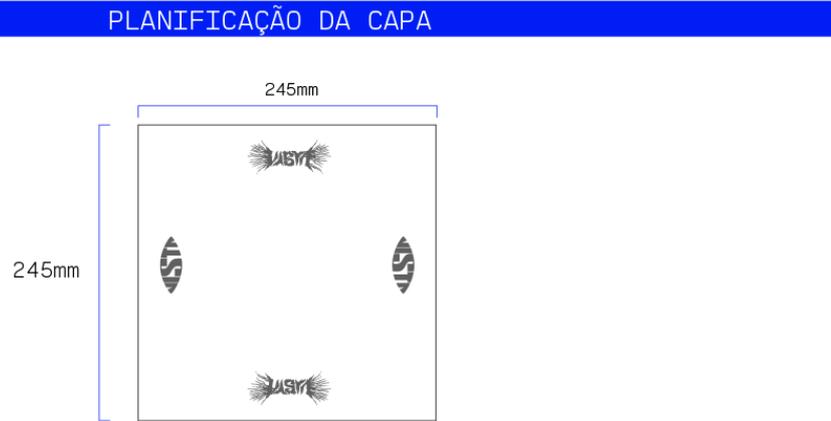
6.1.3.1 Capa

A capa do livro, que pode ser parcialmente visualizada pelo usuário por meio do corte presente na sobrecapa, passa a ser vista de forma integral quando a esta é retirada. Em contraponto ao destaque visual proporcionado pela foto da sobrecapa, a capa carrega elementos mínimos, sendo eles apenas os logotipos institucionais em baixo relevo. Como ambos os logotipos (tanto o relativo a Vista Art quanto o relativo a Vista Lab) funcionam praticamente como um ambigrama, eles aparecem refletidos alinhados ao centro de cada uma das faces com seu topo direcionado para área externa do livro. Esta disposição visual permite que, independentemente da posição que o usuário visualize o livro, sempre um dos logotipos estará direcionado para ele na posição correta.

O suporte escolhido para sobrecapa é o papel cartão Horlle com acabamento em baixo relevo, assim como no livro de 15 anos, reforçando o caráter de continuidade entre as edições e os requisitos de projeto que prezam pela conexão com a identidade Vista e a busca por soluções gráficas e editoriais não convencionais. A diferença nesta edição, além da dimensão da capa e dos elementos gráficos estampados em baixo relevo, é a sua cor, que deixa de ser cinza escuro para ser cinza claro, permitindo um menor contraste com a fotografia da sobrecapa na visualização do corte.

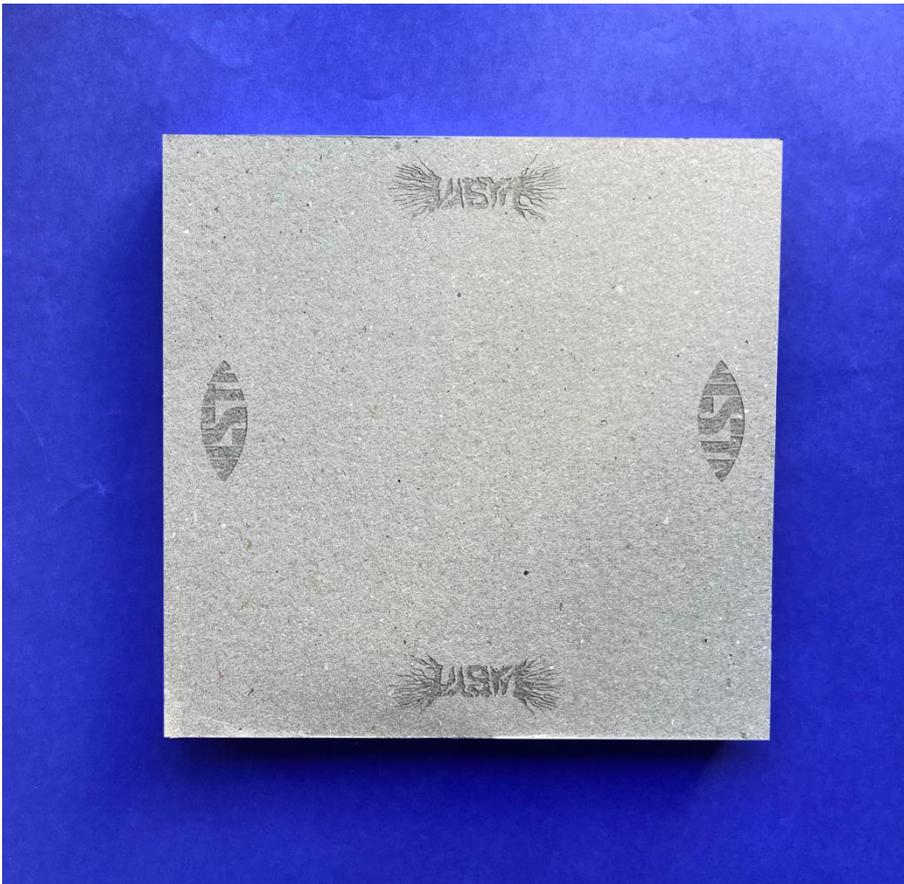
As figuras 62 e 63 a seguir ilustram a capa do livro, por meio de sua planificação e simulação digital.

Figura 62 – Planificação da capa



Fonte: autor.

Figura 63 – Capa



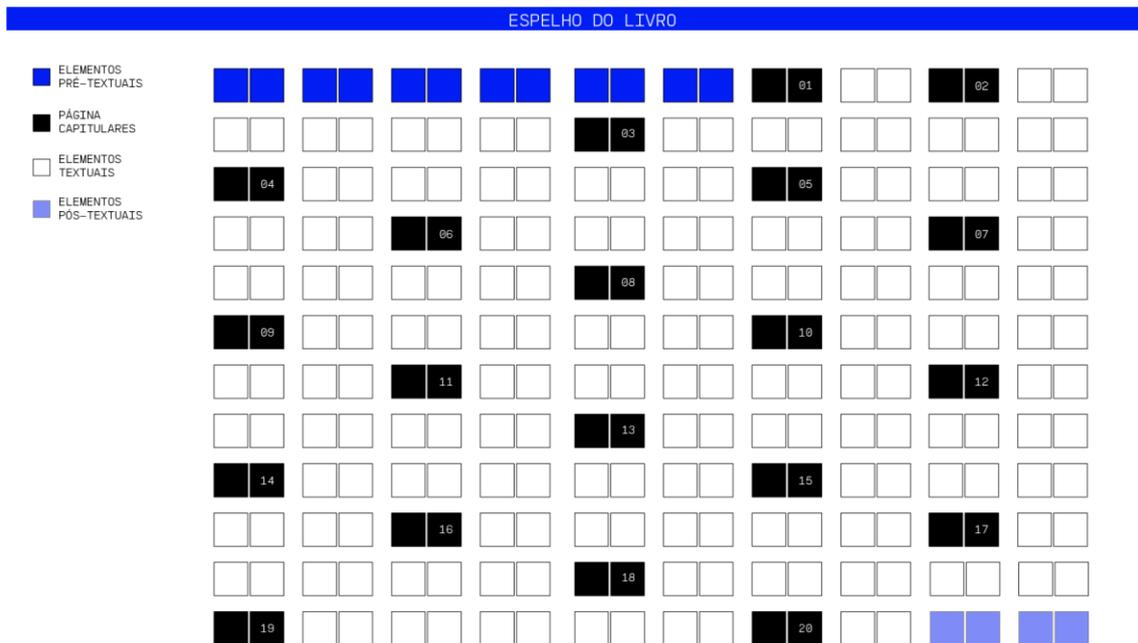
Fonte: autor.

6.1.3.2 Miolo

O miolo do livro, onde os 18 anos da trajetória da Vista são apresentados, possui 240 páginas distribuídas em 20 capítulos, impressas em papel *Offset* 120g. No protótipo, os textos foram simulados e as principais páginas foram representadas visualmente.

Nos itens a seguir, consta um detalhamento dos elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais. Com exceção do capítulo de abertura e de encerramento, os demais seguem um mesmo padrão que pode ser visualizado no espelho do livro ilustrado na figura abaixo.

Figura 64 – Espelho do livro



Fonte: autor.

6.1.3.2.1 Elementos Pré-Textuais

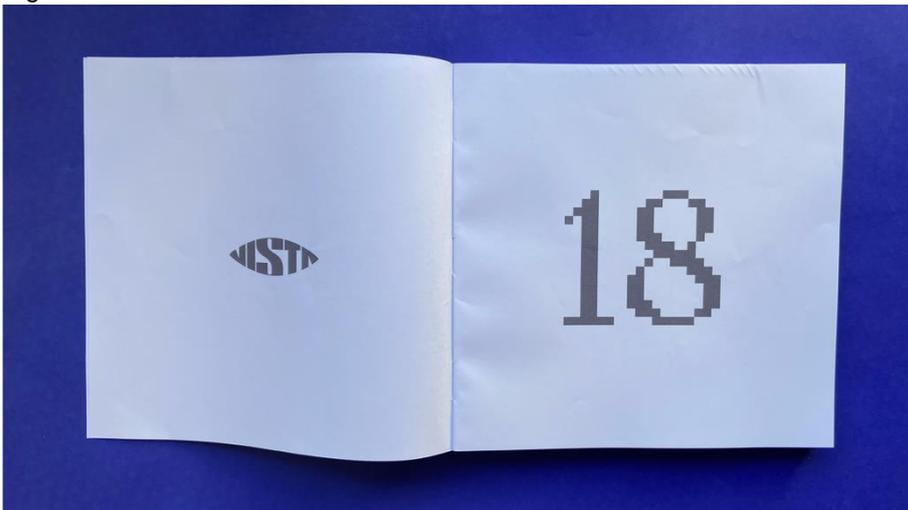
Os elementos pré-textuais do livro são compostos de falsas folhas de rosto, que trazem os logotipos da empresa, e uma folha de rosto, que traz o número 18 estampado. A seguir, aparecem as páginas de abertura, que trazem algumas fotografias marcantes em preto e branco. Os elementos pré-textuais podem ser visualizados em detalhes nas figuras a seguir.

Figura 65 – Falsa folha de rosto



Fonte: autor.

Figura 66 – Falsa folha de rosto e Folha de rosto



Fonte: autor.

Figura 67 – Páginas de abertura



Fonte: autor.

6.1.3.2 Elementos Textuais

Os primeiros elementos textuais do livro são as páginas capitulares, em que constam os títulos de cada capítulo em uma página dupla. Todas estas páginas seguem um mesmo padrão, com exceção das páginas capitulares do primeiro e último capítulo que, além do título, contam com um elemento iconográfico de apoio. Na figura 68 pode ser visualizado um exemplo de página capítular intermediária, enquanto na figura 69, as capitulares do primeiro e último capítulo.

Figura 68 – Páginas capitulares



Fonte: autor.

Figura 69 – Páginas capitulares de abertura e encerramento



Fonte: autor.

Após as páginas capitulares, cada capítulo conta com uma página de abertura, que apresenta um conteúdo em texto mais denso e é acompanhada de uma imagem sangrada ocupando toda página ao lado, conforme pode ser visualizado nas figuras 70 e 71. Estas páginas também contam com a cabeça do livro na margem inferior da página par, trazendo o título “18 anos amplificando ideias” e o fôlio na margem inferior da página ímpar.

Figura 70 – Páginas de abertura dos capítulos



Figura 71 – Páginas de abertura dos capítulos



Fonte: autor.

Seguido das páginas de abertura, os capítulos contam com 3 páginas intermediárias, que apresentam imagens, legendas, notas textuais e, uma vez por capítulo, uma citação em uma destas páginas, ilustradas nas figuras a seguir.

Figura 72 – Páginas intermediárias dos capítulos



Fonte: autor.

Figura 73 – Páginas intermediárias dos capítulos



Fonte: autor.

Figura 74 – Páginas intermediárias dos capítulos



Fonte: autor.

Os capítulos se encerram com uma imagem sangrada em página dupla conectada com o conteúdo apresentado, com exceção do capítulo 1, que conta apenas com as páginas capitulares e de abertura, e o capítulo 20 (último), que conta

com as páginas capitulares e uma página manifesto. As figuras 75 e 76 a seguir ilustram as páginas de encerramento de capítulos.

Figura 75 – Página de encerramento dos capítulos



Fonte: autor.

6.1.3.2.3 Elementos Pós-Textuais

Os elementos pós-textuais do livro são compostos pelos créditos e agradecimentos. Para o protótipo, por se tratar de um trabalho acadêmico, a ficha técnica foi simulada e foi desconsiderada a inserção de ficha catalográfica e do ISBN, porém, caso o livro fosse impresso em grande escala com fins comerciais, esses elementos teriam que ser adicionados, assim como o colofão.

Figura 76 – Ficha Técnica



Fonte: autor.

Figura 77 - Agradecimentos



Fonte: autor.

6.2 Normatização

A etapa de normatização encerra a fase de realização do projeto e visa a codificação e a descrição técnica de produção. Para o presente trabalho, dois cenários devem ser considerados: a normatização para a impressão do protótipo, com finalidade acadêmica; e a normatização que se sucederia caso o projeto apresentasse fins comerciais ou fosse realizada uma tiragem maior.

Para a impressão do protótipo, após o fechamento da arte final, o miolo e a sobrecapa foram orçados e produzidos junto à gráfica Grafiset, considerando as

especificações que podem ser visualizadas na figura 78. Os demais acabamentos especiais necessários para sobrecapa, capa e miolo foram realizados manualmente ou digitalmente pelo autor, devido aos custos elevados para a produção de um único exemplar.

Figura 78 - Especificações impressão do protótipo

ESPECIFICAÇÕES PARA IMPRESSÃO DO PROTÓTIPO		
SOBRECAPA	CAPA E CONTRACAPA	MIOLO
Plotter A2* 4x0 cores Papel Glossi Fotográfico 150g <small>*Corte, víncos e dobras foram realizadas manualmente</small> <small>**Acabamentos especiais foram realizados digitalmente</small>	Papel Horlle* 100x50cm** Cinza 1.05mm* <small>*Adquirido pelo autor em uma papelaria convencional</small> <small>**Cortes foram realizados pelo autor manualmente</small>	220 pgs 24,5x24,5cm 4x4 cores Offset 120g Acabamentos: Costura, Cola.

Fonte: autor.

Caso esse mesmo livro fosse realizado em maior tiragem, a produção incluindo os acabamentos especiais se tornaria viável e menos custosa, pois o valor da produção destes acabamentos seria diluído dentro do todo. Nesse caso, a produção poderia ser realizada com a gráfica Hawaii, por apresentar custos mais baixos para grandes tiragens, se comparada à gráfica onde se realizou o protótipo e por ser uma gráfica que conseguiria atender a todos os acabamentos especiais desejados e pensados para o projeto. A figura 79 ilustra estas especificações.

Figura 79 - Especificações para impressão em larga escala

ESPECIFICAÇÕES PARA IMPRESSÃO EM LARGA ESCALA		
SOBRECAPA	CAPA E CONTRACAPA	MIOLO
59,4x24,5cm 4x0 cores Couché Fosco 180g Acabamentos: Faca especial	24,5x24,5cm Papel Cartão Horlle Cinza H/S 2mm Acabamentos: colado sobre a primeira folha do miolo. Baixo relevo	220 pgs 24,5x24,5cm 4x4 cores Offset 120g Acabamentos: Costura, Cola.

Fonte: autor.

7 CONCLUSÃO

A fim de consolidar os aprendizados adquiridos ao longo do desenvolvimento do trabalho, foi realizada uma etapa de verificação, na qual são resgatados os requisitos de projeto e comparados ao resultado do protótipo, assim como uma etapa de considerações finais, em que são apresentados os principais desafios, os aprendizados e as percepções finais do autor em relação ao projeto.

7.1 Verificação

A etapa de verificação tem como intenção avaliar se o produto final cumpre os requisitos estabelecidos na etapa de definição. No caso do presente trabalho, consideraremos o protótipo como produto final. Para tornar essa verificação possível, utilizou-se uma matriz de verificação, pontuando o protótipo em relação a cada requisito e considerando: 1 (menor conformidade com o requisito) e 5 (maior conformidade com o requisito). Todos os valores foram definidos baseados na percepção do autor e, ao final, foram somados para gerar uma pontuação final e compará-la com o valor total máximo.

A matriz a seguir apresenta os requisitos e a pontuação atribuída para cada um deles. A partir dela, pode-se concluir que o protótipo final não atendeu integralmente a todos os requisitos, mas gerou um resultado satisfatório. Entende-se que os principais pontos a serem aprimorados estão relacionados ao requisito “completo”, visto que, apesar de o livro contemplar capítulos para todos os anos da história da Vista, o conteúdo não foi desenvolvido, exigindo uma imersão ainda maior para a sua organização e o seu desenvolvimento. E, quanto ao requisito “não-convencional”, que também deixa margem para melhorias pois, apesar de ter-se optado em alguns momentos por acabamentos especiais e soluções gráficas que fogem do lugar comum, o produto final ainda carrega, de forma bastante presente, as características de um livro tradicional, não podendo ser categorizado como um livro de vanguarda. Em contrapartida, entende-se que os requisitos “desejado” e “coerente” foram amplamente contemplados, conforme pode ser visto na figura 80.

Figura 80 - Matriz de verificação

REQUISITOS	NOTA PROTÓTIPO
IMPACTANTE	4
COMPLETO	2
NÃO-CONVENCIONAL	3
DESEJADO	5
COERENTE	5
TOTAL	19/25

Fonte: autor.

7.2. Considerações Finais

Ao começar este Trabalho de Conclusão de Curso, tinha-se algumas ideias pré-concebidas para a sua temática, porém nada definitivo. Aos poucos, a vontade de desenvolver um projeto editorial se tornou mais presente e entendeu-se que utilizar a Vista como objeto de estudo e a completude dos seus 18 anos como temática seria uma ótima escolha. A validação desse caminho se deu, principalmente, porque o autor, além de ter sido um consumidor da revista durante muitos anos, hoje atua como colaborador dentro da empresa, possibilitando um acesso fácil a todo o acervo e um contato próximo com os principais atores envolvidos ao longo da trajetória.

Somado a isso, conforme foi explicitado na justificativa deste trabalho, as edições da revista Vista Art compartilharam uma grande quantidade de registros - em textos e imagens - da cultura de rua dos anos 2000, abordando temáticas que inspiraram e influenciaram toda uma geração de jovens que estavam conectados com esse universo. Formatar esse conteúdo em uma estrutura diferente da apresentada ao longo dos anos, em um formato de livro, é uma forma de enriquecer o legado construído, valorizar o público que se formou ao redor da Vista e fortalecer a conexão com os conteúdos e projetos que seguem sendo desenvolvidos.

Inicialmente, existia a expectativa, por parte do autor, de produzir todo o conteúdo do livro em paralelo ao projeto gráfico editorial. Entretanto, durante o seu desenvolvimento, evidenciou-se enquanto uma tarefa extremamente difícil pois, além

de o prazo para a finalização do trabalho ser relativamente curto, percebeu-se que a criação e a organização de um conteúdo tão denso e com um valor simbólico tão grande exigiria uma imersão ainda maior. De qualquer maneira, os avanços realizados durante este trabalho de conclusão de curso foram fundamentais para dar os primeiros passos da realização deste projeto.

Para além do produto final, o desenvolvimento deste trabalho foi de grande valia para o autor, permitindo consolidar diversos conhecimentos e ampliando a sua experiência no universo do design editorial. Por isso, conclui-se o projeto de forma bastante satisfatória, pois, apesar dos desafios - fundamentais para o aprendizado - pôde-se, por meio do Trabalho de Conclusão do Curso, conectar aprendizados adquiridos durante a trajetória acadêmica com desafios reais presentes no mercado profissional.

REFERÊNCIAS

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

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **The Production Manual: a Graphic Design Handbook**. Londres: AVA Publishing, 2008.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Formato**. Tradução: Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.

ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro: princípios da técnica de editoração**, 2. ed. Rio de Janeiro: Lexikon Editora Digital, 2008.

BANN, David. **Novo manual de produção gráfica**. Tradução Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2010.

BRANDÃO, Leonardo. **A cidade e a tribo skatista: juventude, cotidiano e práticas culturais na história cultural**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2011.

BRANDÃO, Leonardo; VIEGAS, Marcelo. A história das revistas de skate no Brasil. **Overblog**. São Bernardo do Campo, 2009. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/a-historia-das-revistas-de-skate-no-brasil>. Acesso em: 2 jun. 2022.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. Tradução de: André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Design Editorial**. Tradução de: Edson Furmankiewicz. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

CANTORANI, José Roberto; PILATTI, Luiz Alberto. O nicho dos esportes radicais: um processo de civilização ou descivilização?

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Ubu Editora, 2016.

GOULART, Ilsa do Carmo Vieira. **O livro: objetivo de estudo e de memória de leitura**, [s. l.: s. n.], 2009.

FETTER, Luis Carlos. **Revistas, design editorial e retórica tipográfica: a experiência da revista Trip (1986-2010)**. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Design editorial e publicação multiplataforma. **Intexto**, Porto Alegre, n. 34, p; 571-588, 2015. DOI: 10.19132/1807-8583201534.571-588. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/58547>. Acesso em: 5 jun. 2022.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II**: como criar e produzir livros. 2. ed. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

HARTSFIELD, Stanton; COHN, Jason. **Surf to Skate Evolution to Revolution – Volume 1**, Gingko Press; Scavenger, 2012.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. 2. ed. Tradução de: Geraldo Gerson de Souza Lúcio Manfredi. São Paulo: Ateliê Editorial, 2006.

IDEO. **Human Centered Design**: Kit de Ferramentas. 2. ed. Design Kit, 2015. Disponível em: <http://www.designkit.org/resources/1>. Acesso em: 20 set. 2021.

LESLIE, Jeremy. **Novo design de revistas**. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.

LUPTON, Ellen. **Pensar com Tipos**. Cosac Naify, 2006.

LUPTON, Ellen. **Intuição, ação, criação**. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.

MACHADO, Giancarlo Marques Carraro. **De “carrinho” pela cidade: a prática do street skate em São Paulo**. 2011. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo 2011.

MATTÉ, Volnei. Proposta de metodologia projetual para produtos gráfico-impresos. **Expressão**. Santa Maria, v. 1, n. 1, p. 60-66, 2004.

MARTINS FILHO, Plínio; ROLLEMBERG, Marcello. **Edusp**: Um Projeto Editorial. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2001.

PORTELLA, Grazielle Bruscato. **Presença + Percepção = Impressão: guia de técnicas de representação visual aplicáveis ao suporte impresso**. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação Design Visual) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

PRIETO, Douglas. **Somos todos CBSK**. A história da confederação brasileira de skate. [s. l.]: Editora ZY, 2021. Disponível em:

SAMARA, Timothy. **Making and Breaking the Grid**. Gloucester: Rockport Publishers Inc, 2017.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

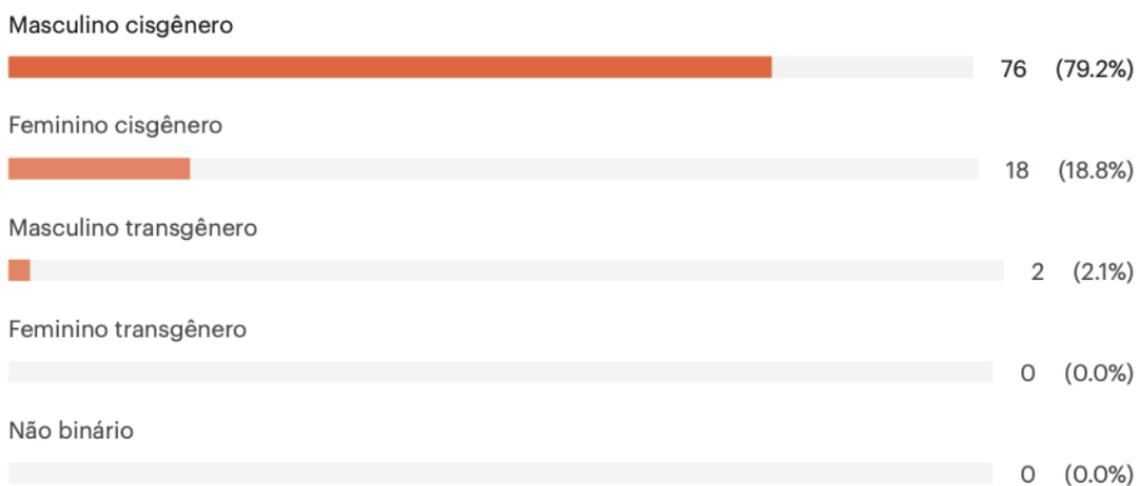
VIEIRA, Rosâne. **Um estudo sobre o design de livros para a Terceira Idade**. 2011. Dissertação (Mestrado em Design) – Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

VILLAS BOAS, André. **Produção Gráfica para Designers**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

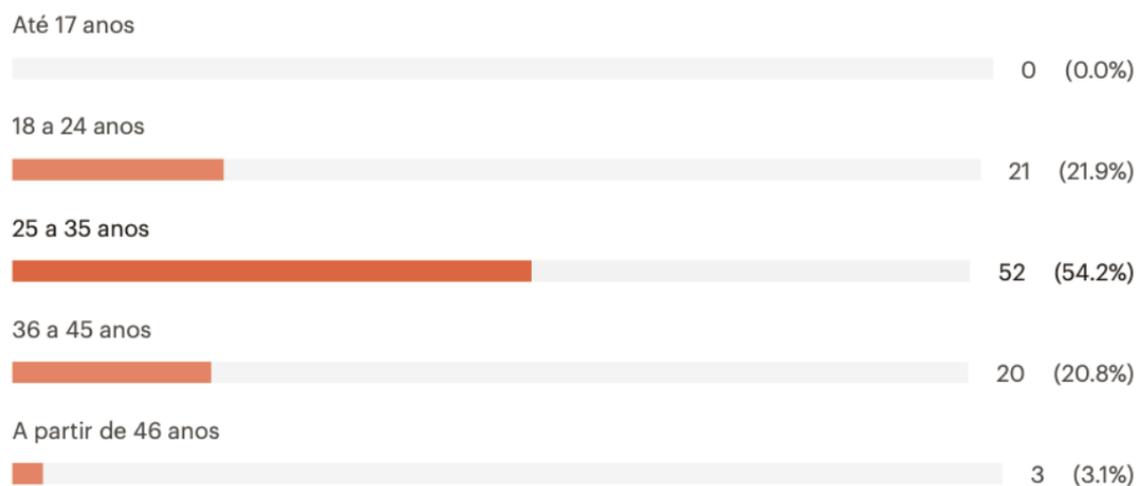
APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário “VISTA – Consumidores”

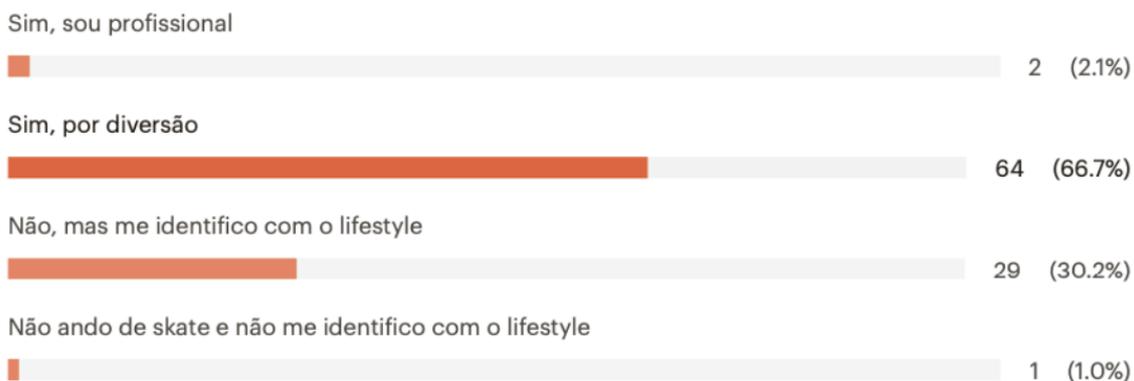
“Com que gênero você se identifica:”



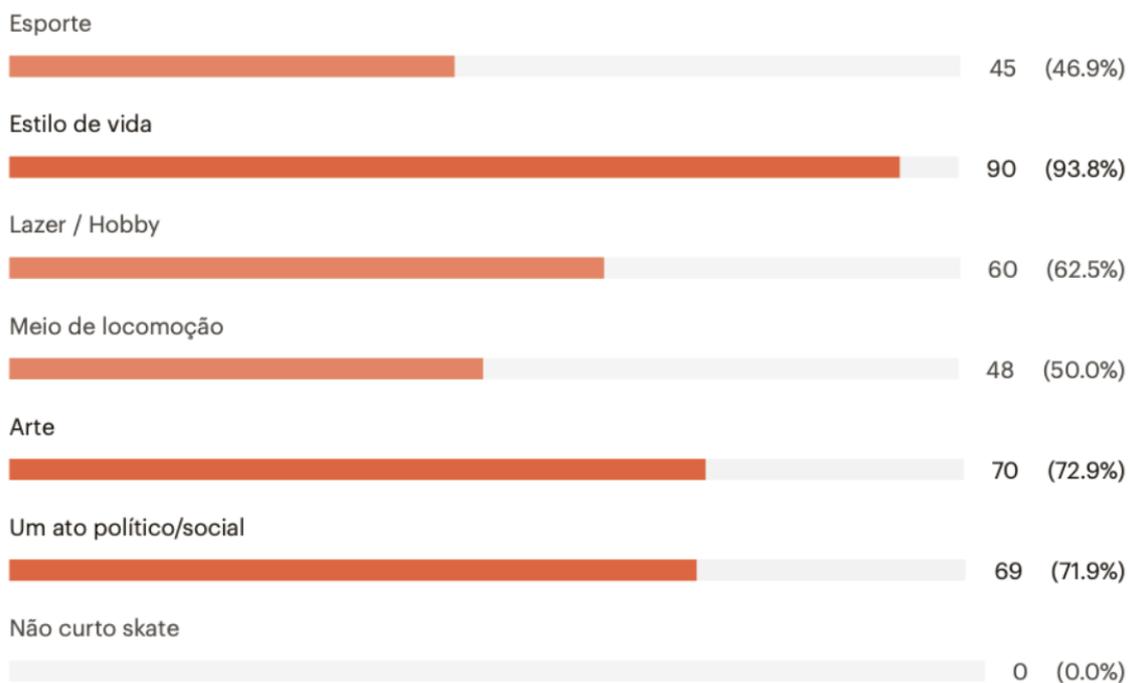
“Qual sua faixa etária:”



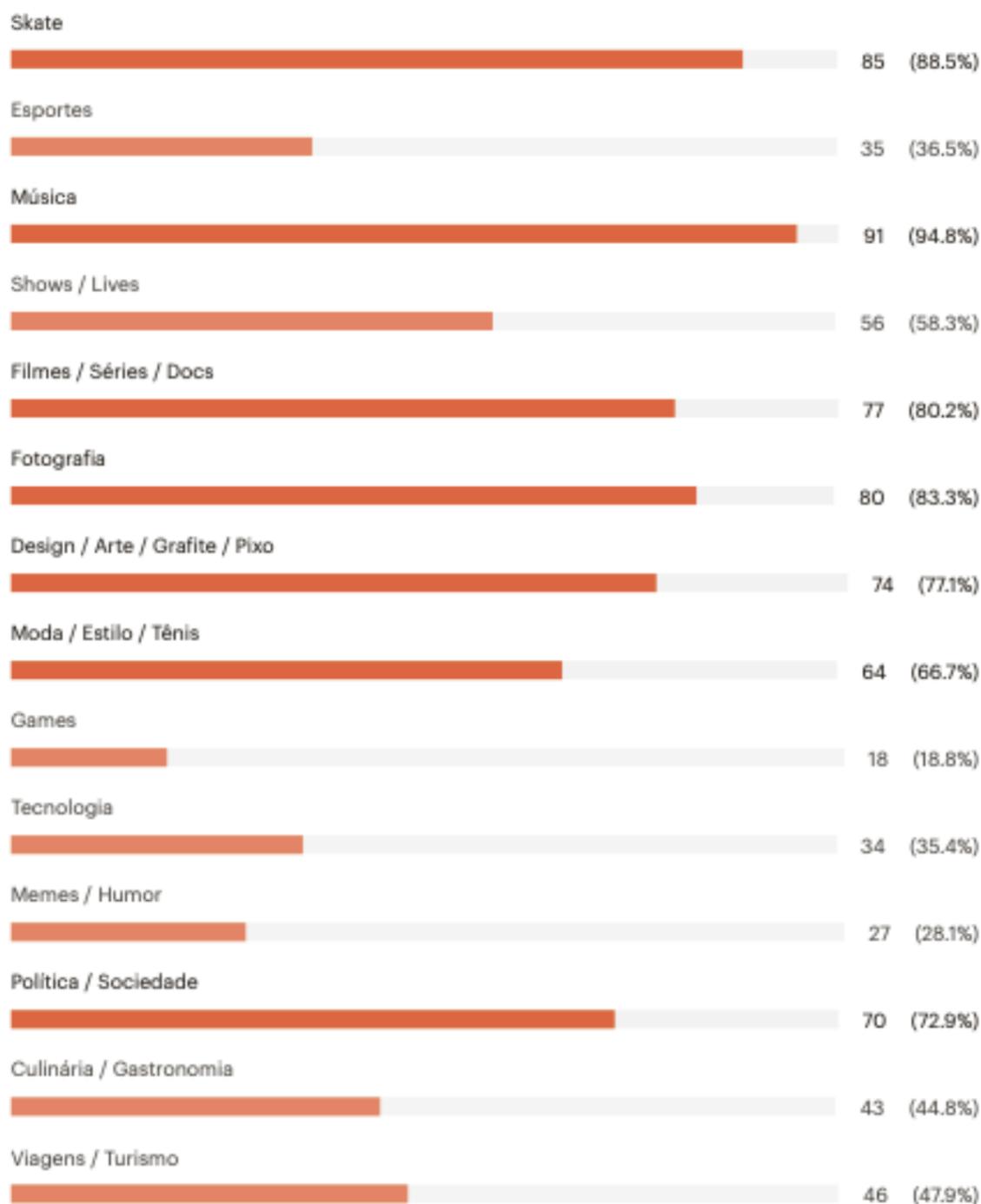
“Você anda de skate?”



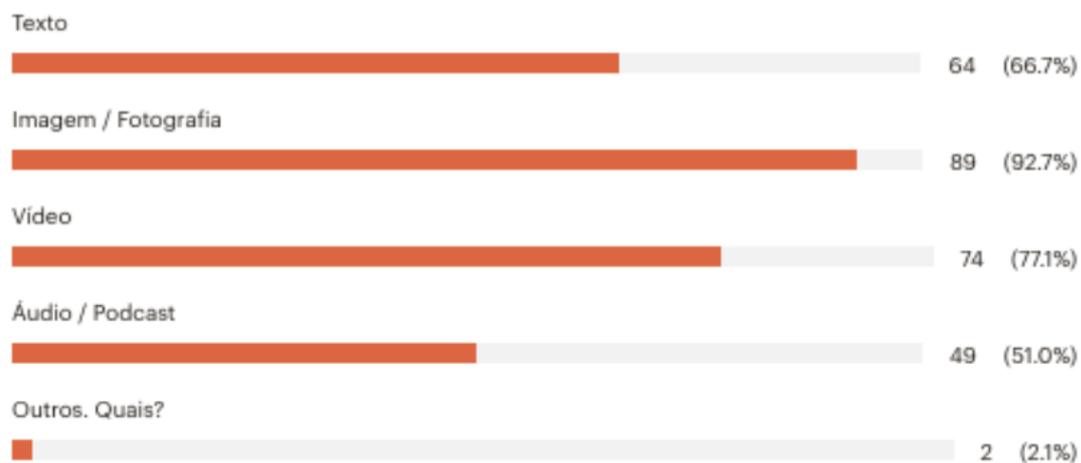
“Para você skate é (múltipla escolha):”



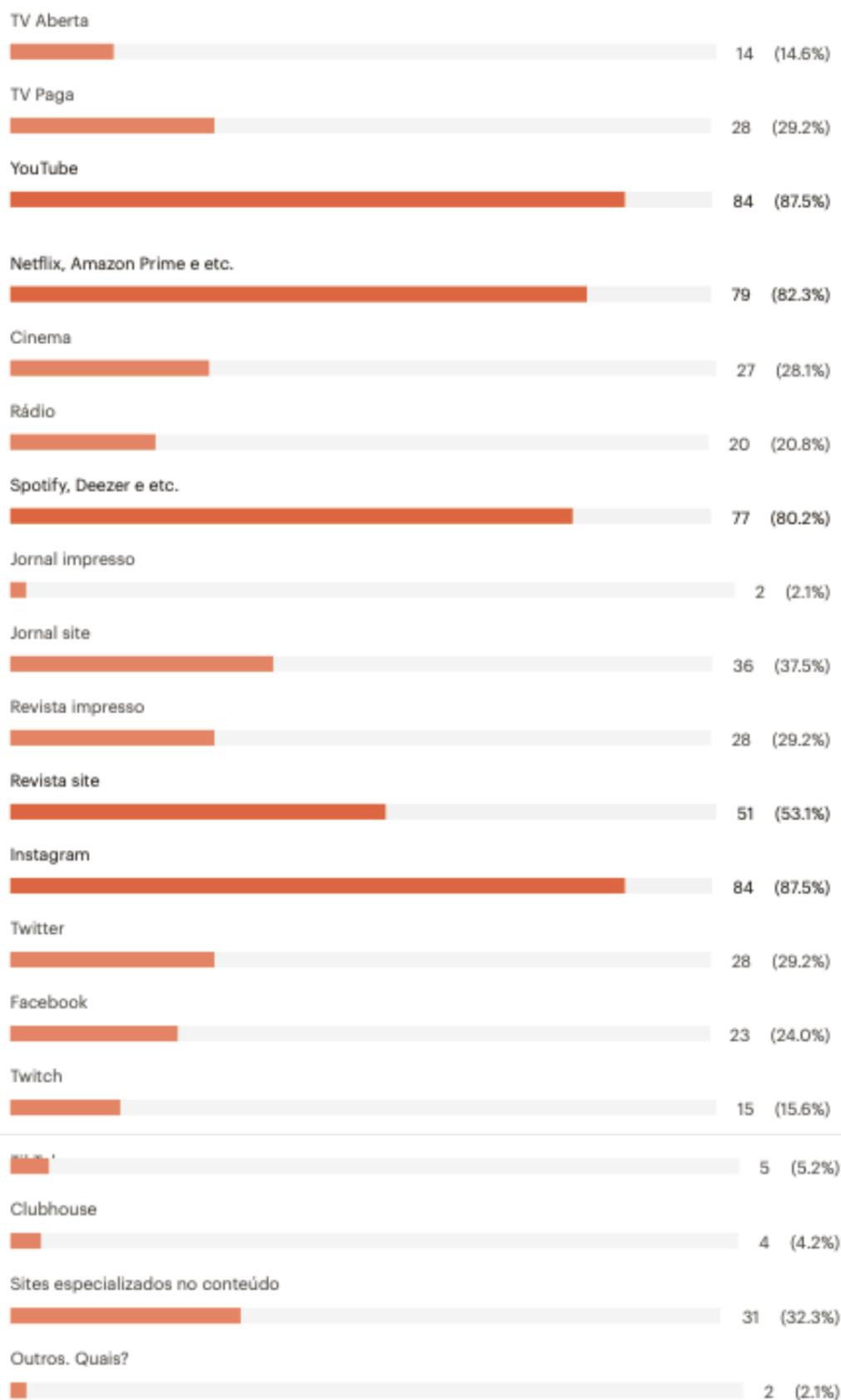
“Quais desses assuntos você ouve / lê / assiste com frequência (múltipla escolha):”



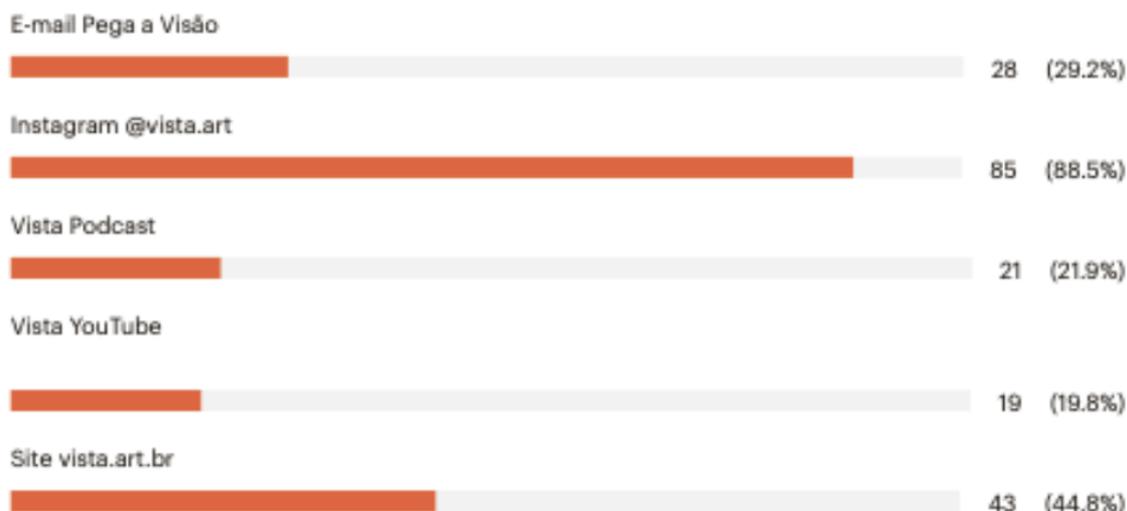
“Em que formato você prefere consumir seus conteúdos preferidos (múltipla escolha)?”



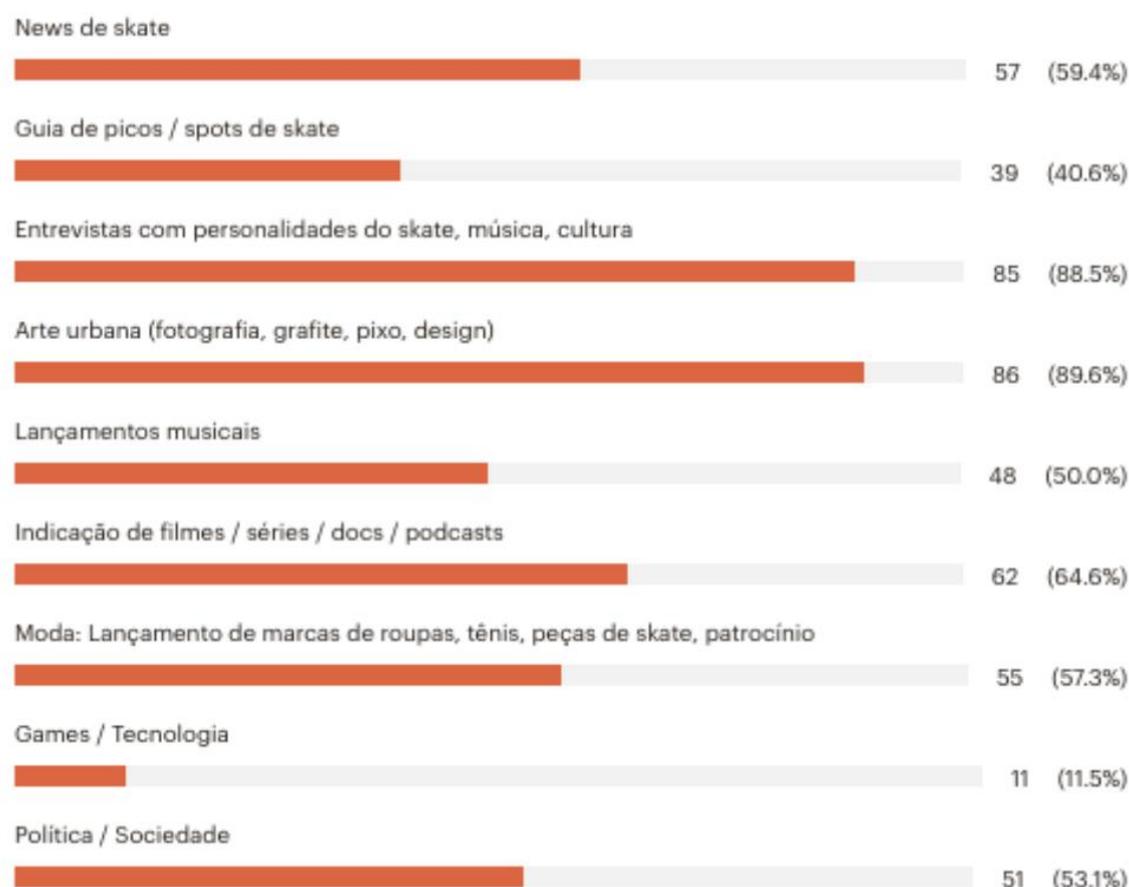
“Onde você ouve / assiste / lê seus conteúdos preferidos (múltipla escolha):”



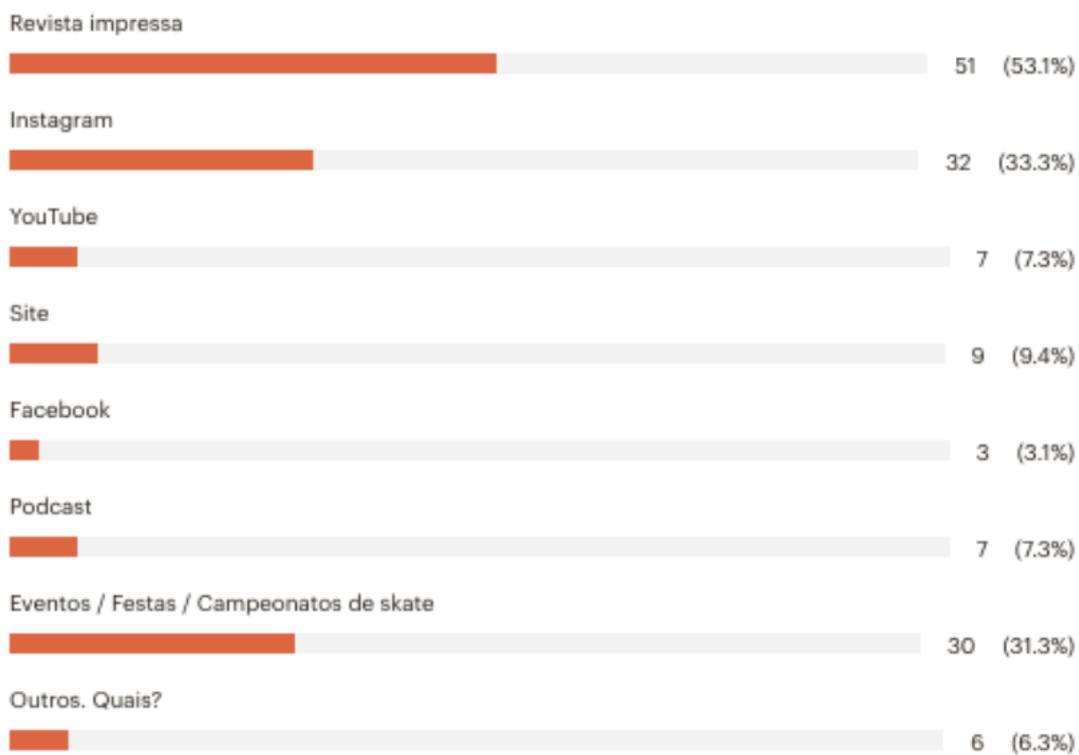
“Onde você costuma consumir nosso conteúdo (múltipla escolha):”



“Que conteúdo você gostaria de ver na Vista (múltipla escolha)?”



“Como você conheceu a Vista (múltipla escolha)?”



“O que vem à sua mente quando você pensa na Vista?”

albertasse.bravo@gmail.com said:

"Atitude"

pedro138@gmail.com said:

"Fazer do skate a arte que ele é e, no caminho inverso, o quanto o skate pode ser ferramenta para tantas outras artes. "

ggustvo@hotmail.com said:

"A vista foi a revista de skate que me identifiquei pq expandiu os assuntos que o skate se conecta. Como pra mim o skate é mais estilo de vida e ato político, tudo que o engloba e o cerca tem que ser relato e falado sobre. "

rodrigrosajunioe@gmail.com said:

"a voz do skate e arte. tudo que me inspira vem, de alguma forma, da Vista. a primeira revista de skate/arte que li foi da Vista 10 Anos (que capa meus amigos). "

carlos.elidio@yahoo.com.br said:

"Uma revista que trancou do um jeito bem diferente que as outras mídias especializadas em skate fizeram. Revista que sempre deu espaço ao novo no mundo do skate e da cultura de rua. Shout out galera da Vista!"

lab.torpe@gmail.com said:

"revista-resistencia que eu conheço desde 2007"

pietro.scopel@hotmail.com said:

"Representa o skate underground sem regras. A Vista faz pela arte, faz porque acredita no skate e na cultura de rua. "

daniilosilvageome@gmail.com said:

"Karaleo que maneiro "