

Design gráfico de guias industriais: análise comparativa dos relatórios da Bahia, Ceará e Maranhão*Graphic design of industrial guides: comparative analysis of the reports of Bahia, Ceará and Maranhão*

Ruan Pablo Moro Glória & Maria Aurileide Ferreira Alves

design, design editorial, guia industrial

Este artigo tem como objetivo analisar o Guia Industrial do Ceará 2017 acerca da influência do design gráfico editorial na composição de um guia industrial. Por meio de uma análise bibliográfica, foram abordados conceitos relacionados a design gráfico, diagramação, estrutura física e do setor industrial. Os principais aspectos da estrutura e características utilizadas no processo de construção de um guia industrial serviram de base para a análise comparativa entre exemplares do Ceará, da Bahia e do Maranhão buscando evidências da presença ou ausência dos elementos gráficos. É feita uma associação de fatores do projeto gráfico deste tipo de publicação com a integração que o mesmo deve permitir entre texto e elementos visuais. Com os resultados encontrados foi possível concluir que a escolha dos elementos a serem utilizados em um guia industrial deve ser baseada no conhecimento das potencialidades das ferramentas gráficas, dos objetivos pretendidos pelo setor e do público leitor ao qual se destina para que possa ser considerada como fonte de informação confiável.

design; editorial design; industrial guide

This article aims to analyze the Industrial Guide of Ceará 2017 about the influence of editorial graphic design on the composition of an industrial guide. Through a bibliographical analysis, concepts related to graphic design, layout, physical structure and also the industrial sector were approached. The main aspects of the structure and characteristics used in the process of constructing an industrial guide served as the basis for the comparative analysis between Ceará, Bahia and Maranhão, looking for evidence of the presence or absence of graphic elements. An association of graphic design factors of this type of publication is made with the integration that the same should allow between text and visual elements. With the results found, it was possible to conclude that the choice of the elements to be used in an industrial guide should be based on the knowledge of the potentialities of the graphic tools, the objectives sought by the sector and the readership to which it is intended to be considered as a source reliable information.

1 Introdução

O design gráfico corporativo possui vários tipos de suportes para comunicar os diferentes tipos de informação deste segmento. Na área industrial, os dados são complexos e gerados em grande quantidade, para um público especializado. Considerando que no meio editorial ainda é escassa a literatura no que se refere a design editorial específico para o setor fabril, este trabalho tem como objeto de estudo os guias industriais do Ceará, Bahia e Maranhão, publicados em 2017. Seu objetivo geral é identificar e analisar os elementos do design gráfico editorial utilizados no projeto gráfico de cada um para efetivamente se comunicar com os investidores e demais agentes da cadeia produtiva deste setor.

Para esse artigo será estudado o projeto gráfico editorial do guia industrial produzido no Ceará, no Maranhão e na Bahia com o objetivo de descobrir se esses guias foram desenvolvidos da maneira adequada, sob a luz dos conceitos teóricos do design e comunicação para chegar ao resultado desejado pela instituição responsável, avaliando elementos da comunicação visual, as especificidades do design editorial, o processo de impressão, e assim então definir a funcionalidade dessa obra observando se a mesma possui

os elementos necessários para promover a informação relevante para o público do setor industrial a qual se destina

Design editorial

Em um projeto de design gráfico há um conjunto formado por um texto diagramado, por elementos tipográficos de maior relevância, quanto por ilustrações, fotos e elementos de suporte. Os componentes tipográficos exercem a mesma importância visual como, por exemplo, de uma ilustração ou fotografia, entretanto, o uso isolado de qualquer um deles não identifica o propósito desse projeto, mas sim a combinação de todos estes elementos textuais e não textuais é o que comunica uma mensagem ou vende um produto ao consumidor.

O Design Editorial é uma vertente do Design Gráfico que está diretamente ligada a área de comunicação e abrange tanto as produções impressas quanto as digitais, focado no projeto visual e funcional de um produto de leitura. Ele se esmera em desenvolver produtos que conquistam o usuário através da estética e do uso da representação de ideias organizadas em elementos textuais e de imagens para gerar novas experiências a quem esteja manipulando esse produto.

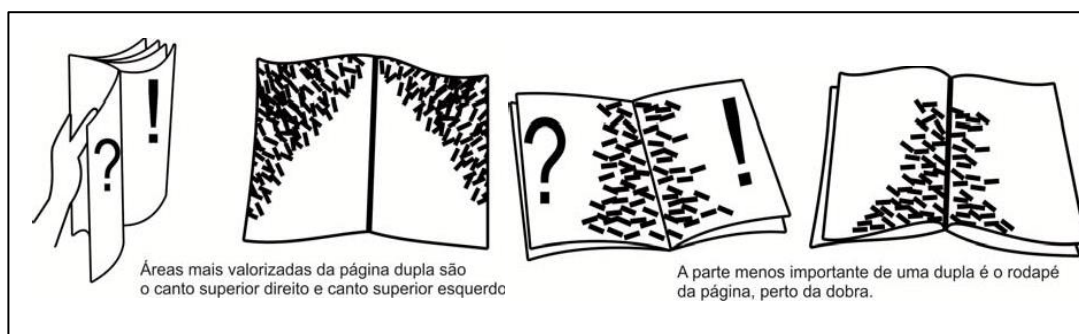
Devemos tentar seduzir a pessoa que folheia distraidamente a publicação para que preste atenção, fazendo alarde da relevância que o material tem para os seus interesses. Depois devemos guiá-la por meio dele. Portanto, temos de entender e explorar tanto os atributos físicos do meio como a psicologia do observador. (White, 2006, p. 2)

As decisões de composição de um designer estão pautadas em uma gama de limitações, sejam elas boas ou ruins, para uma publicação, que por sua vez já tem um conjunto de regras impostas ao designer antes mesmo do seu nascimento. A linha editorial do produto, vai determinar que tipo de linguagem gráfica será usada para cativar o leitor e as características físicas são determinantes para a usabilidade do público-alvo.

Uma vez concatenadas as premissas do projeto gráfico, em seu respectivo *briefing*, a próxima fase está nas mãos do designer que para seguir com o desenvolvimento do projeto precisa de pesquisa, planejamento, aplicação das técnicas de forma criativa para alcançar o resultado desejado, que é a conexão entre o produto e seu público.

Quando nos referimos a *take*, White (2006, p. 4) nos mostra que a brochura em formato de revista “pode ser absorvida em um só *take*, porque nossa visão periférica abrange a coisa toda a uma distância normal de visualização”, podendo variar também conforme a distância que a publicação é posicionada, e isso influencia na escala em que são aplicados os elementos na página. É importante ressaltar que dependendo da distância em que nós seguramos a páginas, altera a escala dos elementos com a compõe, seja no monitor ou no papel o mundo editorial visto em uma forma menor que a real, e isso nos chama a atenção para o cuidado na composição do projeto.

Figura 1 – Áreas mais valorizadas e menos valorizadas da página (White, 2006, p. 4).



Ainda nesse item é importante abordar sobre a estrutura do livro, que são os elementos que compõem a estrutura física em si para acomodar o objeto literário principal. Mesmo que não

faça parte do conteúdo, essa estrutura traz informações necessárias para o seu entendimento. Segundo Araújo (2008), os elementos existentes antes do texto são considerados Elementos Pré-Textuais. Os elementos que aparecem após o texto, são chamados Elementos Pós-Textuais. Todos aqueles que aparecem junto ao texto, são chamados Elementos Textuais. E, além desses três tipos de elementos, ainda podemos citar os elementos Extratextuais, que são todos os que não são englobados pelas outras classes, bem como capa, contracapa e orelhas. Esses elementos facilitam a leitura e valorizam a obra que está sendo apresentada, sendo de total escolha independente do designer de cada editora o uso combinado desses elementos.

Tipografia

A tipografia em torno do mundo passou por muitas transformações até chegar ao resultado atual, junto a tecnologia. Essas mudanças aconteceram desde sua criação, quando era utilizada apenas como um bloco de metal fundido com alto relevo das letras e sinais. Olhando ao passado podemos imaginar que as técnicas tipográficas e de impressão poderiam limitar o designer editorial, mas assim como hoje, esses profissionais eram tidos no mais alto conceito no momento de produzir a publicação, pois bem sabemos que a qualidade da obra impressa, influência no valor agregado do conteúdo no ato da exposição ou venda.

Já no mundo pós-moderno a fonte é um recurso amplamente usado pelo designer gráfico. Através do meio digital, o profissional hoje conta com milhares de formatos, oficiais ou não, para inserir nos trabalhos artísticos e comerciais. Mesmo assim conseguimos observar em cada peça exposta a ansiedade do designer em construir em um determinado momento, a sua própria fonte, na intenção de ter algo particular e único. Já nas publicações, existe outro *modus operandi*, onde as fontes tradicionais são amplamente requisitadas, com o intuito de dar ao trabalho, sobriedade, organização e atemporalidade. Segundo Brighurst (2011), 'a melhor tipografia é uma forma visual de linguagem que liga a atemporalidade ao tempo'.

Segundo Araújo (2008), 'as fontes são conjuntos de caracteres e símbolos desenvolvidos em um mesmo desenho. Esse desenho de letra ou caractere é chamado de tipo'. No trabalho editorial atual, podemos nos concentrar em alguns aspectos técnicos das fontes digitais bem como o fato de serem vetores, que não perdem qualidade no aumento do tamanho. Outro aspecto é o padrão tecnológico, que fica dividido em dois grupos, um deles sendo o mais usado pelo designer gráfico, que é o padrão *Adobe*, também conhecida pelo padrão *PostScript*¹, desenvolvida pela *Adobe Systems Inc.*, e o padrão *TrueType*² utilizado nos sistemas *Windows*, da *Microsoft Corporation*, e o *MacOs*, da *Apple Inc.*, que é frequentemente convertido em *PostScript* no momento da impressão. No final dos anos 1990 a *Microsoft* e a *Adobe* chegaram a um acordo e surgiu então a *OpenType*³, e com esse padrão podem ser inseridas em uma só fonte, um conjunto de caracteres gigantesco com múltiplas codificações. (Brighurst, 2011).

(...) ao escolher o repertório de fontes adequado a tal ou qual publicação, o editor e o diagramador continuam lidando justamente com aquele código que, partindo do traçado da letra manuscrita ou esculpida, impõe suas normas tanto no que diz respeito a medidas quando a modelos. (Araújo, 2008, p. 278)

O designer deve fazer a escolha, influenciado com o objetivo e público da obra. O andamento do conteúdo também deve influenciar nessa escolha, como por exemplo, se os assuntos são extensos e existe uma grande quantidade de informação ou se elas são mais objetivas. De acordo com White (2006), 'a melhor fonte de texto é tão confortável que fica invisível (...) transparente. O leitor não deve nunca ficar consciente do ato de leitura, senão ele para'.

¹ PostScript uma linguagem de programação especializada para visualização de informações, originalmente criada para impressão e posteriormente modificada para o uso com monitores

² True Type são um tipo de fonte desenvolvido pela Apple Computer no fim da década de 1980 com um competidor para as fontes Type 1 da Adobe em PostScript.

³ OpenType é um formato de fontes desenvolvido pela Microsoft, e depois em cooperação com a Adobe Systems.

3 Metodologia

A pesquisa realizada é de natureza exploratória e descritiva. Os procedimentos utilizados foram a análise bibliográfica para identificar os principais conceitos e definições específicas do planejamento visual da publicação (White, 2006); do design gráfico: diagramação, formato, grid (Samara, 2007), tipografia, hierarquia (Bringinghurst, 2011), cor, legibilidade, ritmo (Lupton & Phillips, 2014); e da aplicação mercadológica para publicações desta categoria, bem como do setor industrial de acordo com as questões de tempo e espaço.

Por ser um objeto bastante específico, podemos afirmar que essa pesquisa assume a forma de um estudo de caso, sempre em consonância com outras fontes que darão base ao assunto abordado, como é o caso da pesquisa bibliográfica. O estudo exploratório é o primeiro passo no campo científico, a fim de possibilitar a realização de outros tipos de pesquisa em torno do mesmo tema, sejam elas pesquisas descritivas ou até mesmo explicativas.

Essa pesquisa é de natureza básica, pois não tenta gerar novos conhecimentos de aplicação prática, apenas conhecimento científico. Quanto aos objetivos, esta pesquisa será em sua maior essência qualitativa, com algumas considerações quantitativas, onde vamos considerar o relacionamento entre o mundo real e o objeto pesquisado.

Para entendermos o contexto de um Guia Industrial, é necessário entender o que são as entidades de classe que compõem o Sistema S. Ele é formado por organizações e instituições do setor produtivo, tais como indústrias, comércio, agricultura, transporte e cooperativas que tem como objetivo, melhorar e promover o bem-estar de seus funcionários, na saúde e no lazer, por exemplo, como também disponibilizar uma boa educação profissional. As instituições do Sistema S não são públicas, mas recebem subsídios do governo.

O Guia Industrial é uma publicação conceituada entre um seletor público de empresários industriais no estado do Ceará. É através dele, que cada um desses empresários pode analisar como está sua área de atuação no mercado em que atua. O Guia é tido por esses empresários como ferramenta para alavancar negócios, não de maneira isolada, mas para obter atenção do Brasil e do mundo para o estado, fomentando as várias áreas produtivas aqui existentes.

Objeto de estudo

Os principais aspectos da estrutura e características utilizadas no processo de construção de um guia industrial serviram de base para uma análise comparativa entre exemplares desenvolvidos no Ceará, na Bahia e no Maranhão buscando evidências da presença ou ausência dos elementos gráficos essenciais para a composição de uma publicação editorial de ampla complexidade de informações. Com o resultado da comparação, ainda é feita uma associação de fatores do projeto gráfico desta natureza com a integração que o mesmo deve permitir entre texto e elementos visuais, considerando cada um dos exemplares analisados.

Figura 2 – Guia Industria do Ceará 2017 (RM Design, 2017).

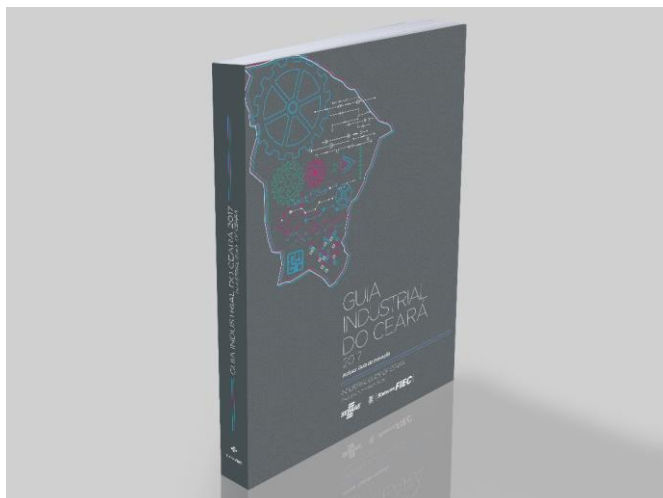


Figura 3 – Guia Indústria do Maranhão 2015 (RM Design, 2017).



Figura 4 – Guia Industrial do Estado da Bahia (RM Design, 2017).



4 Análise e discussão dos resultados

Após análise detalhada de cada publicação, fez-se uma separação dos resultados por itens de maior relevância, bem como estrutura física, design da capa, diagramação do sumário, do editorial, informações econômicas sobre o estado e o cadastro industrial que é a razão da existência da publicação.

Observou-se que as três peças contam com estrutura física semelhante, são volumosas, com capa encorpadas, mas leves. As escolhas tipográficas variam bastante, embora todas apresentem fontes de boa legibilidade, exceto o guia da Bahia que demonstra uma ausência de padrão. O do Maranhão ofereceu uma melhor opção tipográfica cujo efeito acabou minimizado com a falta de respiração entre linha e colunas. O guia do Ceará promove um padrão tipográfico que se repete em toda a obra, usando apenas uma família tipográfica. Um dos problemas mais graves encontrados no guia baiano é a hierarquia de informações que se apresenta complexa e repele o leitor; títulos ao centro de uma página, dentro de um losango, permeiam todo o editorial. Ceará e Maranhão tem suas edições com hierarquia bem definidas, nas quais o leitor consegue entender aquilo que se apresenta no conteúdo.

Ainda sobre a tipografia das três publicações, foi observado que de todas, apenas o guia do Ceará usa a mesma a mesma família tipográfica em todo seu conteúdo, e para isso a escolha de uma fonte com várias opções foi de devida importância para a harmonização dos títulos, subtítulos e corpo de texto do editorial bem como para o cadastro industrial. No relatório da Bahia temos um confuso espaço de títulos no centro da página com fontes de tamanho equivalentes aos do corpo do texto, e uma divisão da versão português-inglês sem nenhum destaque. No guia do Maranhão a problemática fica por conta dos subtítulos que dividem os

conteúdos, eles possuem o mesmo tamanho do corpo de texto e aparentam ser apenas frases soltas em meio ao corpo de texto.

Tabela 1 – Análise da tipografia usada nas publicações.

Parâmetros	Guia Ceará	Guia Maranhão	Guia Bahia
Fonte	Gotham		
Serifa	X	X	X
Capitular	✓	X	X
Textura	Atraente	Atraente	Antipático
Tamanho	10	9	12
Ritmo de Leitura	Regular	Regular	Regular
Conforto de leitura	Confortável	Desconfortável	Desconfortável
Recuo	X	✓	X
Notas de rodapé	X	X	X

Os guias são de cunho corporativo, por isso tendem a usar cores sóbrias. Nos exemplos estudados o guia maranhense foi o único a utilizar uma cor mais vibrante. Os mercados deste segmento se distinguem pelo número de empreendimentos em cada área. Na Bahia, há maior quantidade de indústrias em relação ao Nordeste, seguido pelo Ceará, por sua vez seguido pelo Maranhão. Isto impacta diretamente na forma de pensar e organizar o conteúdo de um guia. Por exemplo, o Guia da Bahia tem quase 800 páginas, sendo quase inteiramente apenas o cadastro industrial. Mesmo com essa quantidade de páginas, o guia baiano não apresenta nenhum dado econômico do seu estado, diferentemente das publicações do Ceará e Maranhão, com isso ele elimina um dos motivos da existência de um guia industrial que é de promover e fomentar novos negócios na região em que se encontra.

5 Conclusões

Com o intuito de realizar uma averiguação sobre o design editorial dessas três publicações, foi feito um comparativo na qual será possível definir quais métodos do design gráfico editorial podem contribuir para o melhor entendimento do conteúdo exposto ao leitor.

Com os resultados encontrados foi possível concluir que a escolha dos elementos a serem utilizados em um guia industrial deve ser baseada no conhecimento das potencialidades das ferramentas gráficas, dos objetivos pretendidos pelo setor e do público leitor ao qual se destina para que possa ser considerada como fonte de informação confiável. Mesmo assim, ainda está sujeita a outras variáveis não previstas pelo projeto editorial, como o surgimento de novas tecnologias e comportamentos mercadológicos do setor industrial, que podem interferir significativamente na relevância da publicação pelo segmento, o que, se ignoradas podem transformá-la em mais um volume na prateleira empoeirada.

Referências

- Araújo, E. (2008). *A construção do livro: princípios da técnica de editoração*. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lexikon.
- Bringhurst, R. (2011) *Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Cosac Naify.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2014). *Novos fundamentos do design*. São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- Melo, C. H., & Ramos, E. (2011). *Linha do tempo do design gráfico no Brasil*. São Paulo: Cosac Naify, 2011.
- Moraes, D. (2006). *Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem*. São Paulo: Editora Blucher, 2006.
- Samara, T. (2007). *Grid: construção e desconstrução*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- White. J. V. (2006). *Edição e Design*. São Paulo: JSN Editora, 2006.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Ruan Pablo Moro Glória, Graduado em Publicidade e Propaganda, Unifanor Wyden, Brasil
<ruanpablo@gmail.com>

Maria Aurileide Ferreira Alves, Mestre em Design de Informação, UFPE, Unifanor Wyden, Brasil
<aurileide@gmail.com>