



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM

ANNE CAROLINE DE OLIVEIRA PEREIRA
SHIRLEY CARVALHO DE BRITO

RELATÓRIO TÉCNICO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC
REVISTA HEURECA

CAMPINA GRANDE – PB

2015

ANNE CAROLINE DE OLIVEIRA PEREIRA
SHIRLEY CARVALHO DE BRITO

REVISTA HEURECA

Relatório apresentado ao curso de graduação em **Comunicação Social** – habilitação em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau Bacharelado em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

CAMPINA GRANDE - PB

2015

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

P436r Pereira, Anne Caroline de Oliveira
Revista Heureca [manuscrito] / Anne Caroline de Oliveira
Pereira, Shirley Carvalho de Brito. - 2015.
30 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro
de Ciências Sociais Aplicadas, 2015.

"Orientação: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva,
Departamento de Comunicação Social".

1. Revista Heureca. 2. Sociedade. 3. Teatro. 4. Cultura
Circense. 5. Projeto Gráfico. I. Título.

21. ed. CDD 302.23

**ANNE CAROLINE DE OLIVEIRA PEREIRA
SHIRLEY CARVALHO DE BRITO**

REVISTA HEURECA

Relatório apresentado ao curso de graduação em
Comunicação Social – habilitação em
jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba,
em cumprimento à exigência para obtenção do
grau Bacharelado em Comunicação Social.

Aprovadas em 19/06/2015.

Nota: 10,0

FERNANDO FIRMINO DA SILVA

Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva/ UEPB

Orientador

Arão de Azevedo Souza

Prof. Ms. Arão de Azevedo de Souza/ UEPB

Examinador

Verônica Almeida de Oliveira Lima

Prof.^a. Ms. Verônica Almeida de Oliveira Lima/ UEPB

Examinadora

CAMPINA GRANDE - PB

2015

DEDICATÓRIA

Após quatro anos de esforço, aprendizado e dedicação, concluímos esta tão sonhada etapa. É uma realização que não se tornaria real se não fossem os amigos que encontramos ao longo do caminho, pessoas que nos ensinaram, incentivaram e não nos deixaram desistir.

Dedicamos a Revista Heureca aos nossos pais, que sempre nos apoiaram e deram força para que este ciclo fosse concluído, assim como o Grupo de Teatro Heureca, que confiou em nós e disponibilizou toda a sua história para a construção dessa publicação.

AGRADECIMENTO

Agradecemos primeiramente a Deus, que é nossa base e fortaleza. Ele sempre nos iluminou e assegurou que íamos conseguir passar por todos os obstáculos que encontramos na universidade e vida.

Aos nossos pais e familiares, que acompanharam toda a nossa trajetória, nos formaram e contribuíram com a nossa educação.

Aos amigos que fizemos ao longo dessa caminhada e tornaram nosso dia-a-dia mais fácil e divertido. Agradecemos pelas boas histórias, que jamais vamos esquecer.

Ao querido orientador, Fernando Firmino, que desde o início além de mestre, foi principalmente nosso amigo, nos ajudando na vida acadêmica e pessoal e tornando a rotina um pouco mais leve, com suas brincadeiras e “viagens internacionais”. Recordamos da sua ajuda no NAPPEES Consultoria Júnior e anos de Repórter Junino, que foram nossas primeiras experiências como profissionais de comunicação e determinantes para nosso crescimento. Desse modo, seria impossível que ele não fosse nosso guia neste momento tão especial.

Aos melhores professores e amigos, Moisés de Araújo, que com sua fama de “durão” assustou inicialmente, mas nos cativou com seu jeito simples, sincero e coerente, mostrando seu verdadeiro lado acolhedor; Verônica Oliveira, nossa “Verys”, que chegou no meio do período, conquistando a admiração de todos; Ingrid Fachine, que foi uma das nossas maiores incentivadoras, com sua forma meiga e coração desmedido; e Arão de Azevedo, eterno “Arones”, que apesar de sua seriedade, é cativante e divertido e não mediu esforços para ajudar quando precisamos, se tornando muito especial em nossas vidas.

Aos queridos “Ronalds”, que nos ajudaram muito com nossos trabalhos, ficando na universidade até tarde para que pudéssemos concluir as atividades. Assim como Thiago, Gustavo, Renato, Elvis e Leandro, que sempre estavam dispostos a nos ajudar com os “problemas na coordenação”, além de suporte nas disciplinas de Rádio e TV.

Aos saudosos Ronaldo e Águeda Cabral, que infelizmente nos deixaram no meio da trajetória, mas marcaram nossas vidas profundamente, com suas características semelhantes, de disponibilidade, incentivo e carinho.

À Sheila e George, que foram nosso suporte na produção desta publicação. Com seus conhecimentos, ajudaram bastante, tornando nosso trabalho mais especial, belo e elegante. Foram anjos!

E a nós....

À Anne Caroline, que esteve comigo desde o início, antes mesmo da universidade, e sempre me deu forças para alcançar os meus objetivos e ir além. Sem ela, tenho certeza que a caminhada teria sido muito mais difícil e seu amor por tudo que faz é admirável. Agradeço pela amizade e parceria de todos esses anos e pela conquista de mais um projeto feito com amor e dedicação. Muito Obrigada!

À Shirley Carvalho, que conheci ainda no Ensino Fundamental e Deus proporcionou um reencontro na universidade. Desde o primeiro dia de aula, nosso abraço selou um companheirismo sem igual. Jamais imaginei encontrar alguém tão comprometida e amiga, que agarrou meus sonhos e ideias como se fossem os dela. Nossa trajetória foi marcada por mutualidade, reciprocidade, tudo se tornou mais fácil e não poderia ser diferente nesta etapa tão especial. Sou grata por tudo!

A todos, nosso muito obrigado!

Anne Caroline e Shirley Carvalho

RESUMO

A Revista Heureca é um projeto editorial-gráfico elaborado para a conclusão do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. O trabalho se constitui em uma revista comemorativa dos 15 anos do Grupo de Teatro Heureca de Campina Grande. As reportagens abordam a importância que o palhaço tem na sociedade, através de matérias inéditas que buscam refletir sobre a sua função, que vai além do bem estar pelo riso, promovendo uma reflexão social e comunicacional da figura do palhaço no contexto do teatro e da cena circense. O resultado da revista, consolidado através do relatório técnico, representa a construção de conhecimentos adquiridos no curso em disciplinas de projeto gráfico, jornalismo cultural e literário e das técnicas jornalísticas.

Palavras-chaves: Revista Heureca, Sociedade, Teatro, Cultura Circense, Projeto Gráfico

ABSTRACT

This Magazine Heureca its a editorial-graphic project builded to finishing Social Communication coullege course in Universidade Estadual da Paraíba. The task is a magazine about commemorating the 15 years of the Heureca Theater Group on Campina Grande. The publishe tip told about the importance of the clown has in society, through unpublished materials that told to reflect on their'serlf, which goes beyond the well-being by laughter. The magazine promotes a social and communicational reflection clown figure in the context of theater and circus scene. The result of magazine consolidated through the technical report, represent a little construction of knowledge acquired in the course in graphic design disciplines, cultural journalism and literary and journalistic techniques.

Keywords: Heureca magazine, Society, Theater, Circus Culture, Graphic Project

LISTA DE FIGURAS

FIG. 1	Títulos das matérias	P. 21
FIG. 2	Corpo do texto de capitular	P. 22
FIG. 3	Frase	P. 22
FIG. 4	Olho	P. 22
FIG. 5	Nota de rodapé	P. 23
FIG. 6	Subtítulo	P. 23
FIG. 7	Créditos da imagem	P. 24
FIG. 8	Seção	P. 24
FIG. 9	Matéria “Nossa Memória”	P. 26
FIG. 10	Matéria “Gente Corajosa”	P. 27
FIG. 11	Matéria “Brincadeiras de Criança”	P. 28
FIG. 12	Capa Revista Heureca	P. 29
FIG. 13	Logotipo	P. 30

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. OBJETIVOS	13
3. JUSTIFICATIVA.....	14
4. PÚBLICO-ALVO	15
5. ORÇAMENTO	15
6. CRONOGRAMA.....	16
7. DETALHAMENTO TÉCNICO	17
7.1 Definição do produto.....	17
7.2 Design Gráfico.....	18
7.3 Projeto Gráfico da Revista Heureka	19
7.4 Tipologia e elementos gráficos.....	20
7.5 Cores.....	24
7.6 Capa.....	29
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
9. REFERÊNCIAS.....	32

1. INTRODUÇÃO

Este relatório é resultado do Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Trata-se de um projeto editorial-gráfico de uma revista especial sobre os 15 anos do Grupo de Teatro Heureca, focada em mostrar a cultura teatral campinense e os projetos que o grupo desenvolveu ao longo dessa trajetória. A “Revista Heureca” surgiu com o exclusivo propósito de comemorar essa conquista, mas, além disso, abordar assuntos sobre a realidade cultural do teatro campinense e a importância que a arte possui para o crescimento de uma sociedade melhor.

Embora a cultura artística no Brasil proporcione inúmeros benefícios para o ser humano, ainda hoje ela é bastante desvalorizada, havendo poucas contribuições do governo e meios de comunicação, sendo divulgado, na maioria das vezes, o superficial ou que tem prestígio. Neste âmbito, a revista pretende transmitir através de uma linguagem mais literária e visual, as dificuldades enfrentadas para manter viva essa classe que independente dos obstáculos, continua atuando de forma conscientizadora e “leve”, fazendo com que as grandes causas sejam aceitas com mais facilidade e menos preconceito, com a beleza de imagens e cores que apesar das oposições caracterizam esse universo.

Portanto, a revista contém pautas que foram criadas buscando englobar temas que se alinhe ao propósito da publicação, com matérias relevantes sobre o assunto e com a função de melhorar a visão da sociedade para com a arte, diminuindo o preconceito e mostrando que essa profissão também é séria como todas as outras, não se tratando de um passatempo, que muitos chamam de ‘diversão’ mas poucos sabem que a palavra significa uma forma de modificar, mudar o olhar e ajudar a compreender novas percepções da realidade, através de um grupo que em 2015 se torna debutante e se mantém firme e forte no cenário teatral campinense, atuando como educadores, teatrólogos e transformadores de um povo.

Nossa revista é um produto inédito que busca oferecer aos leitores um conteúdo de qualidade, com a alegria de textos e imagens que despertam o encantamento e a vontade de acompanhar página por página. Cabe informar, ainda, que a escolha pelo projeto experimental revista se deve a interação com disciplinas como projeto gráfico, que nos permitiu perceber a importância do design gráfico para a comunicação visual e o jornalismo de um modo particular por permitir uma comunicação mais rápida e

atrativa e por ser ainda um meio de consumo de informações fundamental para a sociedade. Neste caso conseguimos unir as noções de projeto gráfico com o gosto pela literatura e pelo cultural com a abordagem da temática do teatro e circo a partir da centralidade no palhaço.

Este projeto foi desenvolvido a partir de longos meses acompanhando todo o trabalho desenvolvido pelo Grupo Heureca, desde as aulas do curso até os ensaios e reuniões dos espetáculos, gerando conteúdo através de discussões de pautas, adequando ao nosso propósito. Nesse período, também fizemos diversas entrevistas com historiadores, professores e artistas, para descobrir as influências que a cultura exerce na sociedade e como se deu o desenvolvimento do teatro em Campina Grande. Além disso, tivemos vários encontros para orientações, leituras e fichamentos de livros sobre design gráfico, para poder compor uma revista e um relatório que refletisse a concepção de um produto experimental que pudesse ir além do simples fato de ser objeto de conclusão de curso. Pretendemos, com essa experiência, ampliar as possibilidades profissionais e de contribuição para o curso e para a sociedade com a temática abordada tendo em vista Campina Grande ser uma cidade culturalmente efervescente com seus festivais de violeiros, de música, de inverno e, claro, o São João.

Esperamos que a revista possa ser difundida e apreciada com o mesmo prazer e carinho que tivemos em fazê-la.

2. OBJETIVOS

Objetivo Geral

Elaborar um projeto editorial-gráfico sobre os 15 anos do Grupo de Teatro Heureca visando gerar reflexão e diálogo crítico sobre os conteúdos e abordagens do cenário teatral campinense e a cultura circense.

Objetivos Específicos

- Apresentar o trabalho desenvolvido pelo Grupo de Teatro Heureca;
- Elaborar uma linha editorial e gráfica que construa uma identidade visual coerente com o tema abordado;
- Produzir conteúdos relevantes para o público-alvo da edição comemorativa da revista;

- Desenvolver um projeto gráfico a partir dos conceitos do design gráfico que possa representar o conteúdo explorado;
- Contribuir com a divulgação da arte e cultura campinenses.

3. JUSTIFICATIVA

O projeto teve início ainda em 2013, quando iniciamos a disciplina de “Pesquisa em Comunicação”, ministrada pela professora Robéria Nádia, e optamos por escolher um tema que transmitisse além de conteúdo, reflexão. Ao escolher o tema, além de contar com a contribuição da professora Robéria, Renato Hennys, também nos deu aporte teórico e material relacionado para que pudéssemos abranger nossos olhares ao assunto, e nortear o desenvolvimento de um produto midiático, que a princípio seria um documentário, mas pelos diversos assuntos que queríamos abordar, decidimos optar pela elaboração de uma revista.

Como a ideia era falar de arte nas mais variadas formas, a professora Robéria já tinha contato com Josimar Alves, diretor do Grupo Heureca, e surgiu a possibilidade de conhecer um pouco mais o trabalho desenvolvido por eles, direcionando a arte para o teatro e circo, mas englobando todas as outras formas, já que o teatro explora um pouco de cada manifestação artística existente.

Diante da realidade em que vivemos, a comicidade é uma das formas que a sociedade encontra para minimizar a tensão dos problemas enfrentados diariamente, recebendo de uma melhor forma, as críticas e falhas expostas por alguém que torna as situações ruins, em mais leves e descontraídas.

Arte e magia são, até certo ponto, termos geminados. Em nosso entender, está na arte a razão das transformações mágicas da vida. O artista, um criador de “novas realidades”, de “novos mundos”, de “novas fórmulas”, propicia a materialização, através da catarse, dos anseios do outro e de si próprio. O artista “é uma voz”, e a arte, uma linguagem (FORTUNA, 1997, p. 4).

O ator circense possui várias faces e missões, além de ator ele é um educador, animador, propagador e transformador da sociedade. A ideia surgiu da observação de como a arte é capaz de fascinar e levar cultura à comunidade. Os problemas enfrentados na atualidade podem ser utilizados como temas para demonstrar o que não percebemos na rotina acelerada da vida moderna e o humor coloca em evidência essas questões

propondo até soluções para os mesmos. Como é o caso dos espetáculos de conscientização criados pelo Grupo Heureca para empresas de vários setores.

Fortuna (1997), em seu artigo ‘Arte: um meio de comunicação e educação no aprimoramento da personalidade’, afirma as múltiplas funções da educação, “O ato de educar não se resume à mera transmissão de conhecimentos, mas a transmissão de valores. Valores que criam comportamentos. Comportamentos que produzem o posicionamento crítico do indivíduo no mundo” (FORTUNA, 1997, p. 9.).

Portanto, é possível através das técnicas e artes cênicas, apresentar uma visão crítica e ampla da comunicação e a função social que ela pode exercer na sociedade. Podemos observar também que com o aumento das tecnologias e entretenimentos, alguns costumes e valores estão perdendo a importância pouco a pouco e a cada geração o ator precisa se reinventar para continuar tendo papel transformador.

Com base nisso e em aprendizados sobre diagramação com o professor Arão de Azevedo e apoio do professor Fernando Firmino, montar uma revista se tornou algo possível dentro do nosso propósito. Por ser um ano de comemoração para o grupo, as adaptações foram surgindo para que nossa ideia pudesse se unir a esse momento especial, formando um projeto que além de informativo também fosse de homenagem.

Além das razões expostas, não existe nenhuma produção midiática que aborde o teatro nessa perspectiva em nossa cidade, especificamente com o trabalho desenvolvido pelo Grupo Heureca, o que torna a nossa proposta original e pioneira no departamento de Comunicação Social da UEPB.

4. PÚBLICO-ALVO

A revista “Heureca” é uma publicação desenvolvida para pessoas de todas as faixas etárias que tem interesse em conhecer um pouco sobre o teatro campinense e os trabalhos desenvolvidos pelo Grupo de Teatro Heureca ao longo de sua trajetória, formando leitores mais críticos a respeito da realidade cultural atual e demais temas abordados.

5. ORÇAMENTO

A publicação não foi elaborada para fins comerciais, mas sim para homenagear o grupo, divulgar a arte campinense e como projeto de conclusão de curso. Entretanto,

solicitamos o orçamento de algumas gráficas para tiragem em maior quantidade, com o intuito de divulgar o trabalho.

A impressão da revista foi realizada na Sertec Copiadora, localizada em Campina Grande - PB e a unidade custou R\$ 108,00 (cento e oito reais). Foi utilizado papel couchê 230 na capa e no interior papel couchê 170.

De acordo com a Gráfica Printi, de São Paulo, a partir de uma tiragem de 1000 exemplares, a remessa custa R\$ 4.830,00.

6. CRONOGRAMA

A tabela abaixo mostra as etapas que foram necessárias para o desenvolvimento e produção da revista:

ATIVIDADES	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN
Orientação					X	X	X	X
Revisão Bibliográfica				X	X	X		
Elaboração do projeto	X	X	X					
Pautas e matérias				X	X	X	X	
Diagramação							X	X
Revisão Final								X
Impressão								X
Apresentação da Revista								X

7. DETALHAMENTO TÉCNICO

7.1 Definição do Produto

A escolha da mídia revista se deu devido os múltiplos assuntos que buscamos abordar dentro da perspectiva do grupo na cidade. Este produto oferece uma maior liberdade para utilização de inovações no aspecto gráfico e visual, unindo textos e imagens, além de ser um documento que pode ser preservado por longos anos. Mesmo com as mídias digitais, o suporte impresso ainda permite uma aproximação pelo toque e as texturas. O produto experimental ora apresentado se constitui numa exploração dos conhecimentos adquiridos na faculdade que agora estão fundidos no desenvolvimento dessa revista na perspectiva editorial-gráfica e de narrativas na construção do texto. Os elementos gráficos de uma revista influem na percepção do leitor, por isso descreveremos as várias etapas de construção da revista e nossas opções em termos de tipologia, cores e concepções gráficas como a capa.

O tipo, a localização e dimensão influem na mensagem e sua leitura, e nos mais variados meios de expor o conteúdo, já que “uma publicação periódica de formato e temática variados se difere do jornal pelo tratamento visual e pelo tratamento textual” (NASCIMENTO, 2002, p. 18).

Logo, dentro do segmento de cultura, a revista “Heureca” é uma publicação especializada, voltada para o público de todas as faixas etárias e admiradores da arte. Além dos textos, o projeto gráfico da publicação também traz elementos, como suas fotografias e cores para despertar o encantamento e resgate dos valores artísticos existentes em Campina Grande.

Para produção da publicação, primeiro foi escolhido o tema da revista e logo em seguida os assuntos que iriam a compor, a elaboração de pautas, produção das reportagens, nome da revista e, por fim, a diagramação após o projeto gráfico. O resultado foi uma revista que apresenta 36 páginas, no tamanho 21 de largura por 26,5 de altura, que além de entreter, busca gerar interesse pela arte campinense aos leitores, conhecendo melhor o trabalho do Grupo de Teatro Heureca, com todo o projeto gráfico pensado a partir da necessidade de tornar um conteúdo atrativo e dinâmico.

7.2 Design Gráfico

O design gráfico é muito importante no cenário visual para qualquer que seja o projeto, adaptável à plataforma utilizada, através dele é possível tornar o produto mais organizado, de fácil identificação e atrativo ao leitor, influenciando vários fatores, como por exemplo, a interpretação.

A Associação do Design Gráfico (ADG) [...] define o design gráfico, genericamente, como uma atividade de planejamento e projeto relativos à linguagem visual, que lida com a articulação de texto e imagem, podendo ser desenvolvida sobre os mais variados suportes e situações. É utilizado para informar, identificar, sinalizar, organizar, estimular, persuadir, entreter. (BELLUZZO, 2011, p. 28)

O design gráfico possibilita identidades capazes de serem reconhecidas em qualquer espaço e associadas a múltiplas coisas, e de acordo com Gisela Belluzzo e María Ledesma, no livro “Novas fronteiras do design gráfico”, a partir das cores e ilustrações contidas em uma página, o leitor pode nortear o seu pensamento com base no conhecimento que já se tem, interpretando algo de forma involuntária, podendo ajudar ou atrapalhar na real definição do objeto.

Já para Villas-Boas (2000 apud BELLUZZO, 2011), o design gráfico é uma consequência da área de conhecimento que expressa de forma gráfica peças comunicacionais.

Entretanto, podemos ir além dessa definição e afirmar que, hoje, o universo espacial do design gráfico se ampliou. Não tratamos mais de espaços bi ou tridimensionais, mas tratamos de espaços que nem sequer temos o alcance visível e/ ou material, que é o caso do ciberespaço e de espaços quadridimensionais que têm o tempo incorporado, isto é, que se modificam ou se alteram conforme seu movimento (VILLAS-BOAS apud BELLUZZO, 2011, p. 30).

Por isso, a revista Heureka apresenta um design gráfico com o uso amplo de cores e imagens expressivas a partir dessa compreensão das múltiplas dimensões que o design adquire na sua concepção de exploração de vários espaços e plataformas para fixar a comunicação visual. As imagens constituem de elementos centrais em termos de alto nível de percepção do discurso gráfico por meio de sua dinâmica visual e de enquadramento.

7.3 Projeto Gráfico da Revista Heureca

O projeto gráfico é o responsável por toda a parte visual da revista, desde a distribuição das imagens, paginação, cores, tipologias e os demais elementos que compõem a revista. Ele parte do projeto editorial enquanto concepção dos princípios norteadores da publicação como a linha editorial, o posicionamento conservador ou moderno, a definição do público-alvo, entre outros aspectos que delineiam a proposta. Toda a parte visual acrescenta algo e intenção ao que é proposto, não sendo apenas um elemento ilustrativo ou estético, por isso as imagens e fontes são essenciais para composição do projeto gráfico, e se tratando do design das fontes, vimos o quanto é importante o uso das tipografias, pois assim como as formas, elas são utilizadas com um propósito. As diversas características gráficas das fontes surgem a partir do seu contorno, formato, tamanho da altura e largura, entre outros fatores e são escolhidas para compor um produto, com a finalidade de entreter e informar o leitor, transmitindo o propósito do trabalho.

As faces tipográficas são as vozes das palavras e determinam o tom visual do texto. O sucesso da comunicação tipográfica depende tanto da escolha da face tipográfica quanto do uso do espaço e do layout. Decidir pelo uso de uma face tipográfica em detrimento de outra é uma questão de julgamento visual, de adequação aos objetivos e de estilo (GORDON, GORDON, 2012, p. 25).

As imagens são elementos pertinentes para ‘dar vida’, chamar atenção e gerar interesse a quem vê o produto, “O impacto inicial pode ser de máxima importância, mas também se deve pensar em levar o observador pelos níveis de interesse secundários ou terciários”. (GORDON, GORDON, 2012, p. 42). Elas são um dos principais pontos do design gráfico que merece um cuidado maior, pois tanto podem melhorar quanto destruir o trabalho feito, dependendo do modo como são utilizadas. Elas podem ser grandes aliadas no ponto de vista de composição de um texto, para expor, demonstrar e esclarecer sobre os determinados temas. Sendo assim, as fotos são utilizadas para chamar a atenção de forma imediata e com impacto para transmitir e retratar o que é relevante e que não fuja do contexto proposto.

Cada aspecto de uma imagem deve contribuir em algum grau para a mensagem mais geral e para o estado de ânimo gerado pelo design. As imagens podem esclarecer, contrastar, melhorar ou criar parceria entre o texto e outros elementos, mas nunca devem ser usadas como elementos simples e gratuitos. O dimensionamento, o corte de imagens e a escolha do método de

apresentação (colorido, em preto e branco, duotone, efeito recortado e quadriculado) demandam bastante cuidado e atenção e devem apresentar relevância direta para o design geral. O corte criterioso é capaz de afetar muito o impacto visual e o equilíbrio da imagem em si, bem como de influenciar a mensagem e outros elementos do design (GORDON, GORDON, 2012, p. 42 e 43).

Na revista “Heureca”, as imagens fazem parte das páginas como elementos centrais no mesmo nível de importância do texto, ocupando uma grande área, porém, respeitando a harmonia e arejamento, para não tornar a leitura cansativa. De todo modo, sabemos que tanto a imagem quanto o texto têm a mesma importância e um procura dimensionar o outro e se complementar na composição gráfica elaborada.

7.4 Tipologia e elementos gráficos

De acordo com Spiekermann (2011), uma das primeiras mensagens a ser lida por um grande público foi feita de forma bruta, através de talhadeiras e lâminas, não por penas, como a maioria das pessoas imaginam. Os grandes registros em monumentos romanos foram projetados com desenhos em pincel diretamente na pedra e posteriormente entalhadas.

Com o passar dos anos, o design de fontes passou a ter uma maior liberdade quanto à utilização de diversas formas de tipologias e segundo Maggie e Bob Gordon (2012), isso aconteceu gradativamente.

O design de fontes evoluiu lentamente, junto com o desenvolvimento da tecnologia gráfica. Mas, hoje em dia, com a flexibilidade da tecnologia digital, o design de fontes quase não tem mais limites. Formas de letras radicalmente diferentes, que quase sempre desafiam as convenções tipográficas, surgiram junto com a digitalização de muitas faces tipográficas projetadas para métodos de composição mais antigos (GORDON, GORDON, 2012, p. 24).

A escolha da tipologia é um dos elementos indispensáveis para produção da revista, uma vez que ela pode oferecer uma leitura dinâmica e suave, gerando um primeiro impacto. Segundo Spiekermann (2011), uma impressão geral é criada em nossas mentes antes mesmo de ler a primeira palavra e lemos melhor aquilo que lemos mais, então “qualquer um que observe uma mensagem impressa será influenciado, em uma fração de segundos de contato visual, por tudo na página: a disposição de vários elementos, assim como o aspecto individual de cada um” (SPIEKERMANN, 2011, p. 40).



Figura 1 - Títulos das matérias

Nos títulos das matérias da revista, optamos por utilizar a junção das fontes: Intro e Airbag, com o uso de boxes para destacá-los, (Figura 1) sofrendo variações de cores e tamanho, de acordo com cada reportagem. Pensamos que os títulos poderiam ser elementos informativos, então eles passaram a fazer parte ativa do design e tem mais valor pela sua capacidade de informação, do que pelo apelo visual. Cada matéria recebeu um título com nome de um espetáculo já produzido pelo Grupo Heureca, como: Nossa memória, produzido em 2005; Gente corajosa, de 2010, para a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho - SIPAT da empresa ENERGISA PB; O sonho nosso de cada dia, produzido em 2008 para o Projeto Arte-educação; O sucesso depende de quem? Produzido em 2012 para a SIPAT da empresa Duraplast; Solte a sua imaginação, de 2009 para a Alpargatas de Campina Grande; Brincadeiras de criança, de 2008 para Ação Global em Guarabira; Eu faço a diferença, e você? Produzido em 2012 para Teatro Armando Monteiro Neto, todos com texto e direção de Josimar Alves.

Título - Recurso tipográfico usado para dividir um texto longo em suas principais seções, como os capítulos de um livro ou as seções de um folheto ou relatório. Feitos geralmente em maiúsculas ou mediante uma combinação de maiúsculas (versais) e versaletes. Os subtítulos são usados para subdividir ainda mais um texto segundo sua estrutura organizacional. (WOLF, 2011, n.p).

Na revista “Heureca”, apenas os títulos: “Heureca! 15 anos de descobertas” e entrevista com “Bráulio Tavares” não receberam nomes de espetáculos, por se tratar da matéria principal e de uma entrevista especial.

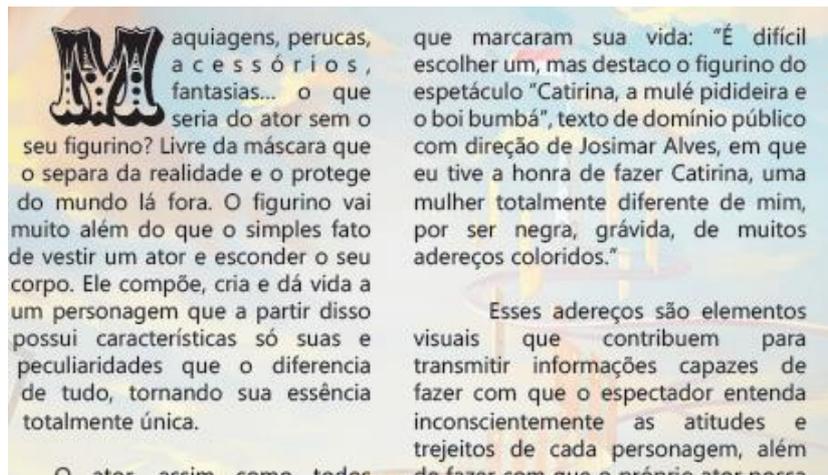


Figura 2 - Corpo do Texto e Capitular

A fonte utilizada nos textos foi Open Sans, (Figura 2) tamanho 11 com espaçamento 15, e da capitular foi a fonte Circus, (Figura 2) adaptado em quatro linhas para caracterizar a revista de acordo com o tema abordado. Em toda a publicação, utilizamos este recurso para facilitar a leitura.



Figura 3 - Frase

Já a fonte utilizada na frase (Figura 3) da matéria “Gente corajosa” foi Novecento Bold, e o nome do autor foi a mesma fonte em formato light, (Figura 3) para dar ênfase ao pensamento.

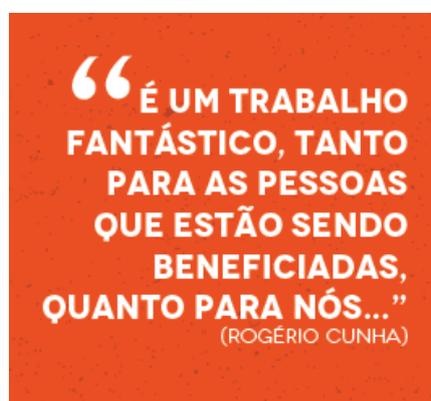


Figura 4 - Olho

O olho (Figura 4) segue a mesma tipologia das frases em destaque, com fonte Novecento Bold e Light em tamanho 14 e 8 respectivamente.

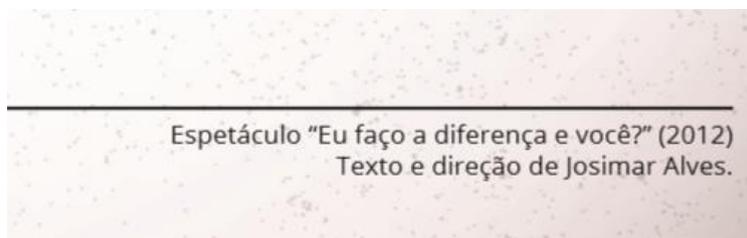


Figura 5 - Nota de rodapé

A fonte da nota de rodapé (Figura 5) utilizada foi Open Sans, tamanho 7, para apenas informar de forma simples e discreta a referência do título.

MOTIVO DE COMEMORAÇÃO!

*Através de uma grande ideia e paixão pela arte,
o debutante Heureca comemora seus
15 anos de desafios, conquistas e alegrias.*

Figura 6 – Subtítulo

No subtítulo (Figura 6) foi utilizada a mesma fonte do corpo do texto, Open Sans, tamanho 11, em itálico. Este recurso é visto apenas na matéria principal “Heureca! 15 anos de descobertas”, pois foi inserido com o objetivo de dinamizar a leitura e dar destaque para a reportagem principal, em conjunto com a frase “Motivo de Comemoração! ”, escrita com fonte Intro, também em tamanho 11, que deu continuação ao título da matéria em forma de “chamada”.

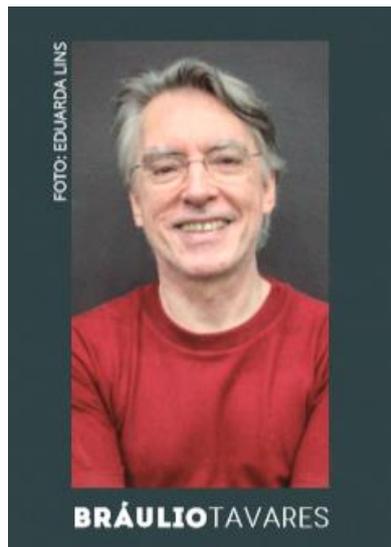


Figura 7 – Créditos da imagem

Os créditos da imagem (Figura 7) foram inseridos em tamanho 7, com fonte Open Sans.



Figura 8 - Seção

O ícone de microfone (Figura 8) vem de forma exclusiva na matéria de entrevista para indicar a seção, com fonte Intro em tamanho 18.

Em síntese, foram escolhidas fontes com visual forte para dar destaque e expressar as características da revista, formando uma identidade visual exclusiva. Uma vez que, “a fonte é usada para informar, entreter, dar referências, instruir, direcionar ou mesmo envolver o leitor de alguma forma.”. (GORDON, GORDON, 2012, p. 25).

7.5 CORES

Não dá para imaginar o mundo sem as cores. Elas iluminam, dão beleza e são capazes de transmitir as mais variadas emoções. Na revista “Heureca”, optamos por explorá-las devido tratar de temas relacionados à arte teatral e circense, além de

despertar a atenção dos leitores utilizando diversas tonalidades quentes e frias, para expressar esses sentimentos de acordo com cada assunto.

Adam Banks e Tom Fraser (2007) consideram que “qualquer coisa que chama a atenção pode funcionar: uma capa com um bloco de uma só cor venderá sempre bem - se puder encontrar uma desculpa para fazê-la”. Ou seja, deve haver uma intenção significativa para fazer a opção por essa ou aquela cor. Banks e Fraser destacam ainda que não existe nada que garanta, por exemplo, o sucesso das cores quentes sobre as frias. A melhor opção é sempre aquela que está de acordo com a personalidade da revista (KOPP, 2008, p. 221).

A cor pode ter vários significados na vivência diária de cada indivíduo, porém, existem cores representativas que expressam determinadas emoções.

A cor pode ser usada como recurso de apelo, inspiração, entretenimento, como foco ou como uma marca de identificação. Ela é sempre relativa e nunca funciona de forma isolada. O observador reage à cor dentro de um contexto e em associação a outras cores e outros elementos gráficos (GORDON, GORDON, 2012, p. 44).

E além de contribuir com esse lado emocional, elas também são capazes de comunicar algo de forma implícita, não necessariamente precisando expor seu significado. Mas usadas de forma exagerada, também pode causar efeito contrário, tornando o projeto de difícil concentração e leitura, mas usadas em harmonia, tornam o produto mais atraente e encantador.

Trata-se de psicologia, de emoção. Estudiosos afirmam que cores despertam emoções: calma, apetite, ansiedade, etc. Exatamente por isso as cores nos anúncios são tão exploradas. O mundo colorido sempre foi melhor do que o preto-e-branco. Ademais, estamos falando de comunicação, algo comercial, em que o princípio básico é atrair a atenção. Abusar das cores, portanto, faz bem. Em alguns casos, às vezes pode custar caro, mas sempre vale a pena (CESAR, 2009, p. 109).

Na publicação, escolhemos algumas cores específicas para fazer referência com os temas, como por exemplo, na reportagem “Nossa Memória” (Figura 9), que fala sobre o histórico do teatro em Campina Grande. Desse modo, optamos por usar tons que remetesse a épocas passadas, como preto, branco e tons terrosos, como sépia, fazendo relação com antiguidades.

NOSSA MEMÓRIA

Conhecida como uma cidade universitária, Campina Grande também é lembrada quando o assunto é cultura, devido aos festivais que acontecem durante o ano, com grande destaque ao "Maior São João do Mundo", festa que acontece durante todo o mês de junho, com forró, comidas típicas, apresentações e diversos atrativos que motiva a participação de turistas do mundo inteiro, assim como o "Festival de Inverno de Campina Grande", que desde 1975 divulga e apresenta peças e shows teatrais, incentivando e oferecendo espaço à arte.

Mas, tudo começou por volta de 1907 com a chegada do primeiro terminal ferroviário a Campina Grande, que abriu as portas para o

desenvolvimento local. Através dessa evolução, o algodão passou a vir do sertão de forma mais fácil, intensificando o comércio em poucos anos, tornando a cidade o segundo centro exportador de algodão do mundo, multiplicando as moradias e melhorando a qualidade de vida das pessoas. Devido o surgimento desses grandes avanços, muitas pessoas passaram a ter melhores condições e fizeram fortuna nessa época em que a cidade fervilhava, surgindo manifestações artísticas e ideias de pessoas influentes da sociedade local.

Em 1910, surgiu o Grêmio de Instrução onde aconteceram as primeiras demonstrações de teatro, com a formação do primeiro grupo teatral, "O corpo cênico do Grêmio Renascença" em Campina Grande, no mandato do prefeito Cristiano Lauritzen. E dois anos depois, foi inaugurado o "Cine Theatro Apollo"



Figura 9 - Matéria "Nossa Memória"

O azul foi utilizado nas matérias “Gente corajosa” (Figura 10) e “Brincadeiras de Criança” (Figura 11), que abordam assuntos referentes a descobertas e aprendizados. Segundo Maggie e Bob Gordon (2012), esta cor representa estado de ânimo, e por isso ela foi apresentada em tons diferentes, dando sensação de peso e leveza respectivamente. Já no livro “Gráficos e Designers - Sensações” de Renato Oliveira (2014), a cor azul remete à calma, confiança, segurança e espiritualidade.



**GENTE
CORAJOSA**

 arte é feita de amor e seus emissores são aqueles que tornam possível sua existência. A motivação para a produção de novos espetáculos é única: a necessidade de expressão, com a paixão e prazer em poder atuar, encantar e contar novas histórias.

No atual cenário brasileiro, os artistas que buscam sobreviver da arte, se decepcionam pela desvalorização da profissão, com a falta de investimento do governo e interesse da sociedade pela propagação da cultura local. Embora já existam avanços nesta área e estejam surgindo novas políticas de apoio à arte, o mercado artístico ainda é instável.

Para Walter Tavares, teatrólogo e assessor cultural da Secretaria de Cultura de Campina Grande, a desvalorização da cultura que percorre o país é decorrente da inversão de valores existentes, em todas as faixas etárias, ocasionado pela falta de educação, não de boas maneiras, mas sim, a educação de um referencial cultural no ensino na atualidade. “Precisamos resgatar nossa cultura! A falta de informação cultural, colabora muito mais, do que a falta de incentivo privado para o deslanche de uma produção cultural grandiosa em Campina Grande.”, destacou ele.

HEURÉCA

Espectáculo “Gente corajosa” (2008) - Texto e direção de Josimar Alves

Figura 10 - Matéria “Gente Corajosa”



Figura 11 - Matéria “Brincadeiras de Criança”

Alguns espaços foram deixados em branco para balancear a página e harmonizar os elementos, além de arejar o texto dando sensação de uma leitura mais suave.

7.6 CAPA



Figura 12 - Capa Revista Heureca

A capa é um dos elementos mais importantes no momento de produção de uma revista por ser a partir dela que o leitor demonstra seu primeiro interesse ou falta de curiosidade sobre o assunto. Portanto, procuramos apostar no poder de uma imagem significativa e estimulante para despertar a curiosidade do leitor sobre o material. A composição da capa acompanhou a dinâmica do público.

O importante na concepção de uma revista e na forma como isso será expresso na sua capa é manter o veículo vivo, não perder a conexão com o leitor e adequar regras e tendências do design àquilo que faça a capa prometer algo que possa ser cumprido em seu interior e àquilo que colabore na construção de uma marca bem posicionada. (KOPP, 2008, p. 238).

A capa da revista “Heureca” (Figura 12) foi pensada em demonstrar um universo lúdico e mágico, relacionado às atividades circenses que o Heureca ensina e desempenha em seus espetáculos, como por exemplo, cuspir fogo e andar com pernas de pau, demonstrado em elementos que surgem ao fundo da imagem principal, representada pelo próprio ator do grupo enquanto faz malabarismo.

A principal responsável pela impressão inicial no processo da primeira aquisição de uma revista é a capa. Ela deverá gerar uma cadeia de ações, de acordo com Samir Husni (entrevista concedida a KING, 2001, P.70) - conhecido como Mr. Magazine -, baseada nos quatro “-me”: olha-me, pega-me, folheia-me e compra-me (KOPP, 2008, p. 213).



Figura 13 - Logotipo da revista

A fonte do logotipo (Figura 13) foi uma variação criada de acordo com a estética de circo, mais despojada e alegre, representando a arte e filosofia do Grupo Heureca, e o nome da revista foi idealizado a partir do próprio nome do grupo, fazendo referência à expressão “Heureca!”, que tem como significado algo que foi descoberto ou encontrado. Já a cor é branca com efeito iluminado, simbolizando um novo ciclo, um novo ano.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente relatório teve por finalidade apresentar todos os procedimentos utilizados para elaboração do projeto experimental da revista “Heureca” como apresentação para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). A partir de reflexões sobre como a arte pode influenciar positivamente a sociedade e as dificuldades encontradas por quem trabalha neste universo, chegamos ao produto final. Uma revista com características definidoras como uso abundante de fotografias, ênfase no design e qualidade no conteúdo.

Optamos por utilizar as formas básicas das cores, fontes, imagens, leitura e espaço para disposição dos elementos gráficos, afim de que cada detalhe e significado representasse algo, buscando manter o leitor atento e com uma leitura de forma contínua e direcionada. Durante esse período de elaboração, foram realizadas diversas reuniões, entrevistas e discussões até chegar o resultado final.

Nosso objetivo sempre foi produzir um material que estimulasse a reflexão da sociedade, quanto à arte campinense. Desta maneira, é evidente nossa felicidade por concluir e fazer parte desse marco na história do grupo. As dificuldades e aprendizados durante esta etapa acrescentaram e serviram de experiência para futuros trabalhos, que vamos encarar após a conclusão do curso.

O produto final apresentado resulta em um conjunto de atividades ao longo dos meses visando unir narrativas dos 15 anos em reportagens que se aproximassem do universo do circo e do teatro e trazer esse universo para o mundo gráfico da revista. Neste sentido, cremos que o objetivo foi alcançado e que novas edições da revista podem acontecer para ocupar um espaço que não tem revistas especializadas.

9. REFERÊNCIAS

BELLUZZO, Gisella; LEDESMA, María. **Novas fronteiras do Design Gráfico**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

CESAR, Newton. **Os primeiros segredos da direção de arte**. Brasília: SENAC, 2009.

FORTUNA, Marlene. **Arte: um meio de comunicação e educação no aprimoramento da personalidade**. <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/097ef92e6dd2c4858e9d24e2640e5872.pdf>>. Acesso em: 05 de maio de 2014.

GORDON, Bob; GORDON, Maggie. **O essencial do design gráfico**. São Paulo: Editora SENAC, 2012.

KOPP, Rudinei. **Design para capas de revistas: Padronização e Flexibilização**. FELIPPI, Ângela. SOSTER, Demétrio de Azevedo. PICCINI, Fabiana. **Edição de Imagens em Jornalismo**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das contribuições discursivas em Veja e Manchete**. São Paulo, Annablume, 2002.

OLIVEIRA, Renato. **Guia Profissional – Gráficos e Designers – Sensações**. São Paulo: Compulaser Gráfica e Editora, 2014.

SPIEKERMANN, Erik. **A linguagem invisível da tipografia: escolher, combinar e expressar com tipos**. São Paulo: Editora Blucher, 2011.

WOLF, Peter J. **Design gráfico: um dicionário visual de termos para um design global**. São Paulo: Editora Blucher, 2011.