

DEMETRA: EXPERIÊNCIA PRÁTICA DO COMPONENTE MODA EM REVISTA DO CURSO DE DESIGN | UFPE

DEMETRA: A LAB-MAGAZINE AS COMPONENT IN FASHION MAGAZINE DESIGN COURSE AT UFPE

BARROS, Simone; Ms (Design | UFPE)¹ simonegbarros@gmail.com

POÇAS, M. T. de Carvalho; Ms (Design | UFPE)² tpocas@gmail.com

WAECHTER, Hans; PHD (Design | UFPE)³ hnwaechter@terra.com.br

Resumo

Este artigo apresenta aspectos da avaliação da experiência na produção de uma revista-laboratório, do grupo de estudos Moda em Revista do curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco|UFPE. Estes aspectos foram verificados segundo conceitos trabalhados dentro da interdisciplinaridade entre as áreas de conhecimento do Design Gráfico, da Comunicação e da Moda.

Palavras-chave: Design Editorial; Comunicação; Moda.

Abstract

This paper presents aspects of the evaluation of experience in producing a lab-magazine results of the study group in Fashion Magazine Design course at the Federal University of Pernambuco - UFPE. These aspects were verified according to concepts used in the interdisciplinary areas of knowledge of Graphic Design, Communication and Fashion.

Keywords: Editorial Design; Communication; Fashion Design.

¹ Doutoranda em Design, na Universidade Federal de Pernambuco, atualmente é professora assistente 1 do Departamento de Design da UFPE. Atua principalmente nos seguintes temas: design, moda, figurino e comunicação. Tem experiência na área de Educação, com ênfase em Tecnologia Educacional.

² Doutoranda em Design, na UFPE, atualmente é professora da Faculdade Maurício de Nassau e estagiária docente de Moda em Revista do Departamento de Design da UFPE. Atua principalmente nos seguintes temas: design editorial, design gráfico, comunicação e gramática do design visual.

³ Doutor em Comunicação Audio-visual e Publicidad pelo Universidad Autónoma de Barcelona, Espanha(2004). É prof. Adjunto 1 do Departamento de Design da UFPE, membro do colegiado do bacharelado e do mestrado em design da UFPE. Atua em design da informação, design gráfico, linguagem gráfica, design e sustentabilidade. É coordenador científico da Rede Brasil de Design Sustentável.

O grupo de estudos (GE) Moda em Revista é um componente curricular do curso de Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco. No grupo, temos como proposta buscar entender os vários formatos de produção jornalística, com ênfase no campo da moda, a fim de compreender e trabalhar uma revista com conteúdo de Moda, explorando assim, questões da produção, dos profissionais e da academia. Portanto, é um projeto acadêmico com possibilidade de interação com o mercado e a indústria.

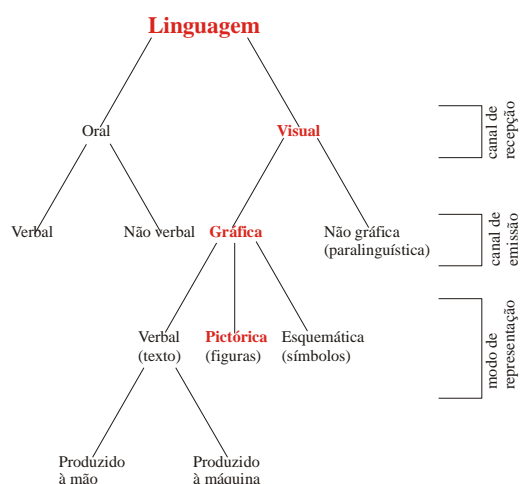
Este projeto se encontra na interdisciplinaridade dos campos do Design, da Comunicação e da Moda, buscando dar oportunidade a estudantes, interessados em adquirir uma experiência na área editorial, de conhecer a prática de fazer uma pauta, uma reportagem, uma redação, trabalhar com fotografia, entre outras atividades inerentes ao processo de produção de uma revista. A sala de aula é o espaço de experienciar teoria e prática, tendo como resultado a produção da revista Demetra, um produto editorial autoral da turma.

O campo de conhecimento do Design nos dá suporte teórico para o desenvolvimento de uma linguagem gráfica que fundamenta o ensino da disciplina sob o ponto de vista da escolha e organização de elementos gráficos para uma publicação, além de contribuir para a formação de um olhar crítico, necessário à análise de similares. Consideramos que um bom projeto editorial é capaz de sugerir interpretações de leituras de forma planejada, através dos aspectos de sua diagramação, escolha de tipografias, cores, ilustrações, entre outros. Todos os elementos contribuindo para uma composição de página, seja ela digital ou impressa, pautada nos estudos da percepção visual da forma.

Com este objetivo, ou seja, repassar para os alunos e vivenciar com eles as regras que orientam a atividade projetual de edição de uma revista, procuramos suporte teórico na área do Design Gráfico, reconhecendo a necessidade de adequação de uma publicação aos seus objetivos, explorando, dessa forma, o conhecimento de um sistema de códigos de representação e comunicação.

Twyman (1985) define gráfico como aquilo que é desenhado ou feito visível em resposta a decisões conscientes e define linguagem como veículo de comunicação. Abaixo, seu modelo de definição de Linguagem Gráfica.

Figura 1. Definição de Linguagem Gráfica de Twyman



A linguagem é a base de toda forma de comunicação. A disciplina se apóia, entre outros teóricos, no estudo da linguagem gráfica na forma organizada por Twyman (op.cit.), do ponto de vista do Design da Informação. Através desses elementos compreendemos como o processo comunicativo se constrói: informações de conteúdo, de forma, a combinação entre eles, informações sobre o leitor; toda a comunicação realizada como resultado do relacionamento entre esses aspectos, articulada de forma eficiente para a produção e circulação de significados.

O designer gráfico, ao projetar, deve ter conhecimento de conceitos e métodos do design que proponham formas adequadas de manipulação dos elementos constitutivos do projeto, visando sugerir processos de apreensão de leitura previsíveis e melhorar sua compreensão. Nesse sentido, Waechter afirma que:

As características visuais podem ser definidas como a aparência ou atributos gráficos, estéticos ou plásticos que materializam visualmente uma mensagem, seja o tamanho ou o corpo da fonte ou família tipográfica para escrever uma mensagem, o próprio desenho da família tipográfica, a cor utilizada, a posição ou localização da mensagem no suporte onde está sendo veiculada e suas relações com as demais mensagens (WAECHTER, 2006).

O GE Moda em Revista preocupa-se em estudar a forma como os elementos das páginas da revista Demetra se relacionam, influenciando-se, de forma coerente, na formação de um todo coerente. Dondis comenta que:

O modo visual constitui todo um corpo de dados que, como a linguagem, pode ser usada para compor e compreender mensagens em diversos níveis de utilidade, desde o puramente funcional até os

mais elevados domínios da expressão artística. É um corpo de dados constituído de partes, um grupo de unidades determinadas por outras unidades, cujo significado, em conjunto, é uma função do significado das partes. (DONDIS, 1997, p:3)

Para Jan White (2006), revista, por definição, é uma coleção e o todo deve ser maior que a soma de suas partes. Uma página de uma revista de 80 páginas deve ser configurada observando-se o conjunto como um todo. O trajeto de leitura é, normalmente, da esquerda pra direita, num movimento de sanfona. Segundo o autor, uma certa padronização e repetição criam força e identidade pra revista. A repetição rítmica de um padrão gráfico básico dá a revista uma coerência visual e constitui a característica da publicação. Pode-se variar em vários aspectos, mas deve haver uma consistência tipográfica com relação às fontes, tamanhos e espaçamentos de linha. Para Scalzo:

Uma das grandes vantagens das revistas é que elas oferecem muitos recursos gráficos para se contar uma história. E o bom jornalista de revista é aquele que, de antemão, consegue visualizar a matéria já editada na página. O texto, por mais perfeito que seja, será sempre melhor compreendido e atraente quando acompanhado de uma boa fotografia ou de um infográfico bem feito (SCALZO, 2008:58).

Por fim, a revista, para se manter no mercado, precisa ter um planejamento editorial que represente sua visão dos fatos e a forma de se relacionar com o seu leitor. Seu design precisa ser constantemente atualizado, a fim de preservar sua identidade diante de seu usuário, ao longo do tempo.

Com esses conceitos de linguagem gráfica incorporados e a partir da estrutura editorial de revistas similares estudadas, foi possível a criação de uma revista digital para proporcionar a prática em sala de aula.

O projeto interdisciplinar do GE, como já foi citado, traz a Comunicação como campo de conhecimento que viabiliza as pesquisas de pauta, dá suporte à realização de entrevistas e à redação dos textos com formatação jornalística. Sem perder de vista, claro, que se trata de um curso de Design e não de Comunicação Social, os participantes do processo de ensino e aprendizagem adquirem conhecimentos e noções do texto jornalístico e seus estilos, assim como de técnicas de entrevista e reportagem.

Além disso, em função do aparecimento continuado de novos processos comunicativos e novas tecnologias que permitem o desenvolvimento de novos

conteúdos de linguagem e novas formas de subjetividade, é necessário que se compreenda os dois suportes que mais frequentemente são usados por revistas: o papel e o digital (e todas as suas possibilidades de dispositivos de leitura: web - pcs, notebooks, netbooks, tablets, celulares etc).

São muitos os modelos de comunicação pensados para explicar situações específicas de interação entre pessoas, ou entre pessoas e máquinas, ou mesmo entre máquinas. Através da revisão da literatura que compõe nosso arcabouço teórico, escolhemos o modelo de comunicação de Charaudeau (2006), próprio do ambiente midiático.

O autor observa que são muito variadas as circunstâncias de comunicação e que cada uma delas determinaria um modelo diferente. Estas são algumas observações que ele faz:

- todo ato de comunicação se realiza num determinado ambiente físico que impõe algumas restrições e diferenças para a realização deste ato;
- duas pessoas se comunicando é diferente de dez pessoas se comunicando, como também é diferente se estar na presença de um público ou não, ou em um espaço de proximidade ou afastamento;
- a maneira de falar também é diferente se for sobre alguma coisa que está acontecendo na presença das pessoas envolvidas em um processo de comunicação, determinando um comentário, ou se na ausência dessas pessoas, sobre alguma coisa acontecida, determinando um relato;
- a comunicação face a face é diferente da mediada por telefone, e-mail, televisão, rádio, enfim, por qualquer meio material.

O autor argumenta que pra cada situação de comunicação se estabelece um contrato de comunicação e para cada contrato se associa um dispositivo particular que constitui as condições materiais de realização do mesmo. Esse dispositivo coloca tudo de forma relacionada: tem a ver com o ambiente, o suporte físico da mensagem, o contexto social, cultural, histórico. Para o caso particular de uma revista, temos que considerar suas características principais, como a relação distanciada entre a instância de produção e a instância de recepção. A revista produz informação, sem conhecer os seus leitores de fato.

O que orienta a revista Demetra, no entanto, é a possibilidade de transformar a sala de aula em um ambiente de redação editorial com os estudantes, com o intuito de que esta experiência traga um conhecimento prático e diferenciado, no sentido de que o que está em jogo é a condição que se oferece para que o suporte teórico seja valorizado junto com o conhecimento prático e de mercado que precisa ser estabelecido. A condição que é posta pelo grupo de estudos é instigante para nós, porque propicia a todos os envolvidos pensar que estas instâncias exercem, cada uma a seu modo, uma atividade de conceitualização, própria da necessidade de representar o mundo, no nosso caso específico, o mundo da moda: de um lado, a revista, através da configuração de seu design; de outro, o aluno que, ao se comportar como integrante de uma redação jornalística, compreende o significado da importância de desenvolver um olhar próprio, que reflete sua aprendizagem e experiência dentro do contexto cultural de uma universidade.

Esses aspectos foram trazidos para este artigo com o objetivo de tornar claras as noções que definem o propósito da Demetra, que é servir de instrumento de aprendizagem com noções de design e jornalismo e também de nos permitir compreender porque a revista, como o design editorial de uma maneira geral, é o universo do legível, tornando a atividade em sala de aula um meio muito eficaz para o conhecimento dos processos que desencadeiam uma situação de comunicação.

A Moda aparece nesse contexto como conteúdo a ser pesquisado para as matérias da revista. O objetivo é elaborar uma publicação que sirva de subsídio para profissionais que atuem tanto na academia como no mercado e indústria. Neste sentido, a edição da revista divide-se em sessões que traduzem e buscam conceituar a publicação como fonte de pesquisa científica e como forma de manter-se atendida ao mundo da moda, cultura e arte.

Ao passo em que se pesquisa a pauta para a revista, o estudante vai se apropriando desse campo sociocultural multifacetado, efêmero e em constante movimento. A moda, tal qual uma publicação periódica, reinventa-se a cada nova edição e, em todas, é preciso que seduza seus consumidores criando o desejo de consumo.

Nesse sentido, buscamos incorporar à revista o conceito de produto com valor de moda. Segundo Barnard: “O produto de moda, na sociedade contemporânea, possui a característica de diferenciador e, ao mesmo tempo, faz parte da identidade de grupos” (BARNARD, 2003).

Compreender esse universo teórico e prático da Moda traduz-se tanto em conhecimento como em aplicação dos conceitos na formatação da Demetra. A revista tem como objetivo, também, ser objeto de desejo para seus consumidores.

CONCEPÇÃO DA REVISTA

De acordo com o Projeto Político-Pedagógico do curso de Design da UFPE, campus Recife, quatro eixos são considerados essenciais à formação do designer, são eles: estética, sociedade, ciência e tecnologia; focados em habilidades e não necessariamente em conteúdos que devem e, acredita-se até mesmo, ser transversais ao conhecimento a ser adquirido. O GE Moda em Revista encontra-se no eixo Design e Sociedade e foi ofertado pela primeira vez no segundo semestre de 2007.

Em sua concepção já estava claro o objetivo da criação de uma revista de moda como projeto laboratorial dos alunos.

A partir de uma concepção sócio-construtivista da Educação, foi feito um trabalho colaborativo entre os participantes do processo de ensino e aprendizagem envolvidos. Foi dado um *briefing* com a ideia principal para a revista e os grupos fizeram propostas que foram desde o nome ao projeto editorial e identidade visual da revista.

A escolha do nome, Demetra, foi em homenagem à deusa grega das estações do ano e da agricultura. Filha de Cronos, deus do tempo, assim como seus irmãos, foi devorada pelo pai ao nascer e regurgitada mais tarde, quando Cronos, sem saber, tomou uma porção mágica oferecida por Métis. A homenagem à deusa é por acreditarmos que nada é mais consumido pelo tempo do que a moda. Como deusa das estações do ano e no seu ressurgimento pós porção mágica, Demetra traz consigo o caráter cíclico e

efêmero, fundamentais para o desenvolvimento do fenômeno do consumo imposto pela moda.

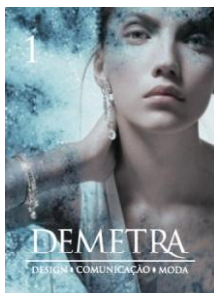
A primeira experiência do GE, por ter tido um caráter de concepção do produto, não permitiu que a revista chegasse a ser publicada.

Noções de redação jornalística e de técnicas de entrevista e reportagem foram trabalhadas em sala de aula, com exercícios que focavam a prática do formato revista, com ênfase no assunto final a ser trabalhado: a moda. Toda a divisão de editorias, distribuição de pauta, redação, editorial fotográfico etc, foram feitos pelos estudantes, inclusive uma pré-proposta de diagramação da revista.

A divisão da revista por editorias ficou da seguinte forma:

- academia
- indústria
- cultura e arte
- objetos de desejo
- editorial de moda

Figura 2. Proposta de primeira capa



A PRIMEIRA EDIÇÃO – 2010

No primeiro semestre de 2010, foi ofertado novamente o grupo de estudos, com o objetivo de manutenção do conceito definido anteriormente, mas com nova proposta gráfica, imprimindo à revista a “cara” da turma que a elaborou. O grupo de estudos foi estruturado em três momentos: o primeiro, de **informação**, onde seriam apresentadas as técnicas jornalísticas de redação, entrevista, reportagem. A fase seguinte podemos denominar de **pesquisa e interação**, onde foram feitas análises de produtos similares, afim de que fosse criado um repertório para que as propostas de diagramação fossem elaboradas

pelos alunos e compartilhadas com o grupo classe. Na fase da **ação**, terceira e última, foi feita a divisão das editorias e os estudantes assumiram suas funções simulando uma redação de revista. Durante esse processo optou-se pela publicação em formato digital, mas com possibilidade de impressão doméstica para o leitor. A edição pode ser acessada em: <http://estudiodemetra.blogspot.com/>.

Baseado no perfil dos estudantes, identificamos os que podiam assumir a função de editor-chefe. Eram feitas reuniões de pauta por editoria e dessa forma foi organizada a revista para que se pudesse enviar para a equipe responsável pela revisão e diagramação.

O resultado foi uma revista graficamente bem estruturada, com conteúdo que confirma a vocação para o acadêmico, com indicações de cursos nacionais e internacionais, além de um artigo científico, indicação de livro, matéria sobre o uso de tecnologias de ponta aliadas à indústria da moda e a inclinação para o efêmero do consumo, com dicas de blogs, objetos de desejo entre outras.

Figura 3. Capa da primeira edição



CONTRIBUIÇÕES E TRABALHOS FUTUROS

A experiência da primeira edição da revista Demetra trouxe contribuições significativas para estudos que realizamos na integração entre as disciplinas de Comunicação, Moda e Design Gráfico. Dentre os aspectos mais interessantes observados, destacamos o envolvimento dos estudantes em atividades práticas fundamentadas em teorias diversas, estruturando um projeto editorial amplo e consistente, tanto do ponto de vista de conteúdo quanto gráfico.

Atualmente, está em andamento uma nova turma de Moda em Revista, com o objetivo de elaboração da segunda edição da Demetra. Mais uma vez, algumas modificações foram realizadas na estrutura do curso: 1) acrescentamos, na fase 1 - **informação**, conceitos mais específicos de diagramação e edição de projetos gráficos. Essa mudança deve-se ao fato do GE contar com a colaboração de estágio docente em processo de doutoramento; 2) proposta de versão impressa e digital.

A experiência de produzir uma revista-laboratório é atravessada pela interdisciplinaridade dos três campos teóricos que dão suporte ao grupo de estudos, intercalando aulas expositivas com análise de similares, debates e entrevistas com profissionais.

Envolvendo atividades como pesquisa para produção da revista (projeto prático); acompanhamento do projeto ao longo do semestre, com atividades semanais apresentadas nas reuniões e debatidas entre os participantes, simulando uma redação de revista, os alunos do curso de design da UFPE, descobrem, de forma lúdica, novas possibilidades de aplicação do design editorial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. São Paulo: Rocco, 2003.

BARROS, Simone **Interação social e interatividade digital: navegando por novos paradigmas em educação à distância**. 2000. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Educação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2000.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

DONDIS, A. Donis. **Sintaxe da linguagem visual**. Editora Martins Fontes. São Paulo, 1997.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. Tradução Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino na sociedade moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Hélio Pignatari. 12ª ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

REVISTA DEMETRA: Design, Comunicação, Moda. 2011. Disponível em <http://estudiodemetra.blogspot.com/>. Acesso em:06.05.2011.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3.ed, 1ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2008.

TWYMAN, M. Using pictorial language: a discussion of the dimensions. In: **Designing usable text**, editado por Thomas M. Dufty & Robert Waller. Orlando, Florida: Academic Press,1985.

WAECHTER, H. Eficácia na comunicação| estudos das características visuais das mensagens em meios impressos. **7º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. Paraná, 2006.

WHITE, Jan V. **Edição e design**: para designers, diretores de arte e editores. São Paulo: JSN Editora, 2006.