

QUAL SERÁ O FUTURO DAS REVISTAS? UMA SIMBIOSE EDITORIAL.



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
MESTRADO DESIGN MULTIMÉDIA
PROJETO MULTIMÉDIA II
2021/2022

DIANA MOTA M11357

No âmbito da Unidade Curricular de Projeto Multimédia II, foi proposto uma contribuição para o desenvolvimento do conhecimento da área do Design Multimédia, com a esperança de fortalecer as capacidades de análise, reflexão e problematização do design e de todas as suas competências. Através da escolha de um tema pertinente, pretende-se testar os limites do domínio do design ao experimentar abordagens diferentes e criativas.

O tema a desenvolver, selecionado por mim, será a história e a evolução do design editorial e qual será o futuro das revistas. Este tem como objetivo demonstrar a evolução histórica, a importância e a diversidade da área do design editorial no mundo, e de que modo será influenciada essa evolução histórica, importância e diversidade, tendo em conta toda a digitalização e problemas ambientais atuais.

 Todos os títulos neste documento têm hiperligações, para facilitar a navegação.

 Quando encontrar este ícone, é porque alguma alteração foi feita, na página em questão.

 Quando encontrar este ícone, é para saber mais sobre a imagem em questão.

 Quando encontrar este ícone, é para ver melhor a imagem em questão, nos anexos.

ÍNDICE

Índice de Figuras	06	FASE 3	74
		Estruturas	76
	10	Conteúdo	
	12	Esboços e Wireframes - Formato Físico	80
	14	Esboços e Wireframes - Formato Digital	82
	16	Formato e Grelha - Formato Físico	84
	22	Formato e Grelha - Formato Digital	86
	24	Paleta Cromática	88
	26	Tipografia	90
	34	Guia de Estilos	92
	36	Definição e Desenvolvimento Formal	94
		Capa	96
	40	Espelhos	98
	42	Maquetes	100
	46	Formato Físico	102
	50	Formato Digital	106
	52		
	54	FASE 4	108
	56	Projeto Final	110
	58	Testes - Formato Físico	112
	70	Mini Zukunft	118
		Impressões	120
		Resultados - Formato Físico	122
		Testes - Formato Digital	130
		Resultados - Formato Digital	132
		Revista Final	136
		Reflexões Finais	140
		Referências Bibliográficas	144
		Referências de Figuras	148
		Anexos	152

ÍNDICE DE FIGURAS

FASE 1

Figura 1. Diversidade de formatos no design editorial;	15
Figura 2. Pedra com escrita cuneiforme do império de Nabucodonosor II;	16
Figura 3. Fragmento da parede do túmulo de Seti I, com a escrita hieroglífica;	16
Figura 4. Ilustração de monges copistas;	17
Figura 5. Página de um livro de 1459;	17
Figura 6. <i>Diamond Sutra</i> (868);	18
Figura 7. Guttenberg e a prensa;	18
Figura 8. Bíblia de Gutenberg, na Biblioteca Pública de Nova Iorque (1847);	18
Figura 9. <i>Acta Diurna</i> (59 a.C.);	19
Figura 10. <i>Dibao</i> (202 a.C.);	19
Figura 11. Capa do primeiro jornal (1609);	19
Figura 12. Capa da primeira revista (1663);	20
Figura 13. Exemplo da demonstração de produtos e artigos;	25
Figura 14. Exemplo de falta de diversidade;	25
Figura 15. Exemplo de notícias falsas;	25
Figura 16. Trabalho gráfico para a <i>Nike</i> ;	26
Figura 17. Capas da revista <i>The Face</i> ;	27
Figura 18. Embalagem, poster e espelho da revista <i>FUSE</i> ;	28
Figura 19. Capas da revista <i>Twen</i> ;	29
Figura 20. Capas da revista <i>Frankfurter Allgemeine Magazin</i> ;	29
Figura 21. Capas da revista <i>Almanaque</i> ;	30
Figura 22. Capa e espelhos do livro <i>Karl Gerstner: Designing Programmes</i> ;	31
Figura 23. Capa e espelhos da revista <i>Harper's Bazaar</i> ;	32
Figura 24. <i>MasterClass</i> de Carson;	33
Figura 25. Capa da revista <i>Ray Gun</i> ;	34
Figura 26. Capa de <i>Woolly</i> , <i>Here Magazine</i> , <i>Vehicle</i> , <i>Bumble Magazine</i> e <i>Airbnb Magazine</i> ;	35
Figura 27. <i>A View of the Future</i> , <i>AnOther Magazine</i> (2015);	39

FASE 2

Figura 28. Primeira e última capa do catálogo do <i>IKEA</i> ;	50
Figura 29. Primeira capa da <i>Playboy</i> ;	50
Figura 30. Primeira edição <i>The Ladies' Home Journal</i> (1891);	51
Figura 31. Mindmap primário;	55
Figura 32. Mindmap secundário;	55
Figura 33. Moodboard principal;	57
Figura 34. Segundo moodboard com inspirações de formatos físicos;	58
Figura 35. Terceiro moodboard com inspirações de formatos físicos;	59
Figura 36. Quarto moodboard com inspirações de formatos físicos;	59
Figura 37. Quinto moodboard com inspirações de formatos físicos;	60
Figura 38. Loja <i>Under The Cover</i> ;	61
Figura 39. Loja <i>Photo Book Corner</i> ;	61
Figura 40. Sexto moodboard de revistas adquiridas;	62
Figura 41. Sétimo moodboard de restantes revistas e livros;	63
Figura 42. Livro <i>Motion Silhouette</i> ;	64
Figura 43. <i>Sappi The Standard Volume 5</i> ;	64
Figura 44. Publicação de <i>Shikun e Binui</i> ;	65
Figura 45. Publicação da <i>Lexus</i> ;	65
Figura 46. Publicação de <i>Peugeot</i> ;	66
Figura 47. Publicação da <i>Glacial</i> ;	66
Figura 48. Publicações de <i>Nivea</i> ;	67
Figura 49. Publicação de <i>Esquire</i> ;	67
Figura 50. Moodboard com inspirações digitais;	68
Figura 51. Moodboard de inspirações digitais;	73
Figura 52. Exemplo do formato físico, híbrido e digital da revista <i>AnOther Magazine</i> ;	73
Figura 53. Baralho de cartas e puzzle;	73

ÍNDICE DE FIGURAS

FASE 3

- Figura 54.** Esboços em papel do formato físico; **80**
Figura 55. Wireframes do formato físico; **81**
Figura 56. Esboços em papel do formato digital; **82**
Figura 57. Wireframes do formato digital; **83**
Figura 58. Formatos das revistas físicas; **84**
Figura 59. Grelhas das revistas físicas; **85**
Figura 60. Formato da revista digital; **86**
Figura 61. Grelha da revista digital; **87**
Figura 62. Moodboard da paleta cromática; **89**
Figura 63. Paleta cromática; **89**
Figura 64. Estudos tipográficos; **91**
Figura 65. Tipografias utilizadas; **91**
Figura 66. Guia de estilos; **93**
Figura 67. Tentativas da capa da revista física; **97**
Figura 68. Tentativas dos espelhos da revista física; **99**
Figura 69. Maquetes da revista física; **103**
Figura 70. Maquetes da revista física 2; **104**
Figura 71. Maquetes da revista física 3; **105**
Figura 72. Maquetes da revista digital; **107**

FASE 4

- Figura 73.** Testes da capa da revista principal; **113**
Figura 74. Testes dos espelhos da revista principal; **114**
Figura 75. Testes dos espelhos da revista principal 2; **115**
Figura 76. Testes dos espelhos da revista principal 3; **117**
Figura 77. Testes da capa da revista secundária; **118**
Figura 78. Testes dos espelhos da revista secundária; **119**
Figura 79. Testes de impressão; **121**
Figura 80. Resultado final da revista secundária; **122**
Figura 81. Resultado final da revista secundária 2; **123**
Figura 82. Resultado final da revista principal; **124**
Figura 83. Resultado final da revista principal 2; **125**
Figura 84. Resultado final da revista principal 3; **127**
Figura 85. Resultado final da revista principal 4; **128**
Figura 86. Testes da revista digital; **131**
Figura 87. Resultado final da revista digital; **132**
Figura 88. Resultado final da revista digital 2; **133**
Figura 89. Resultado final da revista digital 3; **134**
Figura 90. Processo de experiência da revista final; **137**
Figura 91. Processo de experiência da revista final 2; **139**
Figura 92. Capas da *Zukunft Magazine*. **143**

FASE 1

ENQUADRAMENTO DO TEMA

ENQUADRAMENTO DO TEMA

DEFINIÇÕES

Antes de uma definição desta área, é importante ter em mente que editorial origina da palavra *editor* que vem do Latim *editor* que significava “aquele que apresenta”, e também do verbo *editus* ou *edere* que significava “apresentar/ produzir” (Douglas Harper). A palavra *editorial* formou-se, então, através da palavra editor juntamente do sufixo *-al*, e pensa-se ter sido utilizada pela primeira vez em meados de 1830. *Editorial* desde essa altura, até hoje, significa “**um artigo de jornal ou revista em que um editor dá uma opinião**” (Cambridge Dictionary).

O design editorial é essencialmente um ramo do design gráfico que se especializa em combinar o design e o desenvolvimento da informação, tanto visual como escrita. É responsável pela arquitetura de publicações, ou seja, é uma estrutura que determina a maneira de como uma história é lida e interpretada. Preocupa-se com a melhor forma de comunicar com o mundo através de vários aspectos, como a tipografia, a paleta cromática, a composição, a hierarquia, a fotografia, a ilustração, o material, o formato, entre outros. É uma área vasta que, principalmente, se manifestava em formatos físicos como livros, jornais, revistas, catálogos, folhetos, brochuras, capas, entre outros, (figura 1) mas está presente em formatos digitais atualmente (Vasava).



Figura 1. Diversidade de formatos no design editorial. Fonte: Pentagram, Britannica, It's Nice That, IKEA e Behance.

Devido à amplitude de formatos, nesta área, irá ser dado uma maior atenção às revistas, uma das grandes vertentes do design editorial, e se não a mais conhecida. As revistas tiveram um grande impacto na sociedade e a sua grande componente visual é, sem dúvida, a capa. **A revolução digital, neste mundo tecnológico e globalizado, que se tem dado ao longo dos anos, fez com que esta área tivesse que adaptar certos conceitos e formatos para não desvanecer.** Isto não é inteiramente um aspecto desfavorável visto que, é possível aproveitar as possibilidades dos meios digitais e expandir ainda mais esta área.

A indústria das revistas, como o resto do design editorial, tem sofrido um declive, devido à facilidade de acesso à mais variada informação online. De facto, o desvanecimento do design editorial em papel, já é algo que pode ser discutido uma vez que, este pode ser mais dispendioso, mais poluente e não é o meio de comunicação mais rápido e expansivo.

Daí, podemos questionar o que será desta área, num caso mais concreto das revistas, no futuro? Será que passará a ser uma área unicamente digital? Que adaptações poderá a vir sofrer esta área para se manter viva e presente nas nossas vidas? Embora existam, diariamente, mais pessoas a optarem por uma opção digital, será difícil de fazer desaparecer por completo os livros, os jornais e as revistas, tal como outros meios de comunicação desprezados, como o gira-discos, o rádio e a televisão.

HISTÓRIA E EVOLUÇÃO

Para refletir acerca do seu futuro, é essencial compreender o design editorial. É crucial saber a sua historia, as suas origens até à actualidade, as suas teorias e filosofias, e para isso podemos retorcer até aos primórdios da escrita.

A escrita é um prolongamento da memória, do saber e do poder. Sempre foi indispensável não só para armazenar e comunicar informação, mas também para decompor e analisar o conhecimento e a comunicação. A escrita, como signos com significado linguísticos, deriva de uma escrita com características pictográficas desenvolvida no ainda final do período Neolítico. Os primeiros registos escritos atribuem-se às civilizações da Mesopotâmia com a escrita cuneiforme (figura 2) e à civilização egípcia com a escrita hieroglífica (figura 3) (Ewan Clayton).



Figura 2. Pedra com escrita cuneiforme do império de Nabucodonosor II. Fonte: British Museum.



Figura 3. Fragmento da parede do túmulo de Seti I, com a escrita hieroglífica. Fonte: World History Encyclopedia.



Figura 4. Ilustração de monges copistas. Fonte: RTP Ensina.

A escrita e o conhecimento foram evoluindo ao longo do tempo e a civilização romana ajudou, devido ao facto de ser uma civilização alfabetizada. Nos séculos V-VIII, decorreram as invasões bárbaras e várias bibliotecas e livros foram destruídos (Juliana Bezerra). Consequentemente, a restauração do conhecimento, foi um processo lento e deve-se muito aos monges, nos *scriptorium* (figura 4), que eram especializados em copiar à mão, réplicas dos livros religiosos e dos grandes clássicos que restaram. Estes desenvolveram várias ilustrações, elementos decorativos e diversos tipos de caligrafias (figura 5) (Joel Paviotti). Nesta altura surgiu uma preocupação de como a escrita e a informação eram transmitidas, através da utilização dos elementos anteriormente mencionados. Já não era simplesmente importante, documentar a informação, mas sim documentá-la da melhor forma, com preocupações estéticas e materiais.



Figura 5. Página de um livro de 1459. Fonte: E-codices.

O que revolucionou por completo a maneira de como os livros eram fabricados, e posteriormente qualquer outro objeto de design editorial, foi a invenção da prensa. Embora muitos créditos da invenção e do conhecimento da impressão sejam atribuídos a Johannes Gutenberg, existem impressões em xilogravuras na China, em têxteis, em meados do século VII. No século IX, já existia a impressão em papel e realizou-se o primeiro livro impresso completo, o *Diamond Sutra*, em 868 (figura 6).

As técnicas de impressão chinesas espalharam-se chegando finalmente à Europa, por volta de 1440, onde as técnicas foram disseminadas devido à invenção da prensa de Johannes Gutenberg (figura 7), um dos maiores marcos na história da humanidade. O primeiro livro impresso nesta prensa, e incorretamente considerado o primeiro livro impresso do mundo, foi a *Bíblia de Gutenberg* (figura 8) (Dave Roos, 2019).



Figura 6. *Diamond Sutra* (868). Fonte: Getty.



Figura 7. Guttenberg e a prensa. Fonte: *História do Mundo*.



Figura 8. *Bíblia de Gutenberg*, Biblioteca Pública de NYC (1847). Fonte: *String Fixer*.

Através deste aparelho, o processo de fabricação e divulgação de livros, jornais, revistas e folhetos sofreu um salto gigantesco. O conhecimento foi disseminado com mais facilidade, pois os livros começaram a serem produzidos em maior quantidade, e isto permitiu expandir a mentalidade do ser humano e a comunicação tornou-se mais acessível e comprehensível.

Esta grande invenção possibilitou a ocorrência de dois grandes marcos históricos, o jornal e, posteriormente, a revista. Alguns historiadores descobriram que a primeira forma de comunicar notícias escritas surgiu na civilização romana com o seu “jornal”



Figura 9. *Acta Diurna* (59 a.C.). Fonte: *String Fixer*.

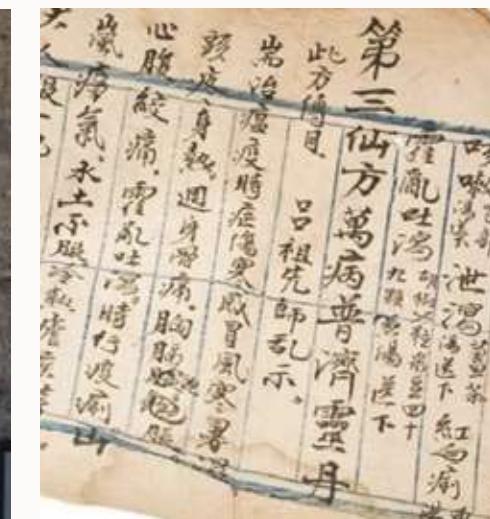


Figura 10. *Dibao* (202 a.C.). Fonte: *TimeGraphics*.



Figura 11. Capa do primeiro jornal (1609). Fonte: *Numistral*.

Acta Diurna, em 59 a.C. (figura 9), que colocavam no centro das cidades com as notícias mais importantes da altura. Na China, também tinham um relatório noticioso chamado *Dibao*, surgido em 202 a.C. (figura 10). Eram “relatórios das residências oficiais”, distribuídos pelo governo com destino aos burocratas.

No entanto, o primeiro jornal legítimo, ao ter certas características e princípios, foi um jornal semanal chamado *Relation aller Fürennenmen und gedenckwürdigen Historien* (possivelmente, Relação de todos os Príncipes e Histórias Memoráveis) lançado por Johann Carolus, em 1609 (figura 11) (Lavi Buciuman, 2020).

Embora o livro e o jornal, entre outros meios de comunicação, tenham sido significativos na disseminação de informação, **as revistas tiveram um impacto social e visual considerável no mundo generalista e no mundo do design.**

As revistas, ao contrário dos jornais de informar um público geral sobre acontecimentos generalistas, surgiram com uma variedade de informação destinadas a atrair interesses particulares. Registros dizem que uma publicação alemã, a *Erbauliche Monaths-Unterredungen* (Edificando as Discussões Mensais), foi o começo das revistas até ao que conhecemos hoje em dia (figura 12). Esta foi publicada de 1663 até 1668 sendo da autoria do teólogo e poeta alemão Johann Rist. A partir desta publicação, e da imprensa se ter tornado predominante, foram lançadas muitas mais entre toda a Europa.

Cada revista nova elaborava aspectos específicos, como anedotas, alguma poesia, temas mais divertidos, curiosos e racionais, ao contrário dos outros meios de comunicação físicos mais “sérios”. A combinação de notícias com conteúdos mais lúdicos, tornaram-se populares e uma grande fonte de entretenimento (Britannica).



Figura 12. Capa da primeira revista (1663).
Fonte: *TimeToast*.

houve um aumento na lucratividade, daí incluí-los. Posteriormente, os anúncios tornaram-se uma componente comum, e os temas e o aspetto visual das revistas ficaram cada vez mais diversificados (Britannica).

Realmente a partir do século XX as revistas tornaram-se parte da vida social da população e desempenharam um papel importante. O aparecimento de certas revistas, que cativavam o mundo com cada lançamento, só decalcou mais este acontecimento. Revistas como *Harper's Bazar* (1867), *Cosmopolitan* (1886), *National Geographic* (1888), *Vogue* (1892), *Forbes* (1917), *Times* (1923), *The New Yorker* (1925), *Elle* (1945), *Playboy* (1953), *GQ* (1957), *Rolling Stone* (1967), *People* (1974), *Vanity Fair* (1983), *Men's Health* (1987), entre muitas mais, ajudaram a disseminar o design editorial no mundo inteiro.

Em virtude da popularidade e da criatividade das revistas, a influência dos designers e dos diretores de arte, começou a notar-se cada vez mais. O essencial, novamente, já não era só passar informação ou comunicar temas diversos ao público, mas sim ponderar qual seria a melhor maneira de transmitir uma mensagem, especialmente em termos visuais e gráficos. Ao ser um meio bastante criativo e acessível a inúmeras possibilidades, **foi realmente um objeto que floriu a área do design editorial.**

No século XVIII, houve um aumento na alfabetização na população em geral, e surgiu um grande aumento no interesse e consumo de revistas, especialmente por parte do sexo feminino e o setor aproveitou-se deste acontecimento. O *Athenian Mercury* (1693) e *Godey's Lady's Book* (1830), por exemplo, foram revistas escritas especificamente para mulheres (University of Minnesota, 2010).

Em 1830 a indústria das revistas teve um aumento na produção. Os editores tiraram proveito do declínio no custo de impressão, e deste modo, as revistas podiam ser vendidas a um menor preço. As temáticas também sofreram uma transformação, uma vez que as revistas já não eram tão focadas em classes mais altas, tanto no conteúdo como no preço. Isto fez com que a indústria conseguisse alcançar mais públicos diversos, como famílias e crianças (Britannica).

Outra mudança deu-se a partir de 1900, quando a publicidade se tornou um componente crucial no negócio das revistas. Muitas tentaram rejeitar os anúncios mas com o aumento da circulação e dos públicos-alvo, também

CONHECIMENTO E DADOS

CONHECIMENTO E DADOS

IMPACTO SOCIAL

As revistas embora sejam um simples objeto físico, conseguem causar consequências numa comunidade, tanto positivas como negativas.

Ao contrário de certos jornais, que têm a tendência para ser mais imparciais e passar a informação “crua”, as revistas podem ser mais tendenciosas e demonstrar a sua inclinação acerca de um determinado tópico. Estas podem possuir vantagens acima dos livros por serem mais baratas, e dos jornais por serem mais informativas e aprofundadas acerca de um determinado assunto (Dave Stanley, 2017). Inclusive, ao contrário dos jornais, podem escolher que histórias merecem ser contadas e de que forma devem ser apresentadas e transmitidas. As revistas podem, também, influenciar os nossos consumos, pois contêm imensos anúncios, demonstram produtos variados (figura 13) e contêm artigos de opinião de certos filmes ou álbuns, por exemplo, e podem vir a convencer certas pessoas a consumir (Alan Behrens, 2018).

A imagem corporal é um assunto muito debatido nas revistas, visto que muitas delas retratam uma certa “imagem padrão” de como o corpo, especialmente o corpo feminino, deveria ser, para ser considerado “belo” ou “aceite” (figura 14).

Qualquer meio de comunicação, atualmente, pode ter um resultado negativo específico nas pessoas, que é o efeito psicológico das notícias falsas. A imprensa desempenha um papel influente, sempre desempenhou, mas especialmente agora na nossa sociedade em rede, necessita de ter um tratamento cuidado da informação e de como esta é transmitida. Devem ter, igualmente, uma preocupação ética ao passar realmente a verdade e não distorcer a informação para lucrar rapidamente (figura 15) (Alan Behrens, 2018).



Figura 13. Exemplo da demonstração de produtos e artigos. Fonte: Nicole Livey.



Figura 14. Exemplo de falta de diversidade. Fonte: Folio.



Figura 15. Exemplo de notícias falsas. Fonte: New Idea.

REFERÊNCIAS TEÓRICAS

Para compreender o futuro das revistas e as suas possibilidades, é importante, também, saber o impacto que o design e os designers editoriais tiveram neste campo. Existem teorias, filosofias de trabalho e ideias conceituais relevantes a ter em conta quando se estuda e trabalha design editorial.

Um designer que foi essencial neste ramo foi Neville Brody, um designer gráfico inglês conhecido pelo seu trabalho visual e tipográfico. Desde o início dos seus estudos que achou que muitos ensinamentos e práticas de

design eram puramente comerciais e alguns dos seus pensamentos e práticas de trabalho eram reconhecidas como “não comerciais” (Andrew Clarke, 2020). Brody não estudou tipografia “propriamente”, interessava-lhe mais quebrar certas regras e padrões. Ele via a tipografia como um meio para comentar ideias, portanto deveria ser expressiva e divertida (figura 16). Apesar da falta do seu estudo tradicional, a sua prioridade era com que as pessoas pudessem ler e refletir perante o conteúdo.

Eventualmente as suas abordagens de design, especialmente tipográficas, começaram a ser aceites por algumas marcas e empresas, como a revista *The Face*, onde trabalhou durante vários anos (figura 17).

Outra característica de Brody, foi a sua exploração de grelhas. Como o quanto flexíveis poderiam ser sem grande complexidade, e como a simplicidade combinada com imaginação poderia ser um aspeto muito poderoso. Esta maneira de pensar ensina-nos como um sistema de grelhas num projeto atua como uma estrutura que nos guia ao longo da construção do mesmo. Este sistema deve apoiar mas não definir e restringir o resultado final. Podemos refletir e aplicar, no design editorial, o que Brody disse em 1987, “Depois de quebrar as regras, literalmente tudo é possível”.

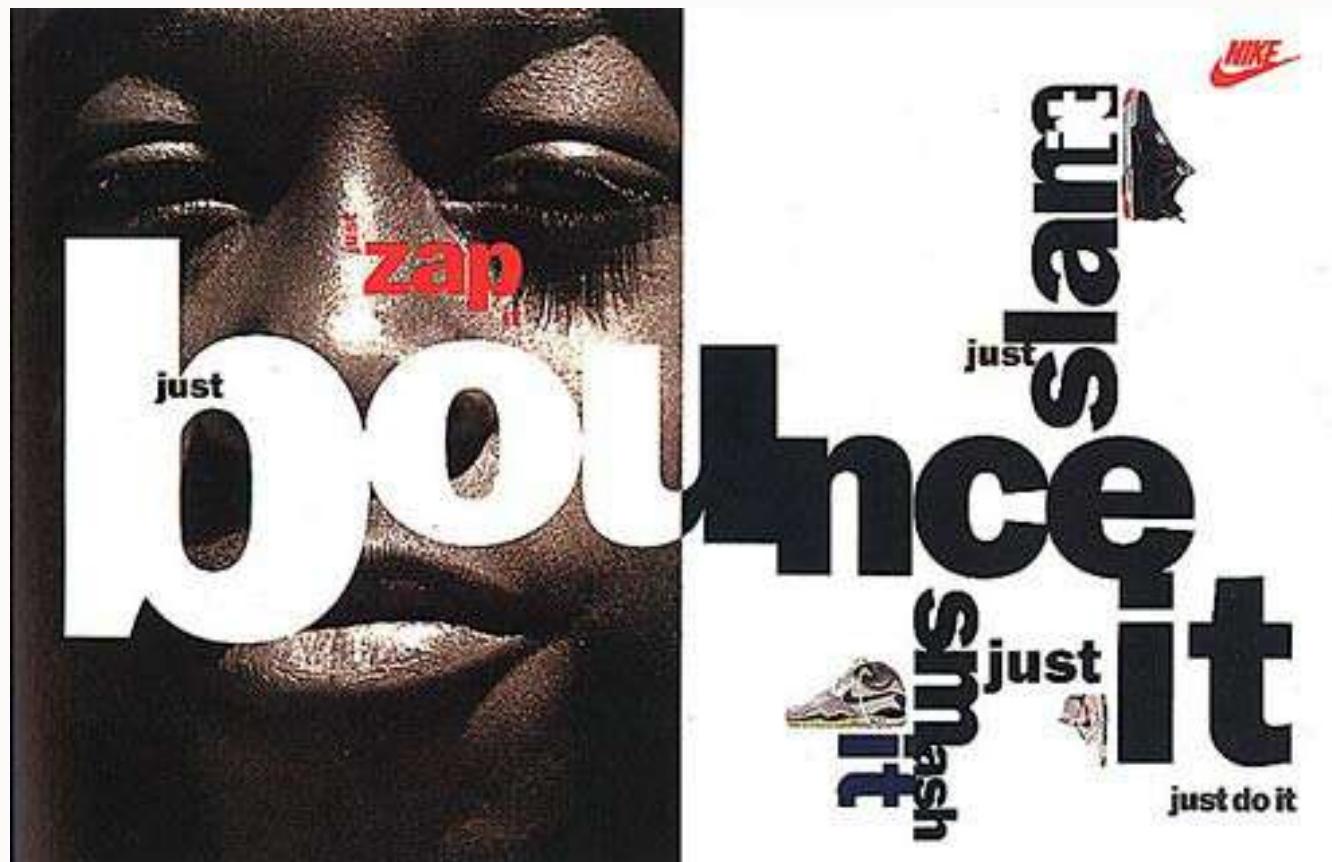


Figura 16. Trabalho gráfico para a Nike. Fonte: Medium.

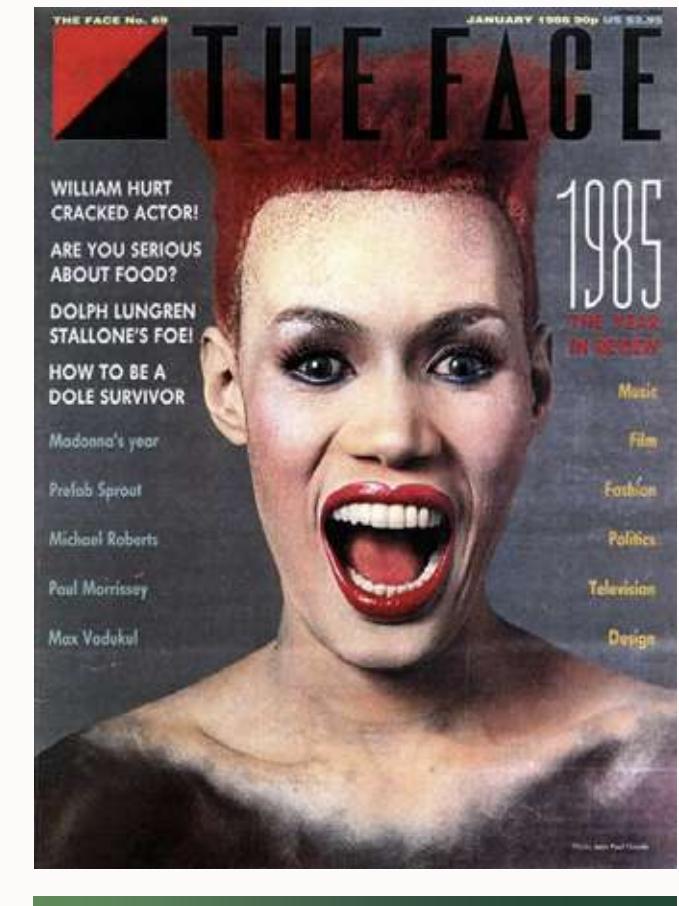
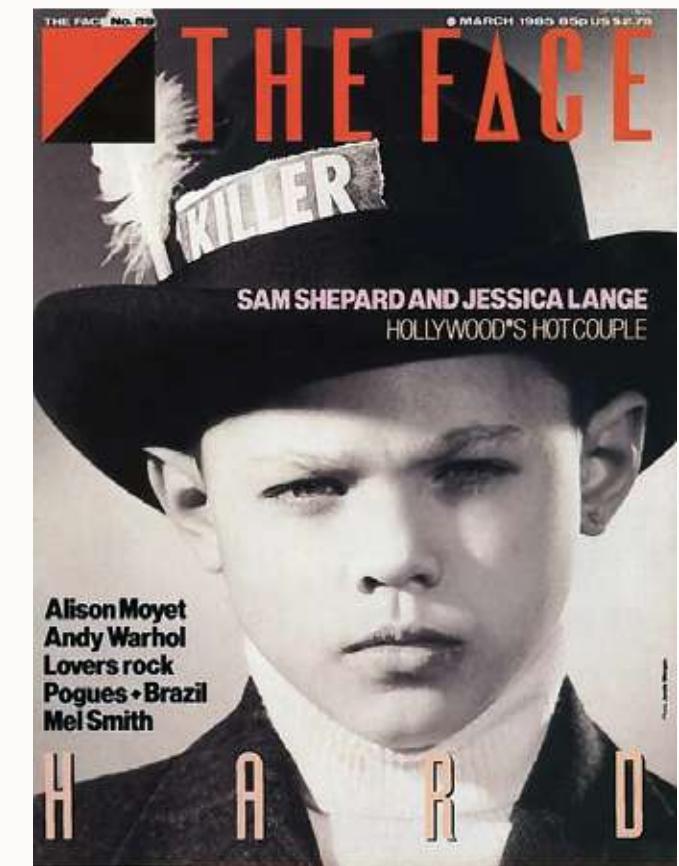


Figura 17. Capas da revista *The Face*.
Fonte: *The Guardian* e *Medium*.

Um exemplo da criatividade do design editorial, é a revista *FUSE* de Neville Brody e Jon Wozencroft, de 1991 (figura 18). É uma revista experimental que explora os limites da tipografia e procura refletir abordagens distintivas.

A *FUSE* ignora certas noções tradicionais e comuns para encorajar aqueles que trabalham e gostam de tipografia, para adaptá-la a necessidades específicas. Ao promover a inovação tipográfica, como Wozencroft apontou na primeira edição, “**o abuso faz parte do processo**” (Thomas Schneider, 1994).



Figura 18. Embalagem, poster e espelho da revista *FUSE*. Fonte: *Typographica*.



Outra referência é Willy Fleckhaus, um jornalista e designer alemão, que deixou para trás um legado forte nas revistas *Aufwärts*, *Frankfurter Allgemeine Magazin* (figura 19) e *Twen* (figura 20), devido aos seus layouts generosos, tipografias modernas e escolhas distintas de fotógrafos (It's Nice That, 2017).

“Diretor de arte” de uma revista, foi um cargo popularizado por Fleckhaus, inspirando muitos outros profissionais a terem mais atenção e um cuidado atencioso a todos os aspectos visuais de uma revista (Anna Filippova).

“When we make typography, we should really understand that we are not just dealing with characters, but rather that our real goal is to give people pleasure, to inform and entertain them”.

- Willy Fleckhaus.

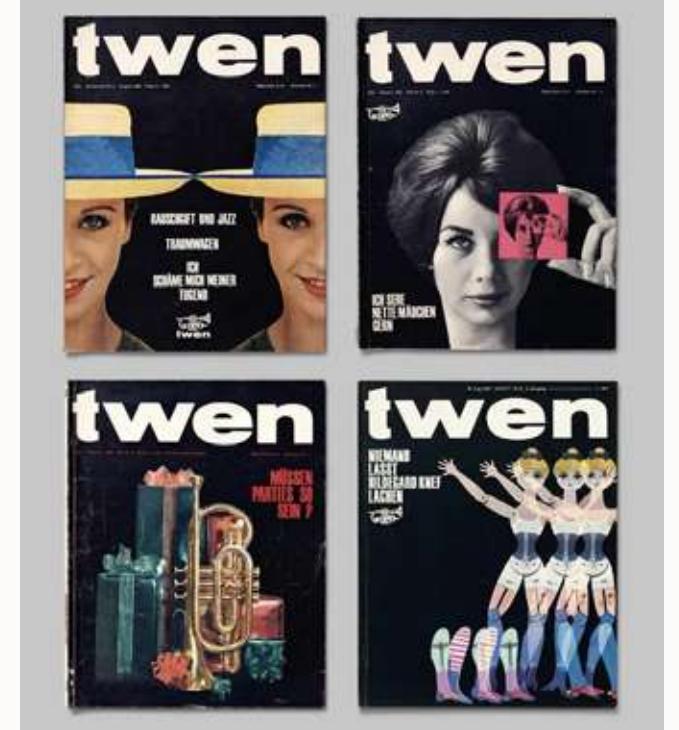


Figura 19. Capas da revista *Twen*.
Fonte: *It's Nice That*.



Figura 20. Capas da revista *Frankfurter Allgemeine Magazin*. Fonte: *It's Nice That*.

O design editorial da revista portuguesa *Almanaque*, de Sebastião Rodrigues foi essencial para o desenvolvimento do design gráfico e editorial em Portugal. Esta revista demonstra uma grande variedade visual, especialmente nas capas, sempre com um tom “provocativo” (figura 21).

Rodrigues, ensina-nos como uma cultura pode e deve influenciar os nossos trabalhos, e consequentemente uma área num certo país. Ele acreditava que um designer poderia ser influenciado pelas suas origens etnográficas, arqueológicas e populares, sem nunca perder um sentido de modernidade e frescura gráfica (Dxd, 2020).

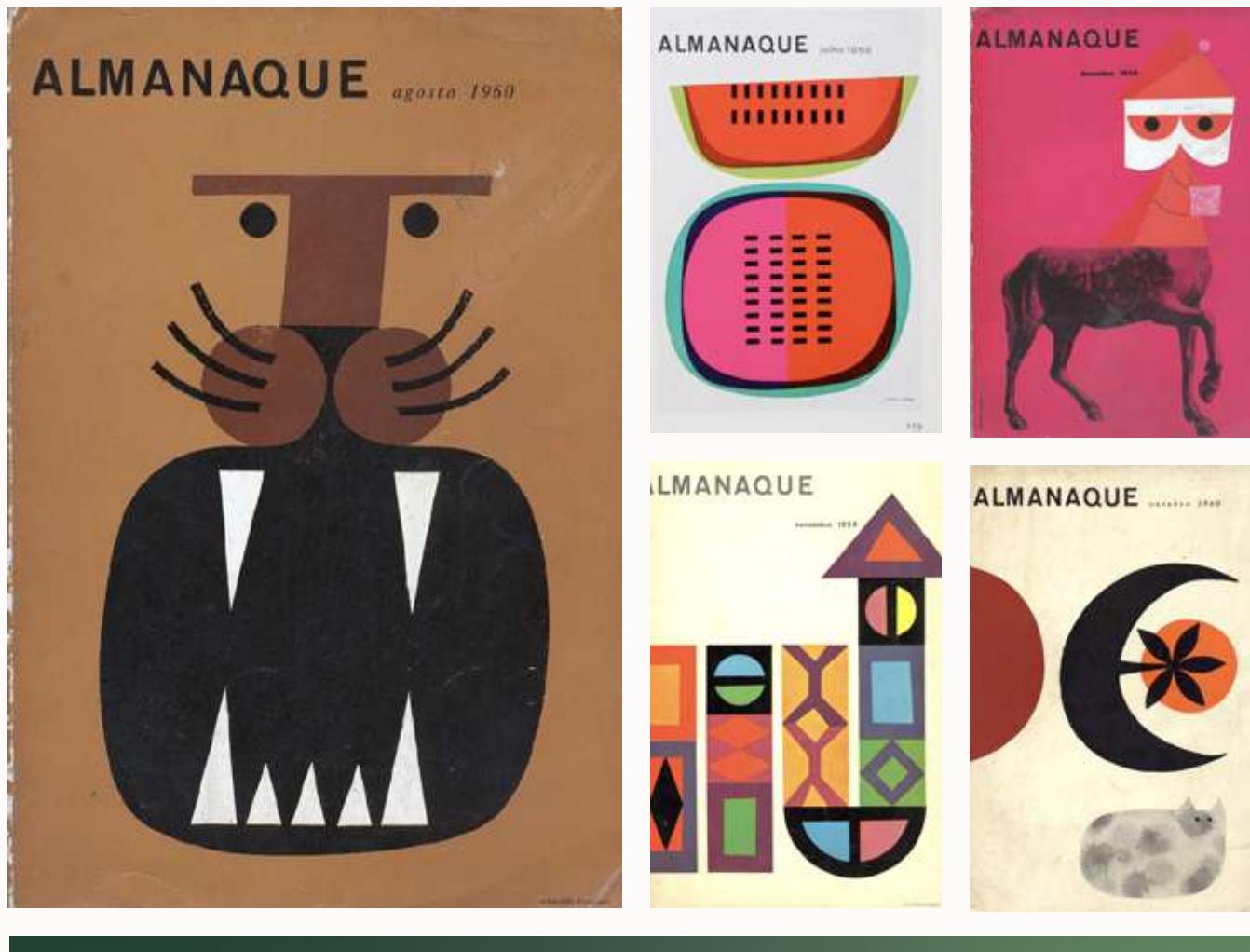


Figura 21. Capas da revista *Almanaque*. Fonte: *Alfalfa Studio*.

O trabalho de Karl Gerstner, como um grande designer gráfico e inovador tipográfico suíço, também é importante na história do design editorial. O seu livro intitulado *Karl Gerstner: Designing Programmes* (figura 22), é importante para compreendermos a importância e a utilidade da criação de sistemas e parâmetros bem definidos ao realizar um projeto. Após um designer definir o seu sistema de trabalho e como os elementos gráficos se devem comportar e apresentar, fica assim com uma porção do trabalho facilitado e mais tempo para os detalhes (Grace Herring, 2020). Este tipo de pensamento é extremamente útil para manter a aparência de uma marca coerente em diferentes formatos, como é o caso das revistas físicas, digitais e quem sabe noutro formato.

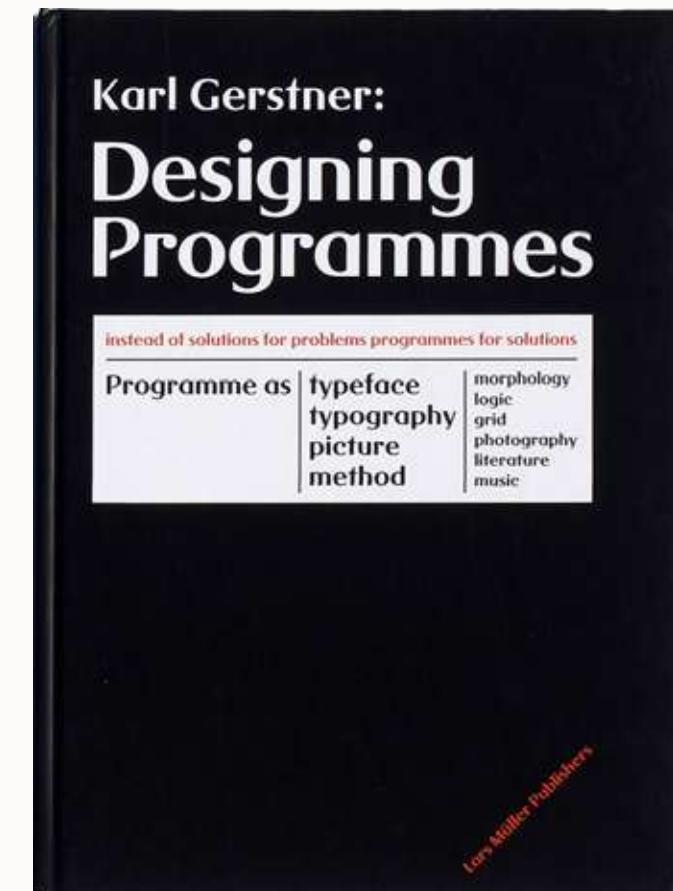


Figura 22. Capa e espelhos do livro *Karl Gerstner: Designing Programmes*. Fonte: Runemadsen.

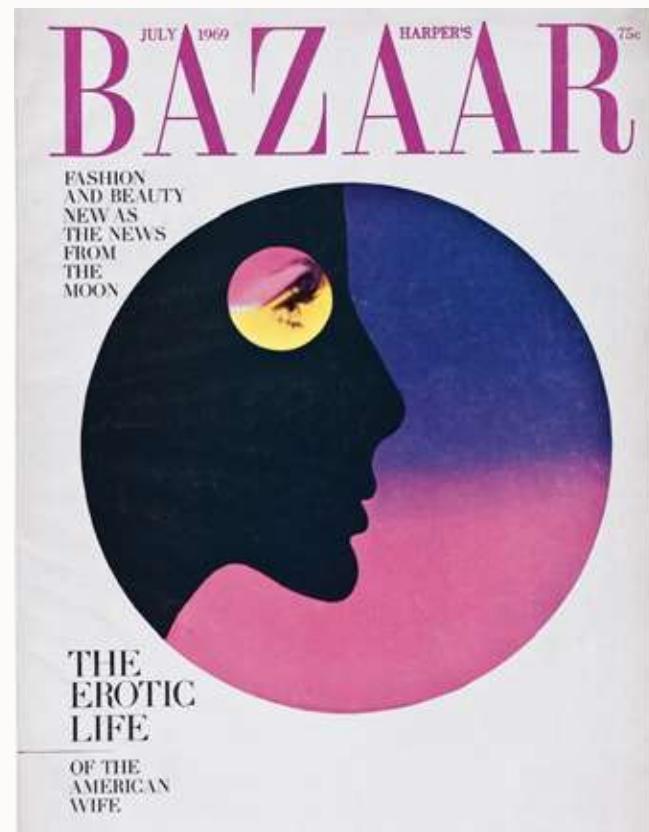
DESIGNING PROGRAMMES

Adicionalmente, uma referência forte, é o legado de Bea Feitler, uma diretora de arte visionária brasileira, que ultrapassou os limites do design editorial e estabeleceu uma forte posição feminina no mundo do design. A sua abordagem ao trabalhar numa revista, funcionava através de uma relação simbiótica entre o texto e a imagem, sendo que ela acreditava que uma revista era “**50/50 imagem para texto**”.

Outro aspecto importante nas suas revistas, era a existência de um fluxo coerente, tinha de haver um ritmo visual ao folhear as páginas (Francesca Gavin, 2017). O seu trabalho gráfico para a *Harper's Bazaar* (figura 23), *Rolling Stone* e *Vanity Fair* é distinto e ensina-nos a ter uma nova visão sobre o impacto visual que uma revista pode ter (Jens Müller, 2021).



Figura 23. Capa e espelhos da revista *Harper's Bazaar*. Fonte: AnOther Magazine.



Um último símbolo do design editorial é o trabalho de David Carson. Originalmente licenciado em sociologia e apaixonado por surf, Carson proporciona uma perspectiva totalmente diferente a ter em consideração quando realizamos um projeto de design editorial. Podemos apreender com ele, inclusive com a sua colaboração com a *MasterClass* (figura 24), que quebrar as regras é importante, e por vezes necessário, mas há que as saber, estudar e respeitar.

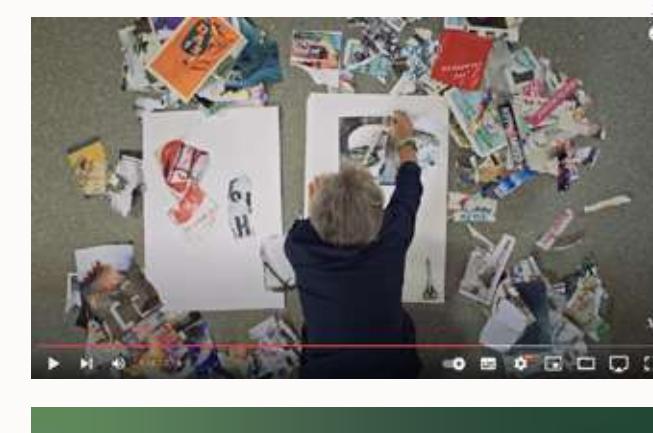


Figura 24. *MasterClass* de Carson. Fonte: *MasterClass*, Youtube.

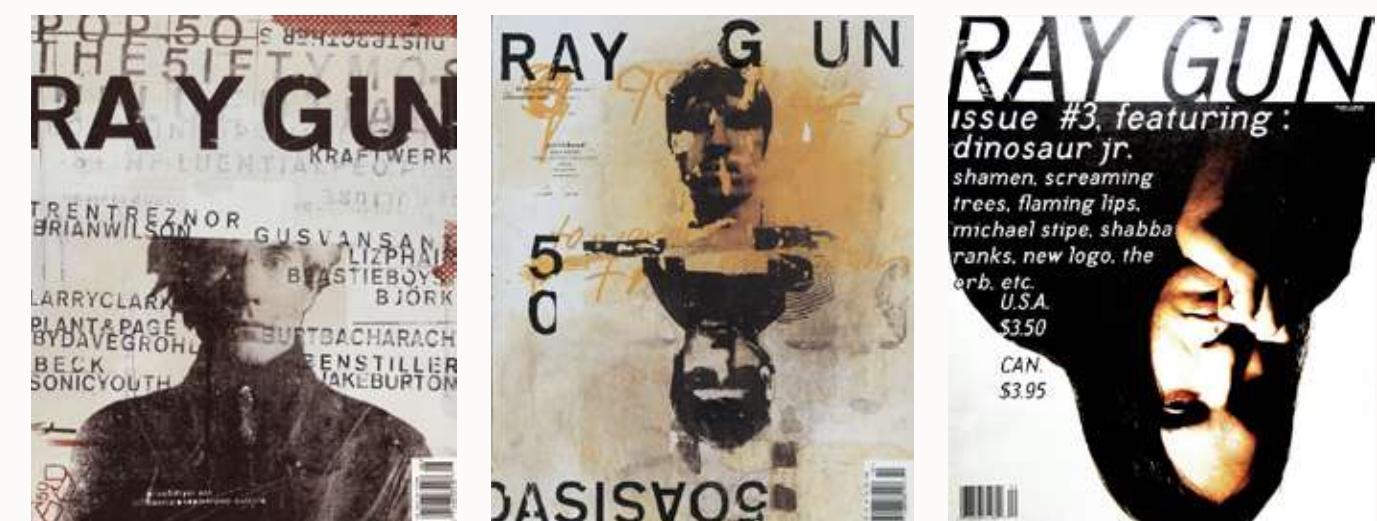


Figura 25. Capas da revista *Ray Gun*. Fonte: Cliche.

O design e o pensamento presente na revista *Ray Gun* (figura 25), inspira-nos a experimentar novas técnicas e ultrapassar os limites da tipografia e da expressão visual. Alguns dos princípios da filosofia de trabalho de Carson são conhecer a nossa audiência, utilizar tipografia emocional e adequada, ter uma boa comunicação visual e, utilizar inspiração da nossa vida quotidiana (Patricia Coroi, 2016).

DADOS E ESTUDOS

Com algum conhecimento da área do design editorial talvez já será possível averiguar o seu futuro. Sabemos que os formatos físicos no design editorial poderão ser muito escassos e que existem várias condições ao imprimir em massa nos dias que decorrem.

De facto várias análises, ou até certas vivências, já comprovam a ausência de exemplares físicos. É notável ter em mente a teoria de Marshall McLuhan de 1960, onde este afirmou que a televisão iria substituir os livros e mudar-nos para o pior (Paper&Packaging). Na minha perspectiva, McLuhan não está inteiramente correto nem errado. É verdade que os livros e os objetos de comunicação físicos já não têm a mesma relevância atualmente, porém é difícil substituí-los por completo.

Uma análise da Wessenden Marketing demonstrou alguns dados acerca do lançamento, do preço e do consumo de revistas no Reino Unido, intitulada “Boas notícias e más notícias nos lançamentos de revistas de 2020”. Nesta mencionam, resumidamente, que a indústria das revistas tem sofrido um declínio, e este acentuou-se ainda mais durante a pandemia COVID-19. Em

2020, o número de lançamentos de revistas desceu 60%, mas o negócio mantém-se ativo. Referem que tal como os discos de vinil, as notas, as moedas e os selos ainda são artigos relevantes, criando uma esperança para o futuro da indústria das revistas. Porém poderão ser de baixo volume e frequência, mas com alta qualidade e preços, podendo tornarem-se puramente objetos de nicho. Jim Bilton, o diretor administrativo da Wessenden Marketing, menciona que embora exista um desvanecimento dos formatos físicos, não existem muitas revistas exclusivamente digitais, visto que muitas ainda têm um formato físico a acompanhar, ajudando a perspectiva positiva acerca do seu futuro.

Um exemplo do quanto “o negócio mantém-se ativo” é o investimento na área do design editorial, por parte de certas empresas, com o lançamento de revistas para expandir e especialmente diversificar as suas marcas. Exemplo disso é a revista Woolly (Casper, 2017), Here (Away, 2017), Vehicle (Uber, 2018), Bumble Magazine (Bumble, 2019) e Airbnb Magazine (Airbnb, 2019) (figura 26) (Paper&Packaging).

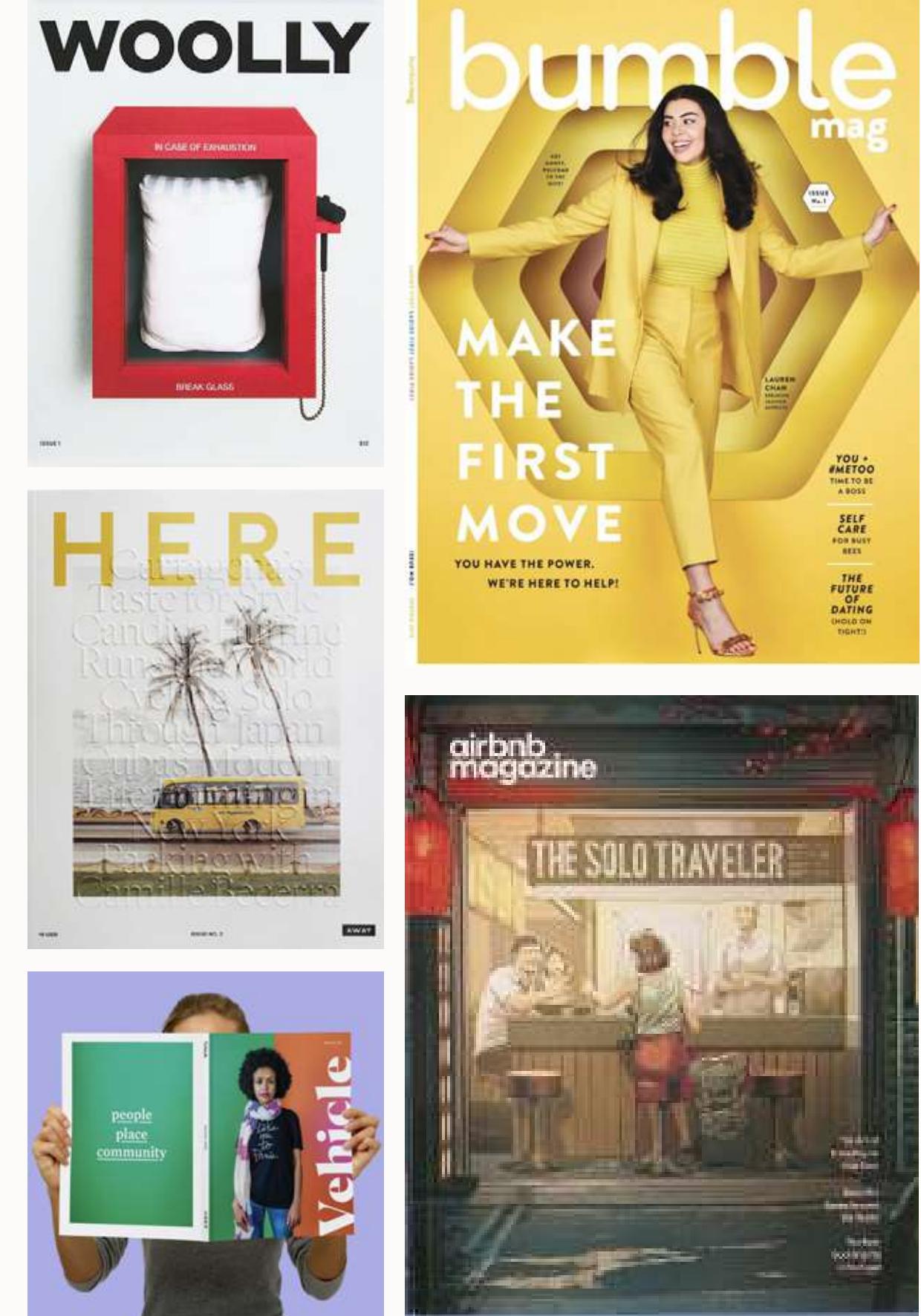


Figura 26. Capa de Woolly, Here Magazine, Vehicle, Bumble Magazine e Airbnb Magazine. Fonte: Casper, Here Magazine, Shannon Hovick, Bumble e Medium.

REFLEXÃO

REFLEXÃO

Perante a pesquisa e o estudo realizado acerca da área do design editorial, especificamente a sua história, as várias teorias, filosofias de trabalho de designers da área, exemplos e possibilidades do seu futuro, é possível refletir que realmente é um objeto considerável na história da impressão, que sim embora tenha um futuro adverso, tem um futuro.

As revistas, ao serem um meio de comunicação, irão ter sempre relevância numa sociedade, e dificilmente vão desvanecer por completo, mas o seu formato já é questionável e vai sofrer alterações, devido aos problemas ambientais, ao desinteresse do papel, à facilidade de acesso à informação online, entre algumas outras causas. Esta mudança deve ser encarada como positiva, no sentido em que pode expandir e diversificar a área do design editorial. A evolução e a mudança são conceitos que devem ser aplicados a praticamente tudo, visto que o mundo, a natureza e a população estão numa constante evolução e os objetos que co-habitam com estes não podem estagnar.

Podemos até pensar em possibilidades além do digital “tradicional” para as revistas e os restantes objetos de design editorial. Já que a transfiguração é certa, existem inúmeras possibilidades do que as revistas se podem realmente tornar, podem ser aplicações, projeções, hologramas e até utilizar realidade aumentada.

Outra possibilidade de formato, é o exemplo de uma revista híbrida da *AnOther Magazine*, intitulada *A View of the Future* (figura 27), que combina uma espécie de tablet, como capa, com papel no resto da revista. Esta possibilita uma maior interatividade, diversidade e até som. Esta experiência é pertinente para o meu estudo, visto que eu acredito que as revistas físicas poderão tornar-se objetos de coleção e muitas raras. Se este for o caso, podemos torná-las mais únicas e não produzi-las em massa, oferecendo uma evolução ao formato e uma melhor experiência aos utilizadores que vão continuar a preferir este formato e que apoiam o setor.

Na minha opinião, com uma propensão positiva e como já mencionado anteriormente, a revista como conceito e meio de comunicação dificilmente irá desaparecer, e por isto mesmo gostaria de explorar o seu destino, tanto a nível gráfico, visual, material e conceptual.

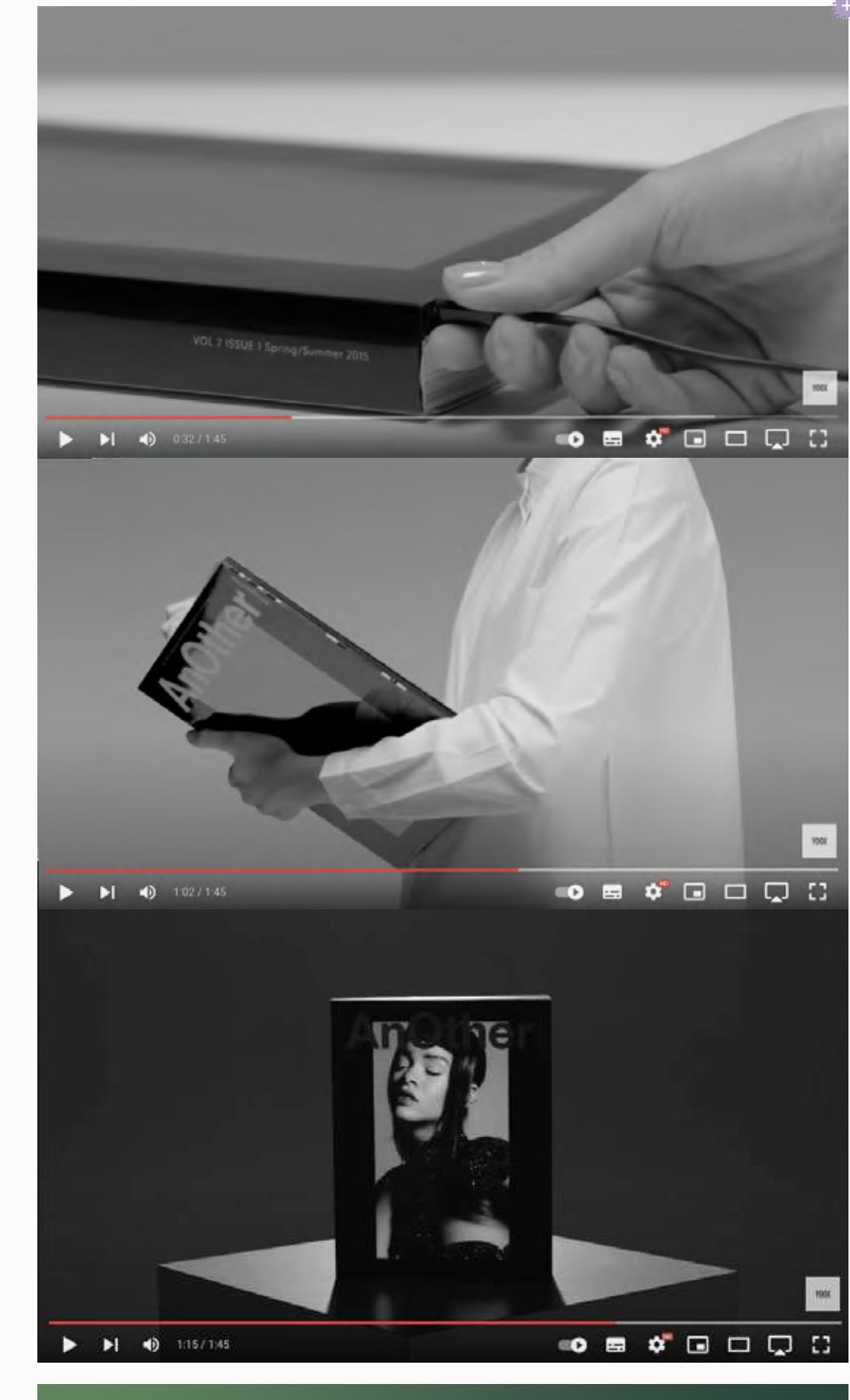


Figura 27. *A View of the Future*, *AnOther Magazine* (2015).
Fonte: Yoox, Youtube.

FASE 2

DEFINIÇÃO DE CONCEITOS

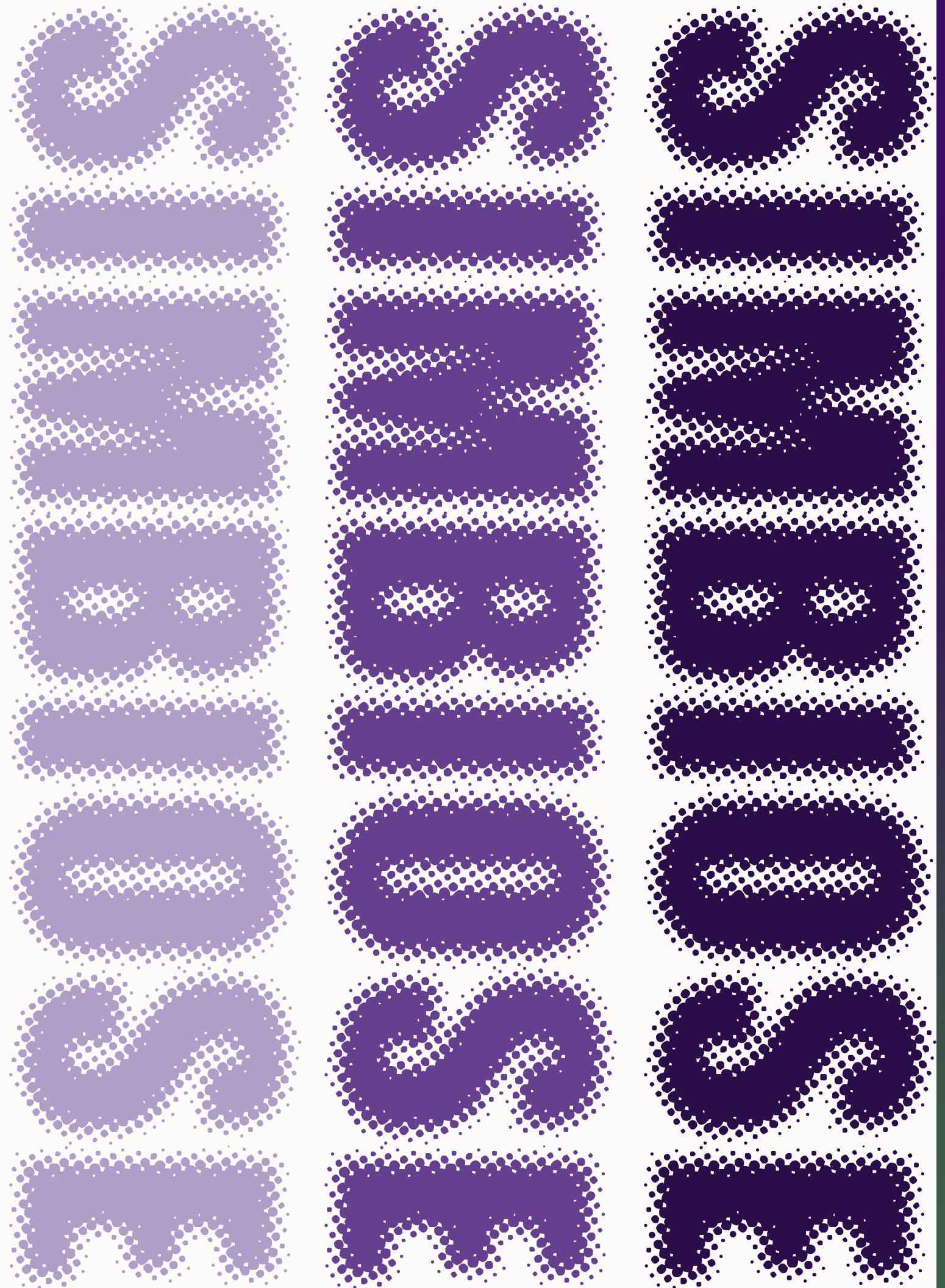
DEFINIÇÃO DE CONCEITOS

Tendo em conta o desenvolvimento anterior deste projeto, o meu maior objetivo é adquirir conhecimento da história e da disseminação do design editorial, mais especificamente das revistas, para ser possível refletir acerca do seu futuro, que ainda permanece enigmático. A grande pergunta que gostava de vir a solucionar com a minha pesquisa, conceitos e proposta, é **o que será das revistas físicas, mas também digitais, no futuro?** Este interesse surge da afeição pessoal com a área do design editorial e revistas, e pela triste evolução do seu impacto e utilização, visto que hoje em dia tudo é maioritariamente digital.

O conceito principal a desenvolver será uma simbiose entre o formato físico e o formato digital de uma revista. Adicionalmente, será desenvolvida uma pesquisa de como será possível aprimorar a experiência e a interação de ambos os formatos.

Os maiores componentes que gostaria de integrar no meu projeto são, sem dúvida, a interação e movimento, e também a experiência de utilizador com o objeto a desenvolver. Isto poderia ser alcançado através da evolução dos componentes materiais da revista impressa, de forma a reviver a sua importância e o seu uso, para não haver um foco exagerado no digital.

É importante mencionar que tenho que ter em conta que, quando abordo um tema relacionado a meios de comunicação, as prioridades deveriam ser a disseminação e o alcance do maior número de pessoas, a transmissão de notícias verídicas, pertinentes e bem exploradas e ter a consciência da gravidade da poluição, tanto física como digital, que os objetos desenvolvidos iriam causar.



EXPLORAÇÃO DO PROBLEMA

EXPLORAÇÃO DO PROBLEMA

A grande adversidade da minha temática é a incerteza do futuro formato das revistas, devido à digitalização, à sustentabilidade e ao desvanecimento do formato físico, em vez de uma hibridização. A ausência do consumo e da venda de revistas físicas é notório e devido a certas experiências, nem é absolutamente necessário análises estatísticas, para confirmar que os formatos em papel cada vez têm menos impacto na sociedade.

Talvez uma das grandes razões pela qual a indústria das revistas em papel está em declive, seja a imposição ou a “influência” de ser sustentável e não criar desperdício. Em vez de fazer uso do papel e passar por todo o processo de impressão de milhares de exemplares, que é poluente, aparenta ser mais sustentável passar pelo processo digital de publicação. **No entanto, a poluição digital existe, mas não é tão mencionada.** Contudo, a internet é o meio de comunicação mais poluído, no sentido de que, qualquer pessoa pode criar e publicar conteúdo. Existem milhões de websites, de imagens, de textos, entre outros, e se “literalmente” tudo na nossa vida passar a ser digital, este meio ficará completamente saturado de informação. Na indústria das revistas físicas, já não existe esta liberdade e é difícil para qualquer pessoa publicar uma revista. Claro que o pode tentar fazer, mas é difícil, demora muito tempo e requer muito investimento para uma revista ser publicada aos milhares de exemplares.

O conceito de utilidade também é essencial. Evidentemente, existem revistas com as mais variadas temáticas e isso é favorável. Porém, é importante haver um estudo de mercado e perguntar “**como é que a minha revista pode ser útil?**”, e “depois da leitura que utilidade tem este objeto?”. Se depois da compra e leitura da revista, o utilizador queira desprender-se do objeto, é essencial que as revistas passem a ser maioritariamente feitas de materiais sustentáveis, para posteriormente serem recicladas, desta forma podem não ser um agente tão prejudicial para o planeta.

Como mencionado anteriormente, **as revistas têm duas vantagens acima dos livros e dos jornais**, pelo facto de serem mais baratas, que certos livros, e por poderem escolher e aprofundar a informação que é publicada, ao contrário dos jornais, e deviam tomar partido disso. Deviam ser informativas e educativas, mas também não deixar de parte o que as tornou tão populares, o seu aspetto lúdico. Isto poderia ser alcançado através da criatividade da utilização de materiais diferentes, criando uma maior interatividade e ligação com o utilizador.

A falta de interesse em comprar e experienciar revistas físicas existe pelo facto dos formatos online serem mais imersivos e interativos, por serem menos poluentes, mais baratos e mais acessíveis e portáteis. No entanto, certos aspetos mencionados não são impossíveis de transpor para uma revista física, apenas são pouco explorados nas revistas populares e banais. **Atualmente, temos imensos recursos e capacidades para utilizar materiais e métodos de interação diferentes para qualquer revista.**

Por fim, o fator económico também pode ter um papel importante no declive das revistas impressas. Como é uma indústria em declínio, o processo de impressão torna-se mais caro, resultando na impressão de poucos exemplares. Uma simples revista, atualmente, é muito cara para o que consegue proporcionar ao utilizador, sabendo que muito conteúdo está disponível online, ou até a versão completa da revista está disponível online, por mais de metade do preço.

SUSTENTABILIDADE

HIBRIDIZAÇÃO, NÃO ELIMINAÇÃO

Devido à disseminação da internet e à facilidade ao acesso de qualquer tipo de conteúdo online, as empresas não vêm outra opção senão tornarem-se digitais ou então podem correr o risco de insucesso. Em muitos casos publicar as revistas online é mais barato e vantajoso do que imprimir milhares de exemplares (MoneyPop). Embora tenha mencionado anteriormente algumas empresas que investiram no ramo do design editorial, ao lançar revistas para diversificar o seu negócio, muitas fizeram precisamente o contrário.

Nota-se uma grande migração do físico para o digital, aproximadamente, a partir de 2014, e são notórias as marcas que seguem este tipo de pensamento, como o catálogo do IKEA que ao fim de 70 anos de publicações físicas chegou ao fim (figura 28), justificando que “os tempos estão a mudar”, e a empresa está focada em se tornar mais digital e acessível, ao arranjar novas formas de comunicar com os clientes (Jakob Holmström, 2020). É também o caso da revista *O, The Oprah Magazine*, que após 20 anos de impressões tomou a mesma decisão com justificações semelhantes (Tali Arbel, 2020).

A *Seventeen Magazine* e a *Teen Vogue*, ambas decidiram dar prioridade às publicações digitais e imprimir apenas as edições especiais. Tomaram esta decisão devido a experiências e também a análises estatísticas, especialmente da *Alliance for Audited Media*, que demonstra quedas nas vendas dos exemplares físicos. Desde aí, começaram a demonstrar uma maior preocupação com o digital e desistiram praticamente do papel. No entan-



Figura 28. Primeira e última capa do catálogo do IKEA. Fonte: Domestika.

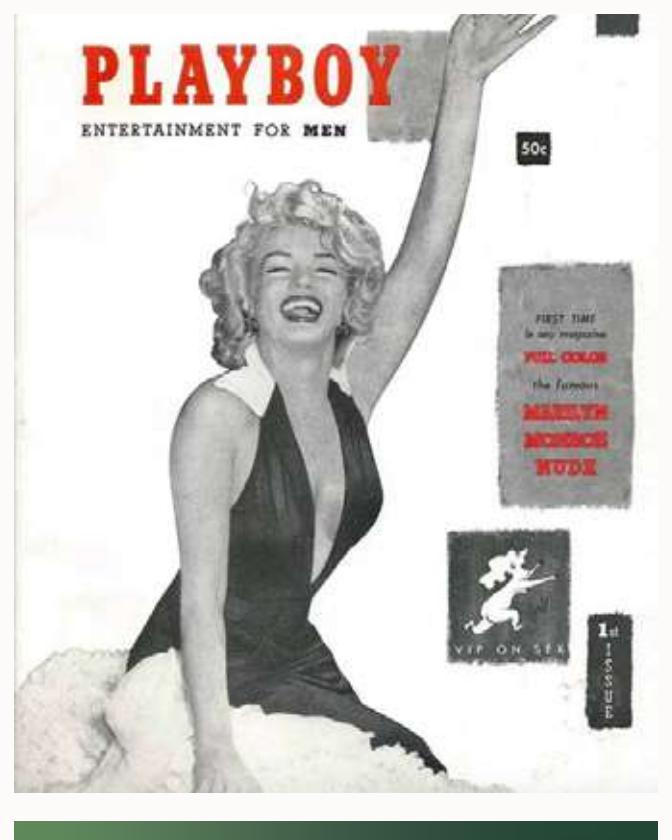


Figura 29. Primeira capa da Playboy. Fonte: Highsnobiety.

to, estas mudanças não são vistas inteiramente como negativas, visto que o seu principal grupo demográfico é composto por adolescentes e são estes que consomem mais tempo online, desta forma a revista consegue cativar os seus leitores ainda mais (Kayleigh Barber, 2018 e Elizabeth Oladoyin, 2018).

A revista *Playboy* (figura 29) é outra ocorrência que após 67 anos de publicações, anunciou o fim da revista impressa (Feleg Tesemao, 2020). O CEO, Ben Kohn, disse que os hábitos de consumo do público estão em transformação já há muito tempo, e que **as versões digitais conseguem chegar a milhões de pessoas, enquanto que os formatos físicos chegam apenas a uma fração de apreciadores**. (Ben Kohn, 2020). A *Playboy* é responsável por capas de revistas icónicas, como a capa da sua primeira edição que contou com a presença de Marilyn Monroe em 1953 (Feleg Tesemao, 2020).

Seis revistas, que pertencem à *Meredith Corp*, uma empresa norte-americana que aglomera várias marcas de revistas, terminaram as suas edições impressas e passaram a ser unicamente digitais. As revistas afetadas por esta mudança são *Entertainment Weekly*, *InStyle*, *Health*, *EatingWell* e *Parents*. Neil Vogel, o CEO da empresa, disse que “não é novidade que houve uma mudança no mundo da impressão e como resultado vamos mudar para um futuro apenas digital, o que nos ajudará a libertar todo o seu potencial” (Alex Weprin, 2022). Além de todos este exemplos em concreto, podemos mencionar a transição do físico para o digital nas seguintes revistas *SuperStreet*, *Marie Claire UK*, *Information Week*, *Ladie's Home Journal* (figura 30), *Automobile*, *Redbook*, *Self*, *Jet Magazine*, *Computerworld*, *Glamour*, *Brides Magazine*, *Cooking Light*, *Nylon*,

ESPN, entre outras mais, todas dando justificações para esta mudança semelhantes às outras marcas (MoneyPot).

Um grande problema que surge quando esta mudança ocorre numa empresa, é o número elevado de desempregados. Muitos postos de trabalho, numa empresa de revistas, são unicamente ligados à impressão, se esta componente termina, não existe nenhuma função a desempenhar por parte desses trabalhadores. Em alguns dos casos mencionados anteriormente, cerca de duzentos cargos foram perdidos numa só empresa.



Figura 30. Primeira edição *The Ladies' Home Journal* (1891). Fonte: StringFixer.

ESTUDOS EXPLORATÓRIOS

ESTUDOS EXPLORATÓRIOS

MINDMAP

Para dar início aos estudos exploratórios deste projeto, e para organizar ideias, criei um midmap (figura 31), com palavras importantes a ter em consideração ao desenvolver o trabalho. Usei as palavras “design editorial” como ponto de partida, e daí surgiram outras três palavras essenciais, como “físico”, “symbiose” e “digital”.

A partir destas fui acrescentando palavras que tinham alguma ligação, até ter várias ideias diferentes, visto que apontei aspectos positivos e negativos em cada uma. A maior parte das palavras foram acrescentadas por mim, no entanto recorri à ajuda de alguns colegas de turma para ter perspectivas diferentes. **Esta estrutura beneficiou-me ao organizar as ideias chaves**

e os pontos que tenho de ter em consideração quando ao focar-me no físico e no digital.

Além do mindmap principal, criei um a partir das palavras “revista semiótica” (figura 32), onde apontei os conceitos, os objetivos e as ideias principais que gostaria de incluir no objeto final.

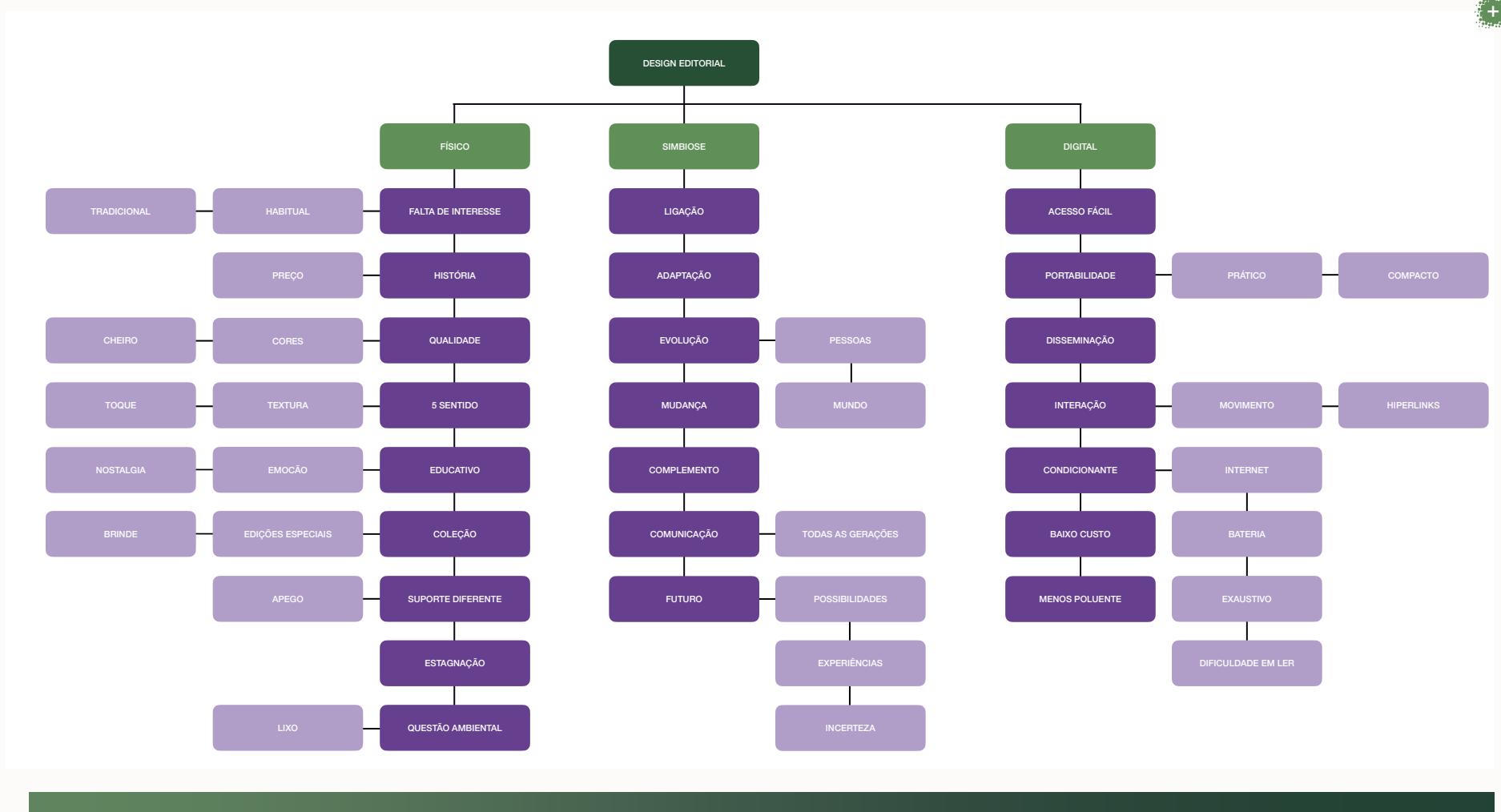


Figura 31. Mindmap primário.



Figura 32. Mindmap secundário.

MOODBOARD

Foi elaborado um moodboard (figura 33) para **reunir várias fotografias que serviram de inspiração para explorar visualmente e conceptualmente o projeto**. Várias destas imagens são de projetos editoriais finalizados que têm um ou dois pontos interessantes, e as várias outras imagens são de materiais ou de objetos que poderiam ser incluídos no objeto a desenvolver.

Neste moodboard estão presentes exemplos tanto para o formato físico, como para o formato digital. Para o físico procurei mais exemplos de como poderia incluir movimento e que tipos de materiais poderiam ser utilizados. Com isto também reuni projetos editoriais finalizados criativos, na minha opinião. Já para os formatos digitais procurei algumas revistas online, mas não gostei da sua disposição e layout, porque se assemelham imenso a um website banal, daí ter selecionado formatos digitais que continuam a utilizar inspiração visual e valores dos exemplares físicos.

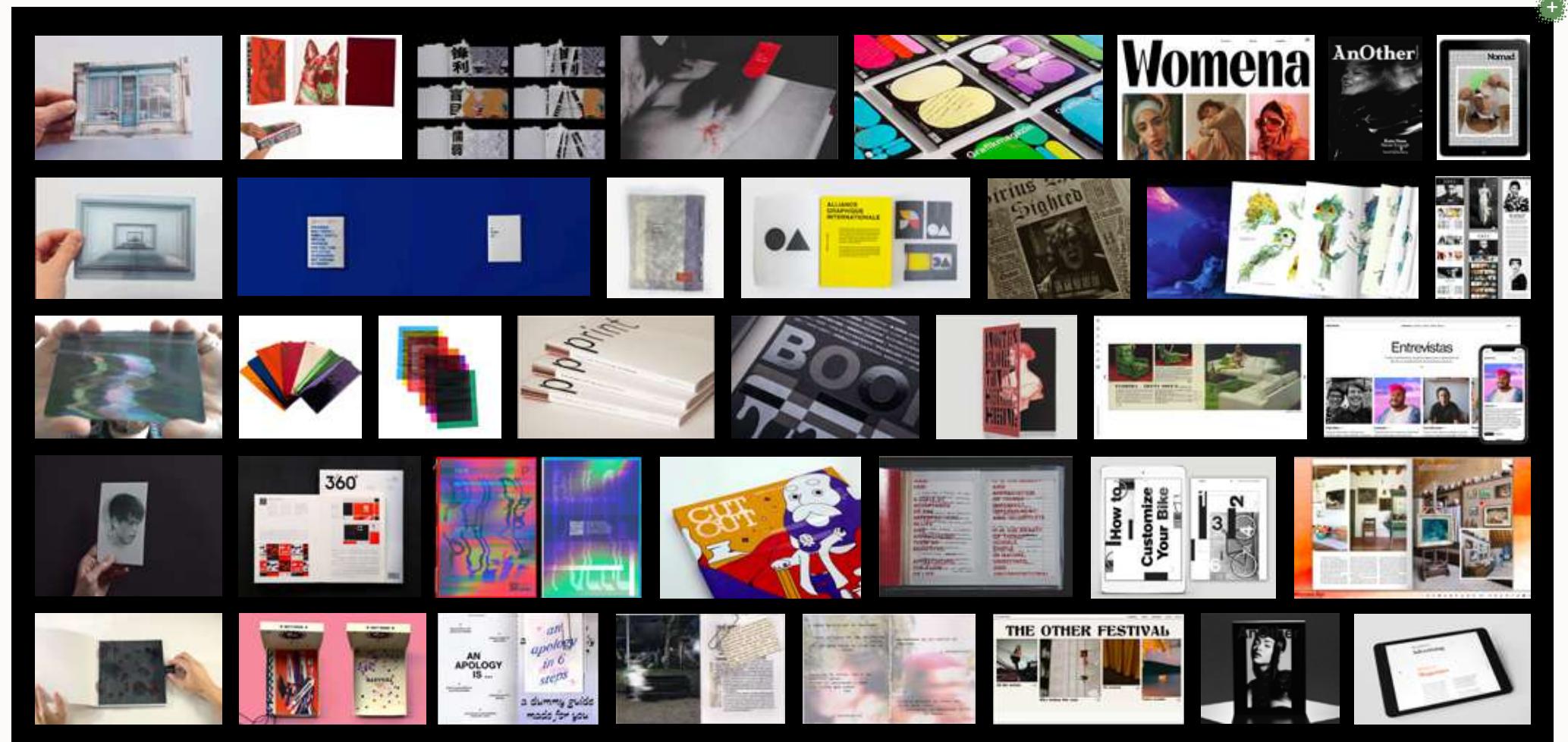


Figura 33. Moodboard principal.

INSPIRAÇÕES DIVERSAS

Ao longo do desenvolvimento deste projeto, **fui encontrando outros projetos e exemplos que gostei e me poderiam servir de inspiração**. Para não aumentar ou mexer com o moodboard, pois gostei das inspirações que utilizei para o construir, reuni vários exemplos separadamente.

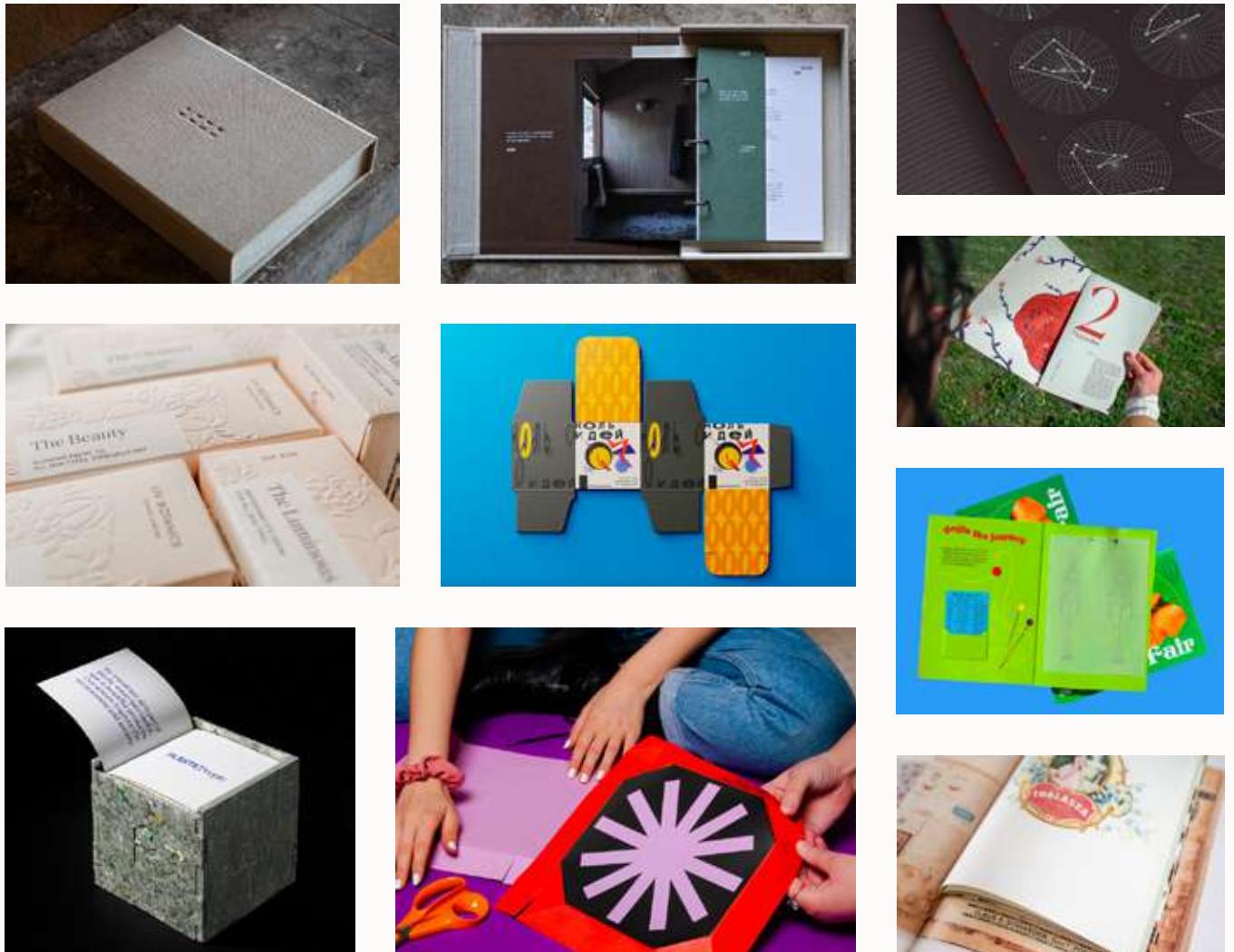


Figura 34. Segundo moodboard com inspirações de formatos físicos. Fonte: Behance.

A maior parte das imagens presentes encontrei no *Behance*, e muitos projetos não são necessariamente de design editorial. Porém, têm alguns componentes interessantes que podem ajudar no desenvolvimento do objeto final, como capas, texturas diferentes, argolas, linhas de costura, relevos, posters, recorte e dobra, entre outros (figura 34).

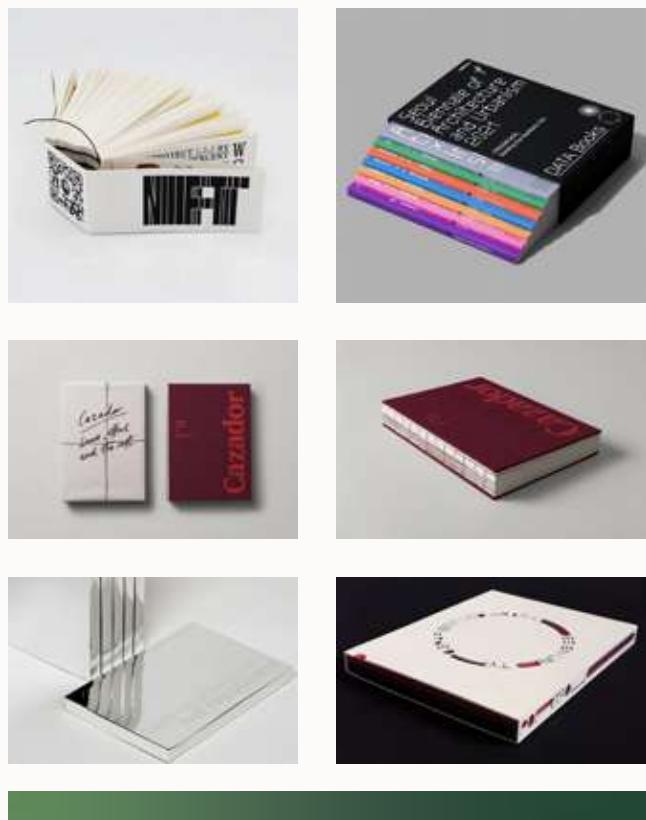


Figura 35. Terceiro moodboard com inspirações de formatos físicos. Fonte: Instagram.

As inspirações laterais encontrei numa página do *Instagram* chamada *Graphica.Ai* que publica projetos de design diariamente. Entre vários projetos de design, encontrei alguns de design editorial que gostei bastante. **Destaquei estes exemplos porque cada um tem algo diferente das publicações comuns**, como o formato, os materiais, capas, recortes, entre outros (figura 35).

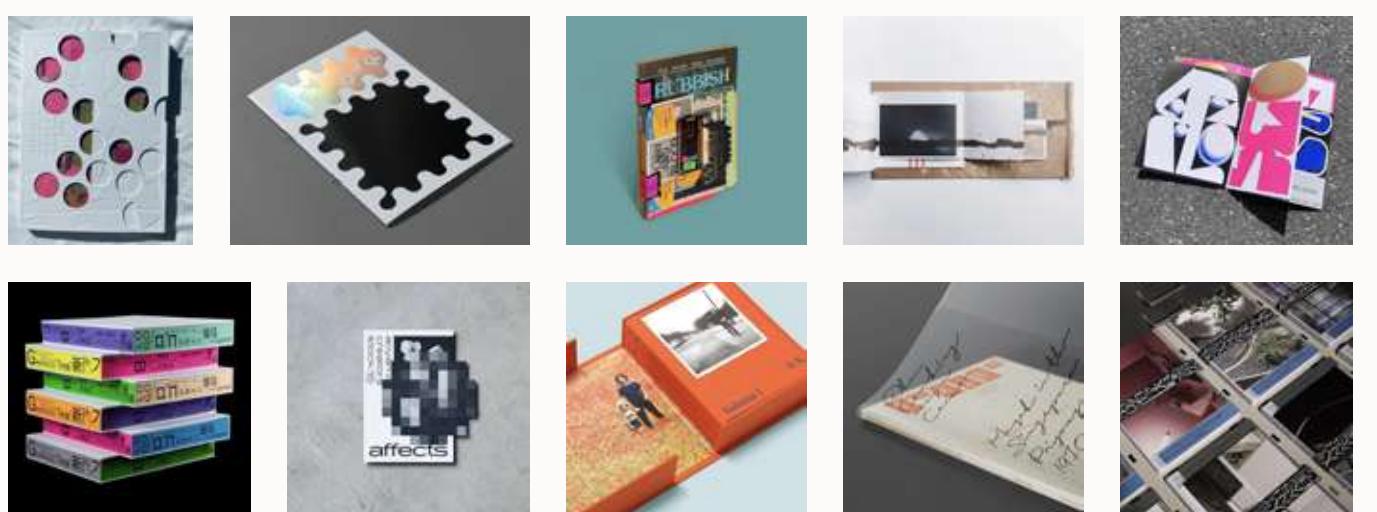


Figura 36. Quarto moodboard com inspirações de formatos físicos. Fonte: Instagram.

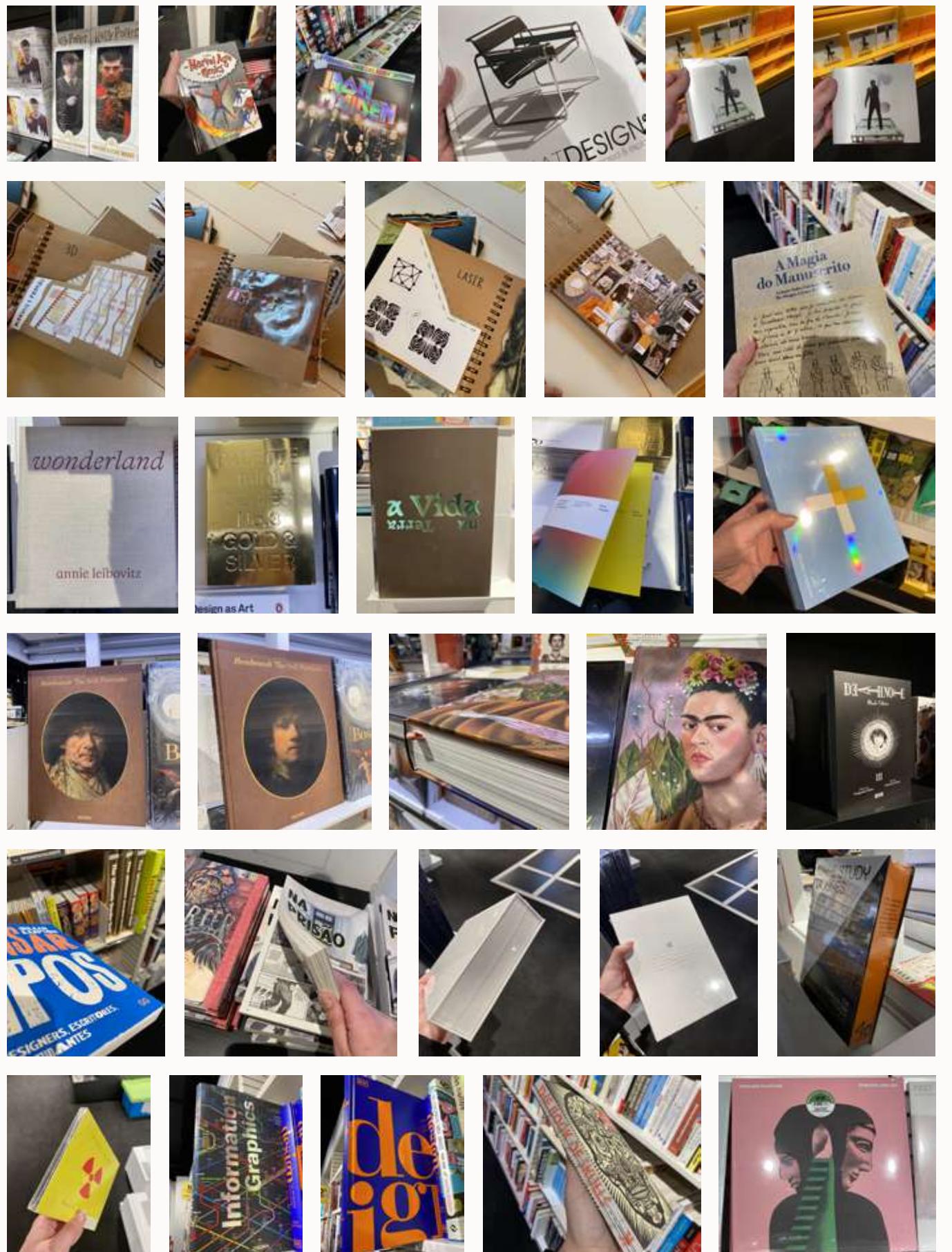


Figura 37. Quinto moodboard com inspirações de formatos físicos.

Para obter outro tipo de inspirações, sem ser tudo à base digital, tratei de investigar livros, cadernos, revistas e outro tipo de objetos para poder ter outras perspectivas diferentes (figura 37). **Esta investigação foi enriquecedora ao poder tocar nos livros e revistas e sentir o peso, a textura e os materiais de cada um.** Tudo isto, deu-me imensa inspiração para o futuro do projeto.

Gostei particularmente das texturas nos objetos, maioritariamente nas capas, sente-se a diferença de um livro que tenha relevos e outro que não tenha. O uso de material lenticulares, no livro da Taschen, *Rembrandt The Self Portraits*, ou o álbum *So Happy It Hurts*, de Bryan Adams, foram excepcionais, visto que já era um grande objetivo meu poder utilizar este componente. Apreciei a utilização da cor e de texto no corte dianteiro do livro da Taschen, *Case Study Houses*, esta utilização de cor foi sempre algo que admirei no mangá *Death Note*, por ter o corte dianteiro em preto.



Figura 38. Loja Under The Cover. Fonte: Magg.



Figura 39. Loja Photo Book Corner. Fonte: Photo Book Corner.

Durantes a investigação e as visitas adquiri duas revistas novas que, além do preço, chamaram-me à atenção pelo facto de conterem duas revistas e a integração é feita de maneira diferente. Achei que ao adquirir estas novas revistas me iria ajudar no desenvolvimento da revista final, porque ao poder experienciá-las sei a diferença que a capa, o tipo de papel, a organização, entre outros, fazem.

As revistas que comprei foram a *Soul 22 Spring/Summer 2022* e a *Port 29 Autumn/Winter 2021*. A revista *Soul*

é uma revista portuguesa que surgiu há dez anos e publica duas edições impressas por ano (*Soul*), dito isto o seu formato digital é o primário. Esta é uma boa revista em termos de material, e em termos fotográficos, e tem o detalhe de conter outra revista mais pequena. A revista *Port* teve origem em 2011, e tem também apenas duas publicações impressas por ano, de resto é tudo digital (*Port*). Gostei desta revista pelo seu volume, pelo material utilizado nas folhas e pela adição de outra revista no interior, com um elástico (figura 40).

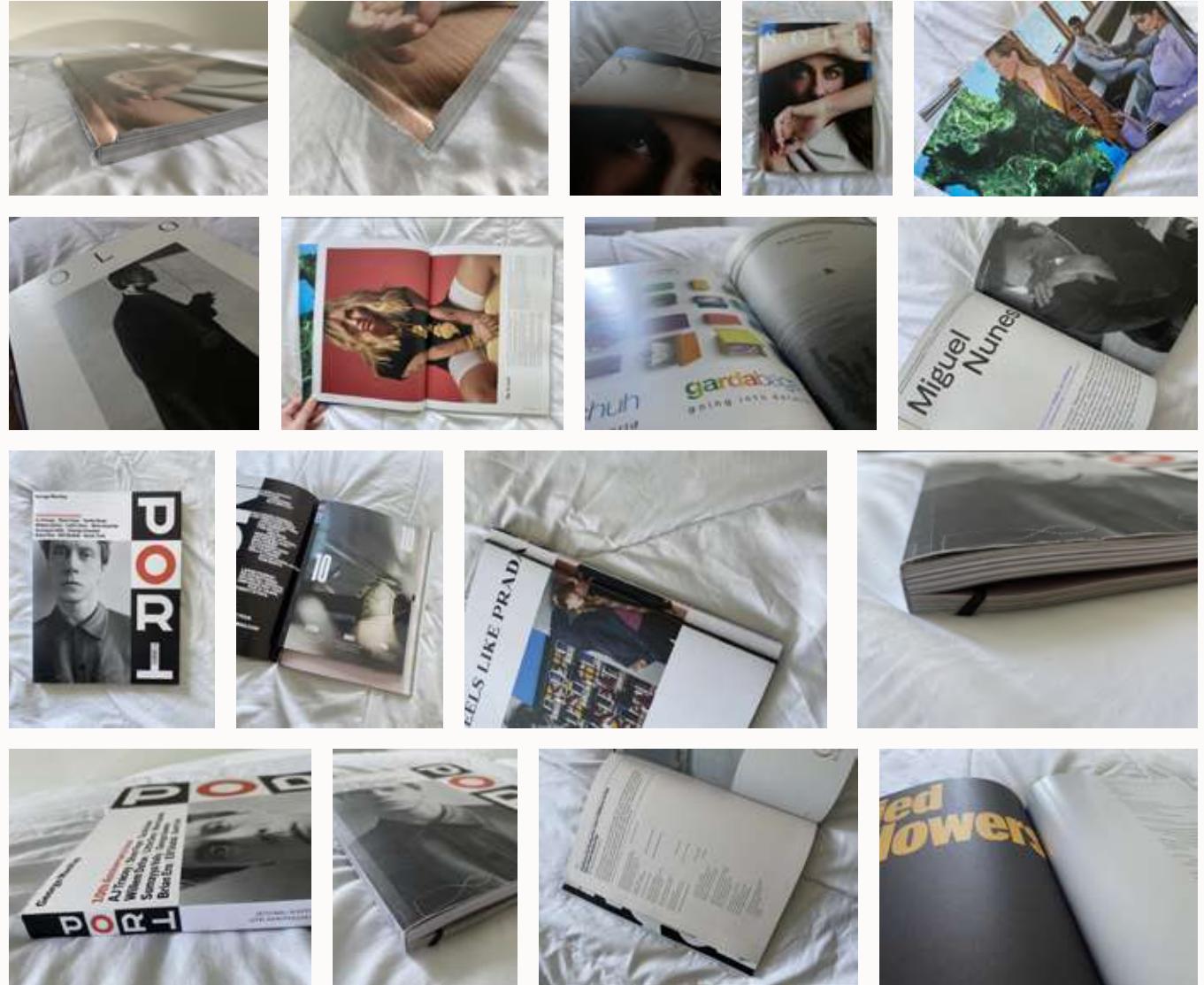


Figura 40. Sexto moodboard de revistas adquiridas.

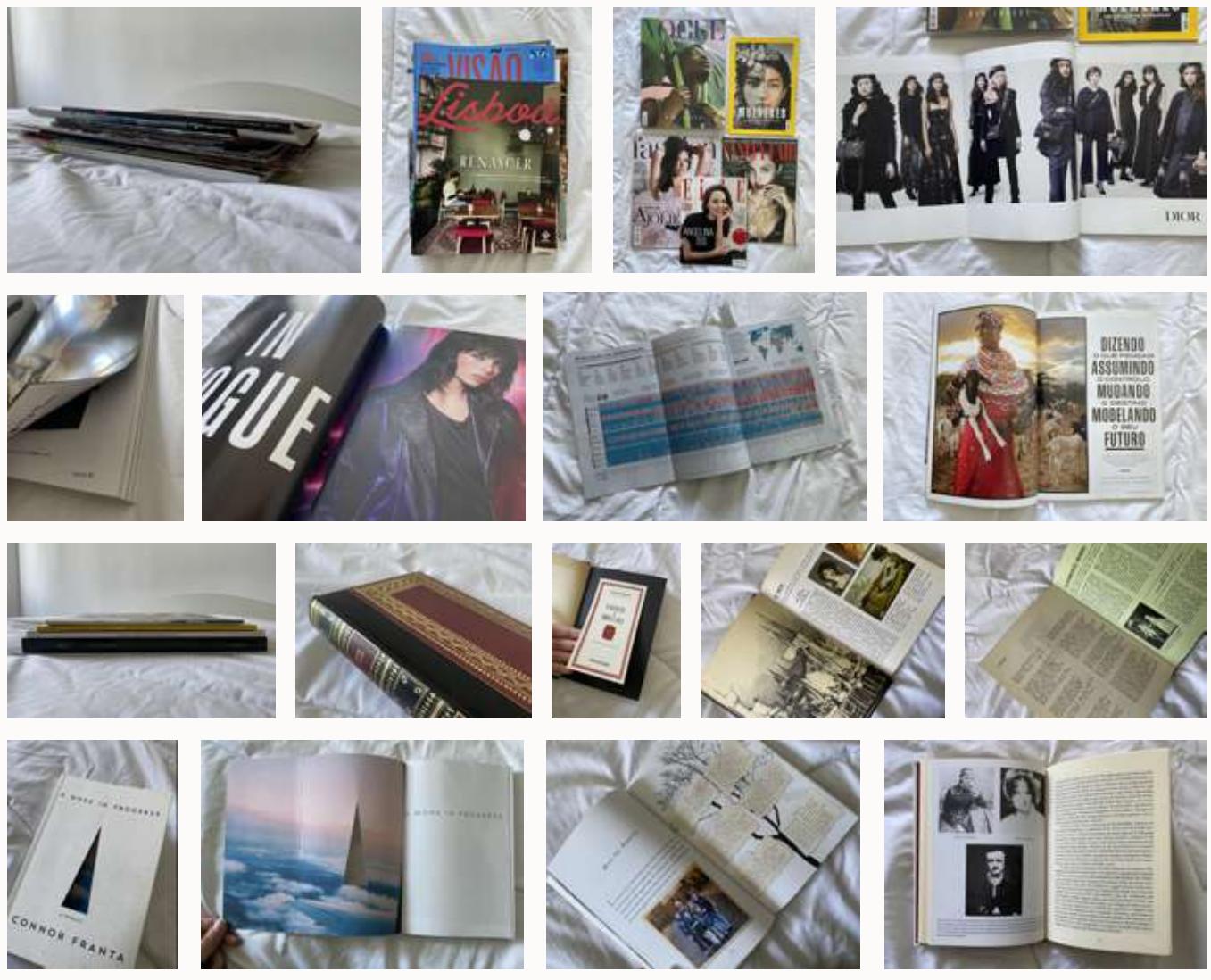


Figura 41. Sétimo moodboard de restantes revistas e livros.

Além das duas novas revistas que comprei, tinha outras em casa e, também alguns livros pertinentes. Achei curioso folhear pelas revistas e livros e ver o que podia apontar de interessante, para o projeto, como o formato, o peso, o tipo de papel, as dobras e recortes (figura 41).

Apesar de não existir em abundância, e quando há não é disseminado, a interação em formatos físicos existe. Para investigar, a interação e experiência de utilizador ao usufruir de uma revista, pensei em incorporar materiais diferentes e maneiras de fazer o utilizador interagir mais com a revista, e procurei alguns exemplos.

Motion Silhouette é um livro pop-up feito à mão por Megumi Kajiwara e Tathuhiko Nijima, que provoca a interação ao ter formas recortadas, que com a ajuda de uma fonte de luz projeta uma silhueta. O objetivo é mover a luz para, consequentemente movimentar a silhueta (figura 42) (Olivia dela Rosa, 2014).



Figura 42. Livro *Motion Silhouette*.
Fonte: *PrintingDeals*.



Figura 43. *Sappi The Standard Volume 5*. Fonte: *Under Consideration*.

A empresa de energia israelita *Shikun e Binui* publicou um anúncio para promover meios mais sustentáveis e passar a mensagem da energia verde. A publicação é uma página com ilustrações a preto e branco, porém quando é exposta à luz do sol, as cores aparecem (figura 44) (Jami Oetting, 2020).



Figura 44. Publicação de *Shikun e Binui*.
Fonte: *Ads of the World*.

A *Sappi* publica apenas uma revista por ano, e cada uma têm um processo de impressão específico. Para *The Standard Volume 5*, apresentaram vários efeitos especiais de impressão e inovações. Na revista encontram-se revestimentos UV, termografia, relevo, debossing, folhas holográficas, lenticulares, entre muitos outros materiais e efeitos (figura 43) (Olivia dela Rosa, 2014).



Figura 45. Publicação da *Lexus*. Fonte: *HubSpot*.

Em 2013, a *Lexus* lançou um anúncio que incentivava o utilizador a interagir com a revista ao colocar um *iPad* debaixo do anúncio impresso e assistir a um vídeo do carro no anúncio, em diferentes cenários com diferentes músicas (figura 45) (Jami Oetting, 2020).



Um exemplo de um anúncio interativo, é um anúncio impresso da Peugeot para publicitar as novas medidas de segurança. Esta publicidade incentiva o utilizador a atingir o centro da página e quando isto acontece um mini-airbag inflaciona (figura 46) (Olivia dela Rosa, 2014).



Figura 46. Publicação de Peugeot. Fonte: *Printing Deals*.

O exemplo do anúncio da Glacial, inspirou-me no aspetto que mencionei da utilidade da revista. Este papel foi feito com partículas de sal, que mergulhado em água, enrolado à volta da garrafa e colocado no congelador, ajuda a refrescar a cerveja (figura 47) (Jami Oetting, 2020).



Figura 47. Publicação da Glacial. Fonte: *HubSpot* e *Ifitshipitshere*.

A Nivea, para promover os seus produtos de proteção solar, criou um anúncio impresso que incluía uma pulseira, com o objetivo de colocar no pulso das crianças para os pais saberem sempre onde andam pela praia. Era possível localizá-los através de uma aplicação que se conectava com a pulseira (Jami Oetting, 2020). Além deste anúncio, lançaram outro que continha um painel solar que permitia carregar o telemóvel (figura 48) (Olivia dela Rosa, 2014).



Figura 48. Publicações de Nivea. Fonte: *Pinterest* e *Felipe Cirino*.

A revista Esquire, em 2008, publicou uma edição inédita ao incluir tinta eletrónica (*e-ink*) na capa de uma edição especial. Esta publicação é notável por ser realmente das primeiras a considerar uma evolução da revista impressa e uma simbiose com a tecnologia (figura 49) (Olivia dela Rosa, 2014).



Figura 49. Publicação de Esquire. Fonte: *Printing Deals*.

Para as inspirações digitais, o processo e os resultados de pesquisa foram mais difíceis de adquirir. Como mencionei anteriormente, na construção do moodboard, tive dificuldades em encontrar inspirações digitais pois não gostava da estética e layout do formato.

Acho até um pouco irónico, o facto de várias empresas e marcas se focarem principalmente no digital, e este é o formato principal, porém aparenta ser o menos desenvolvido ou criativo. Para observar como era o formato digital de algumas revistas procurei online, e apercebi-me que o layout entre eles são semelhantes e banais.

Decidi encontrar outro tipo de websites, sem ser e revistas mais famosas e, recorri a um webiste chamado *Boutique Mag* e *Under The Cover*, que vendem inúmeras revistas físicas diferentes, e naveguei pelos websites dessas revistas para descobrir como era a sua versão digital. Acabei por encontrar vários exemplos que gostei, e bastante criativos e diferentes (figura 50). Gostei particularmente de um website que demonstra os artigos com fotografias das revistas impressas, como mockups, em vez de fotografias “normais”, e desta forma senti que havia uma maior ligação com a versão física.

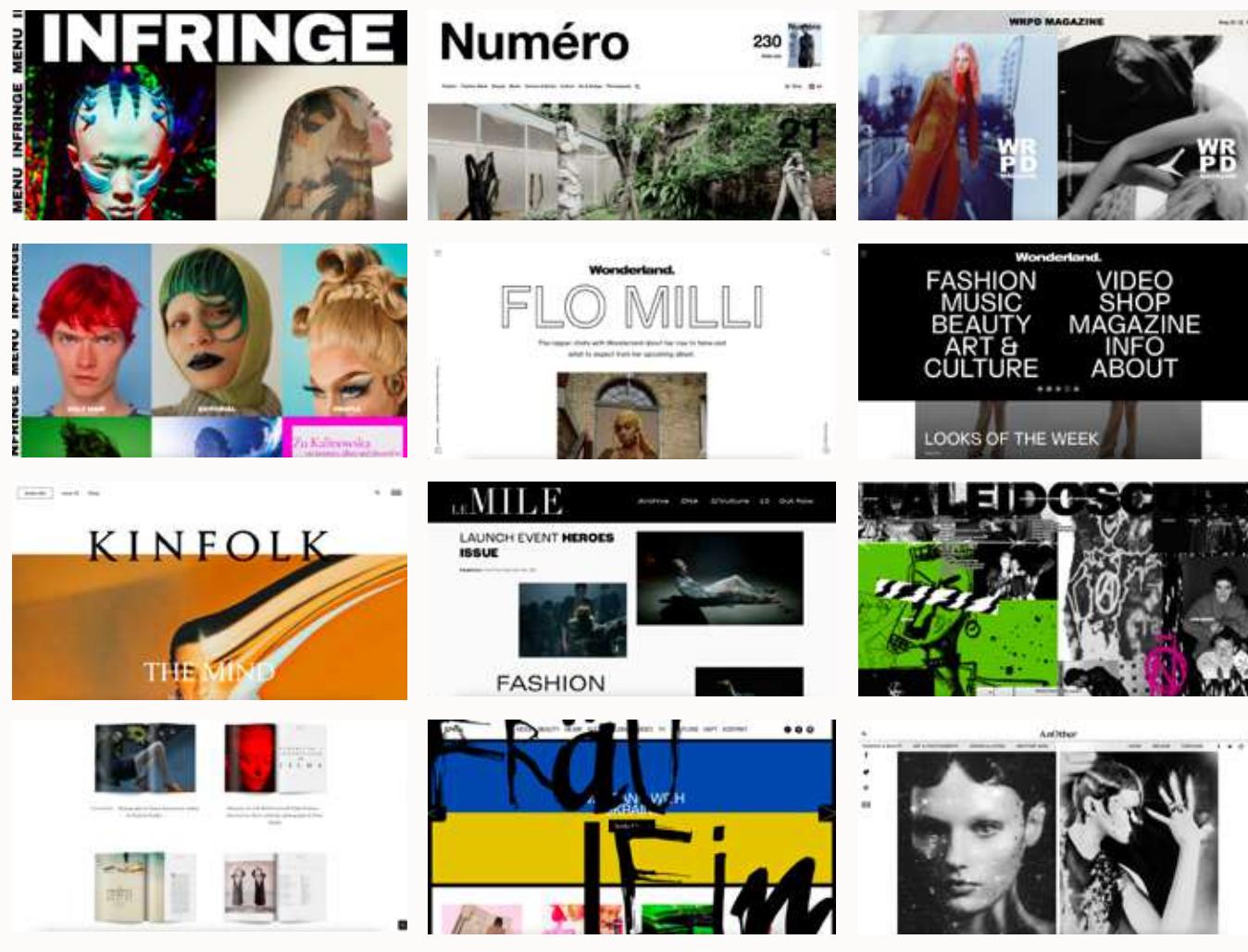


Figura 50. Moodboard com inspirações digitais.

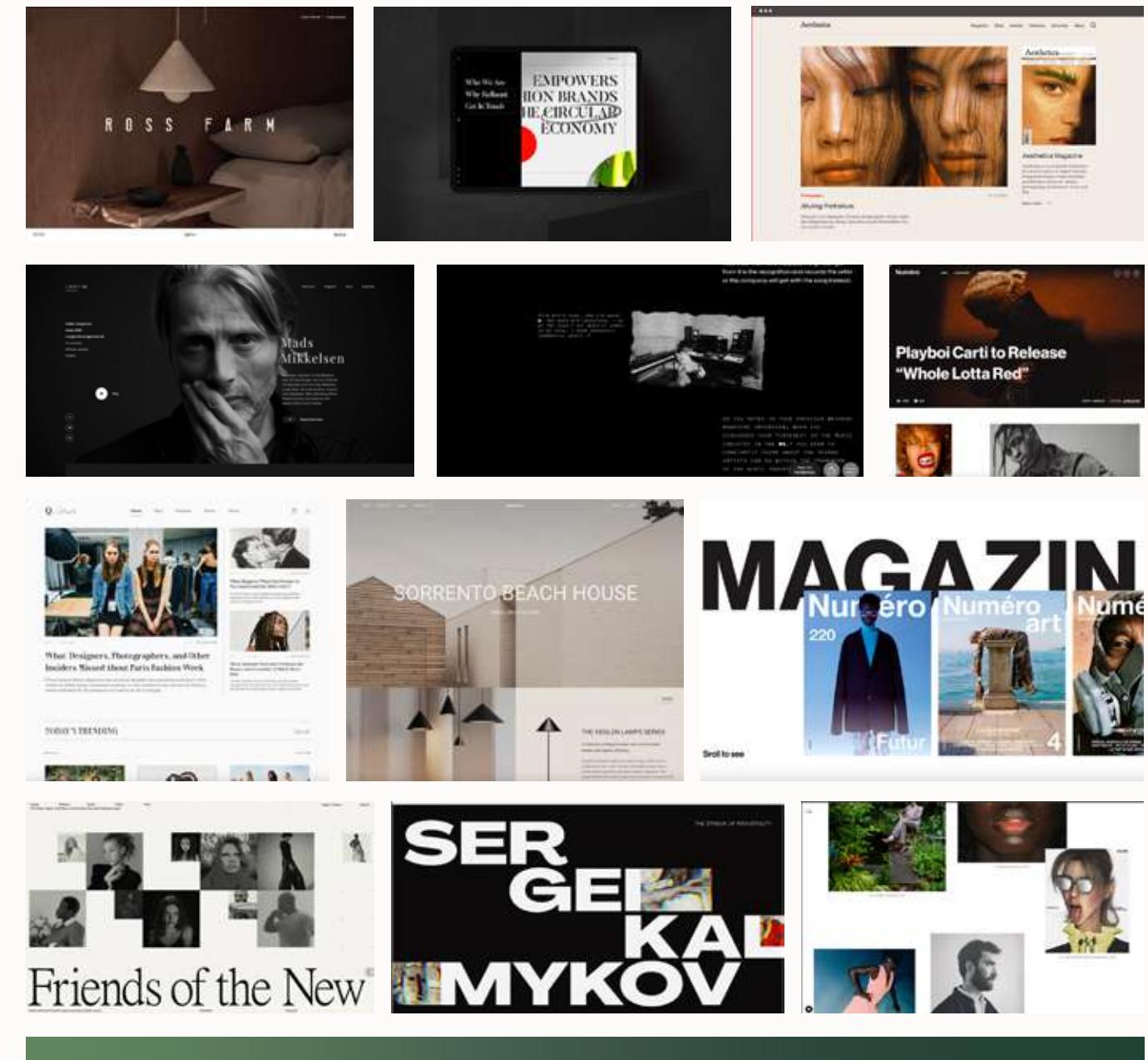


Figura 51. Segundo moodboard com inspirações digitais. Fonte: Behance.

Para adquirir mais inspirações digitais, afastei-me de websites de revistas em geral, e procurei inspirações digitais variadas no *Behance*. Estes foram os exemplos que eu mais gostei pelo facto de não seguirem o layout quase padronizado de website (figura 51).

DEFINIÇÃO DOS OBJECTOS A DESENVOLVER

DEFINIÇÃO DOS OBJETOS A DESENVOLVER

Tendo em conta a temática e o que foi desenvolvido até este ponto, penso que seja claro que o objeto que tenciono em desenvolver é a uma revista simbiótica com um formato físico e digital, de modo a recuperar o físico e evoluir o digital. Ainda permanecem algumas dúvidas em relação ao equilíbrio dos formatos, como por exemplo, se a versão física será a principal e a versão digital um complemento; se a versão digital será a principal e só será impressa para ocasiões especiais; ou se ambas terão a mesma importância. Demonstro o exemplo da revista *AnOther Magazine*, que tem um formato físico e um formato digital, e adicionalmente criou um formato simbiótico ao unir a revista física com elementos tecnológicos, e essencialmente é esse objeto que tenciono criar (figura 52).

Como um dos meus conceitos é aumentar a interação e os materiais da revista física, um componente que tenho que ter em atenção é o preço. Se cada vez mais existe um desinteresse perante os exemplos físicos, se o preço for muito elevado, só irá aumentar este factor. A interatividade e a experiência de utilizador, se bem como a utilização dos materiais, será inspirada muito nos exemplos anteriormente demonstrados no moodboard e exemplos práticos interativos físicos. Como em princípio, será um objeto raro de coleção ou de edição especial gostaria de incluir a componente de uma capa protetora inspirada, por exemplo, no livro *Made You Look*, ilustrado por Stefan Sagmeister, que ao retirar a capa cria uma certa animação. Gosto desta capa em

concreto porque esta não serve só como capa, mas provoca uma certa animação com a imagem. Queria incluir gramagens e tamanho de páginas diferentes, tal como recortes. Seria interessante incluir objetos na revista que fossem removíveis e/ou que obrigasse o utilizador a mexer, levantar, desviar esses objetos para experienciar totalmente a revista. Dos materiais que mais gostei durante a pesquisa foram as lenticulares, papel vegetal e papel reciclável, pela textura e leveza. Algo que gostava de integrar na revista física seria uma componente visual na lombada da revista, e também na lombada da capa, para que quando se juntassem, completassem totalmente essa componente.

Gostaria de incluir elementos que envolvessem a realidade aumentada, como mencionado anteriormente, do género de fazer *scan* a uma imagem na revista física e visualizar a imagem a mexer ou, ser até um vídeo. Gostei, também, bastante das inspirações dos anúncios, em particular da *Sappi*, da *Lexus*, da *Glacial* e da *Esquire*. Todos estes inspiraram-me e ajudaram-me a resolver questões que tinha de interatividade, utilidade e hibridização. A tinta condutora, ou e-ink, também é uma possibilidade a incluir na revista, visto que este tipo de tinta contém partículas de prata ou carbono, que são responsáveis transmitir electricidade (Atria Innovation, 2020). Este foi o tipo de tecnologia utilizado no exemplo da revista *Esquire*, e também no poster impresso da *Novalia* em colaboração com *Gray London*, denominado *The Sound of Taste* para a *Schwartz Spices*. Este poster utiliza tinta condutora que estimula vári-

os sentidos, incluindo a audição pois é possível emparelhar o poster a um smartphone através do *Bluettooth*, e o poster torna-se um instrumento musical interativo (Olivia dela Rosa, 2014).

A periodicidade de cada formato seria diferente, na medida em que o formato digital deveria ser mais regular e o físico menos regular. No entanto, sempre que fosse publicado um formato físico, este não poderia acontecer sem o digital, e o digital não poderia viver sem o físico. Resumidamente, o conteúdo estaria espalhado nos dois meios, e o utilizador tinha que interagir com ambos para usufruir da experiência completa. Um exemplo desta experiência é o puzzle e o baralho de cartas de Neil Patrick Harris. Este lançou um puzzle que só poderia ser desvendado com a ajuda do baralho de cartas e do website adjacente (figura 53).

O conteúdo que irá estar presente na revista serão artigos ligados à área do design. Penso que esta revista deveria estar na categoria de arte/design, sem qualquer associação a género, por isso os artigos devem ser neutros, pertinentes e variados.

Penso que desta forma, ao manter os dois formatos, ao criar uma distinta separação mas interligá-los, a vertente do design editorial, as revistas, poderão florescer e voltar a ser um objeto regular e importante para a sociedade.

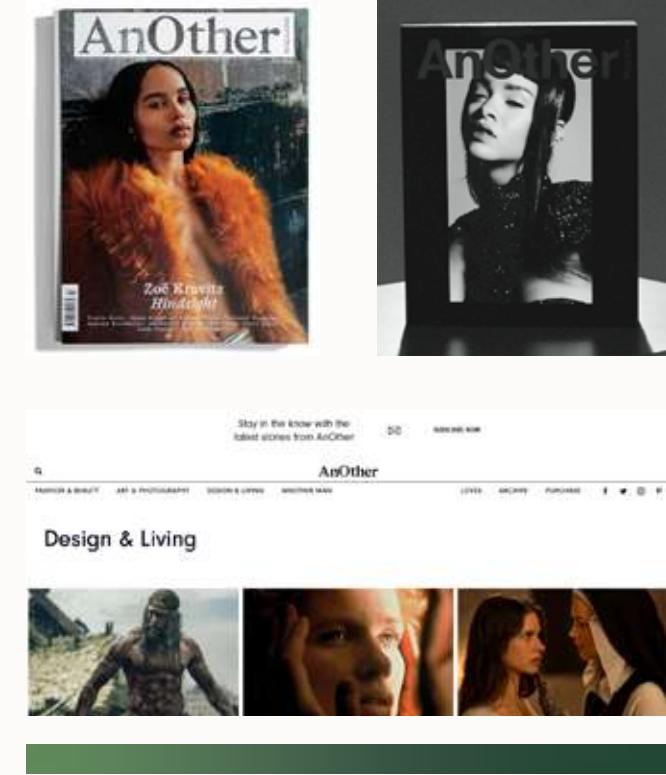


Figura 52. Exemplo do formato físico, híbrido e digital da revista *AnOther Magazine*. Fonte: *DoYouReadMe?*, *Stylus* e *AnOtherMag*.



Figura 53. Baralho de cartas e puzzle. Fonte: Twitter e Youtube.

FASE 3

ESTRUTURAS

ESTRUTURAS

Tendo em conta o que defini para desenvolver o objeto de design final, re-avalei e experimentei várias tentativas nesta próxima fase. O primeiro passo foi pensar realmente de como iria estruturar toda a organização, conteúdo e componentes da revista. Tratei de procurar que tipo de conteúdo é que a revista iria conter, visto que tinha a ideia de desenvolver uma revista de design e de fotografia, foram esses os artigos que mais tentei procurar. Isto foi um passo relativamente difícil, porque não estava a encontrar artigos que gostava, e quando gostava, não conseguia fazer a relação entre o formato físico e digital.

De seguida, procurei investigar como é que outras revistas, principalmente as que adquiri e investiguei, organizavam o seu conteúdo, para poder obter uma noção da organização, e optei por organizar a minha revista da seguinte forma. Irá começar com a capa, que terá apenas uma versão (sendo que há revistas que disponibilizam várias capas para a mesma edição) e gostaria de incluir uma revista adicional, mais pequena, que tivesse outro artigo com várias fotografias; a ficha técnica, que irá conter toda a informação essencial acerca do desenvolvimento da revista; a página dos conteúdos que irão estar presentes, seguido da nota editorial, escrita por mim e, por fim, todos os artigos selecionados e uma página final.

É importante mencionar que a revista física irá conter algumas informações que a versão digital não irá ter, e vice-versa, de forma a incentivar o utilizador a usufruir de ambos. No sentido em que, certos artigos iriam começar num certo formato e vão acabar no outro, porque até o próprio artigo fala de ambos os formatos, como irei desenvolver posteriormente. Para os utilizadores conseguirem usufruir de ambos os formatos, irei fornecer um ícone, como QR Code, para a revista online, e outro tipo de informações podem ver vistas no computador, ou então poderão utilizar o telemóvel para visualizar certas interações com realidade aumentada.

A revista será feita maioritariamente em papel reciclado, mas as páginas que contêm uma ligação ao formato digital vão ter outro tipo de material, uma espécie de papel com brilho. Desta forma é mais fácil de distinguir e de informar os utilizadores que têm de utilizar o outro formato. A revista irá ter espaços para desenhar e riscar, um poster e um livro.

A revista física irá ter uma periodicidade trimestral, porém a revista digital terá novos conteúdos com mais frequência.

CONTEÚDO

Como mencionado anteriormente, esta revista que tenciono desenvolver irá conter conteúdos de design e de fotografia, ambas são áreas que aprecio e que podem funcionar bem juntas. Para esta edição pensei em procurar artigos que enaltecem designers ou fotógrafos estrangeiros, sendo o grande tema desta edição, uma diversidade cultural. Além desta temática procurei incluir artigos que possam ser transformados em atividades, uma espécie de artigos mais lúdicos, porque afinal de contas foi este aspecto que diferiu e destacou as revistas dos jornais e livros.

Irei incluir um artigo de opinião da editora, ou um editorial, que irá conter uma introdução à revista e explicar a grande temática, da diversidade cultural, ou o trabalho de designers e fotógrafos estrangeiros, e o porque de este tema ser relevante.

Relativamente aos artigos que selecionei, o primeiro artigo encontrei-o num website chamado *JustCreative*, e este fala sobre o processo de criar a nossa própria tipografia. Achei este artigo interessante pelo facto de dar a oportunidade ao utilizador de usufruir da própria revista para esboçar as suas tipografias, e quando for altura de passar para o computador, o utilizador pode continuar o resto do artigo no formato digital.

O próximo artigo, é da revista online *Kinfolk*, e fala sobre design/arquitetura, ao apresentar uma curta entrevista a dois designers da Palestina.

O terceiro artigo, do website *My Modern Met*, já será mais direcionado para a fotografia, onde é apresentado uma entrevista com um fotógrafo italiano que já fotografou vários países. A ideia ao utilizar este artigo seria fornecer um mapa do mundo, em grande escala, com o material das raspaldinhas e incentivar o utilizador a riscar cada país que já visitou.

O quarto artigo, e o último artigo na revista “principal”, também será de fotografia. Selecionei uma coletânea de fotografias de um website intitulado *Infringe*, um website/revista dedicada a cabeleireiros/barbeiros ou pessoas que se interessam pela área. Este tem um estilo muito próprio e criativo, não só a nível dos penteados, mas em termos fotográficos, daí ter selecionado um dos vários artigos e integrá-lo na revista.

O último artigo será demonstrado na revista mais pequena adjacente, e apresenta o trabalho do fotógrafo britânico Campbell Addy. Este artigo está presente na revista *AnotherMag*.

ESBOÇOS E WIREFRAMES

- FORMATO FÍSICO

Após ter vários aspectos definidos, especialmente o conteúdo, avancei para a fase de esboços. Demonstro aqui alguns dos desenhos e ideias iniciais que tive para desenvolver visualmente a revista, como também algumas ideias chave.

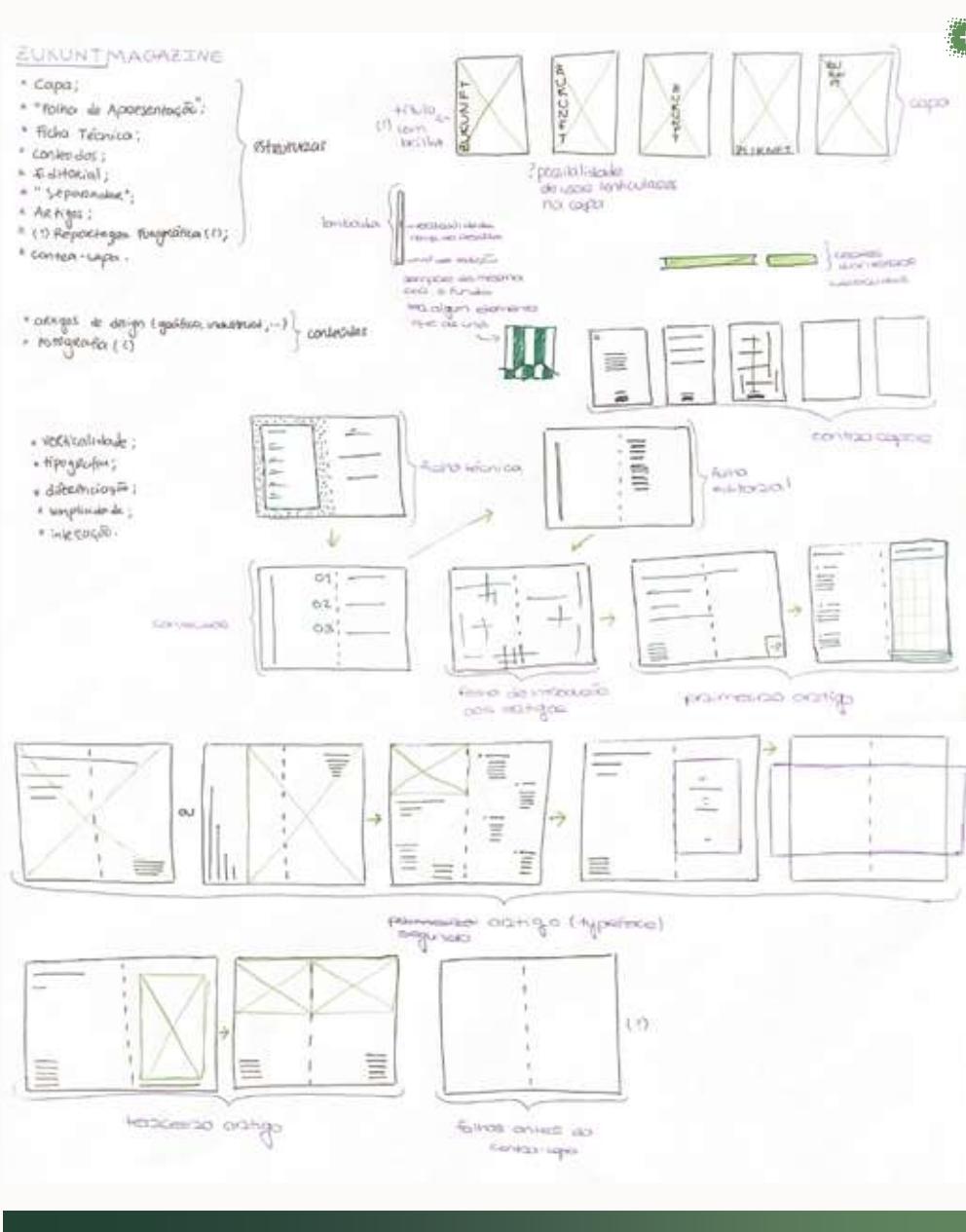


Figura 54. Esboços em papel do formato físico.

Os wireframes foram realizados após os esboços, de uma forma um pouco mais organizada e compreensível. Estes ajudaram-me a organizar algumas ideias que tinha, antes de começar a criar a revista verdadeiramente. Todos estes foram feitos no Adobe Illustrator.

Para ser mais comprehensível a imagem abaixo, elaborei a capa e a contra-capa, de seguida a folha de apresentação, a ficha técnica, os conteúdos, o editorial, outra folha de apresentação ao grande tema desta edição, e por fim, alguns wireframes da organização dos vários artigos (figura 55).

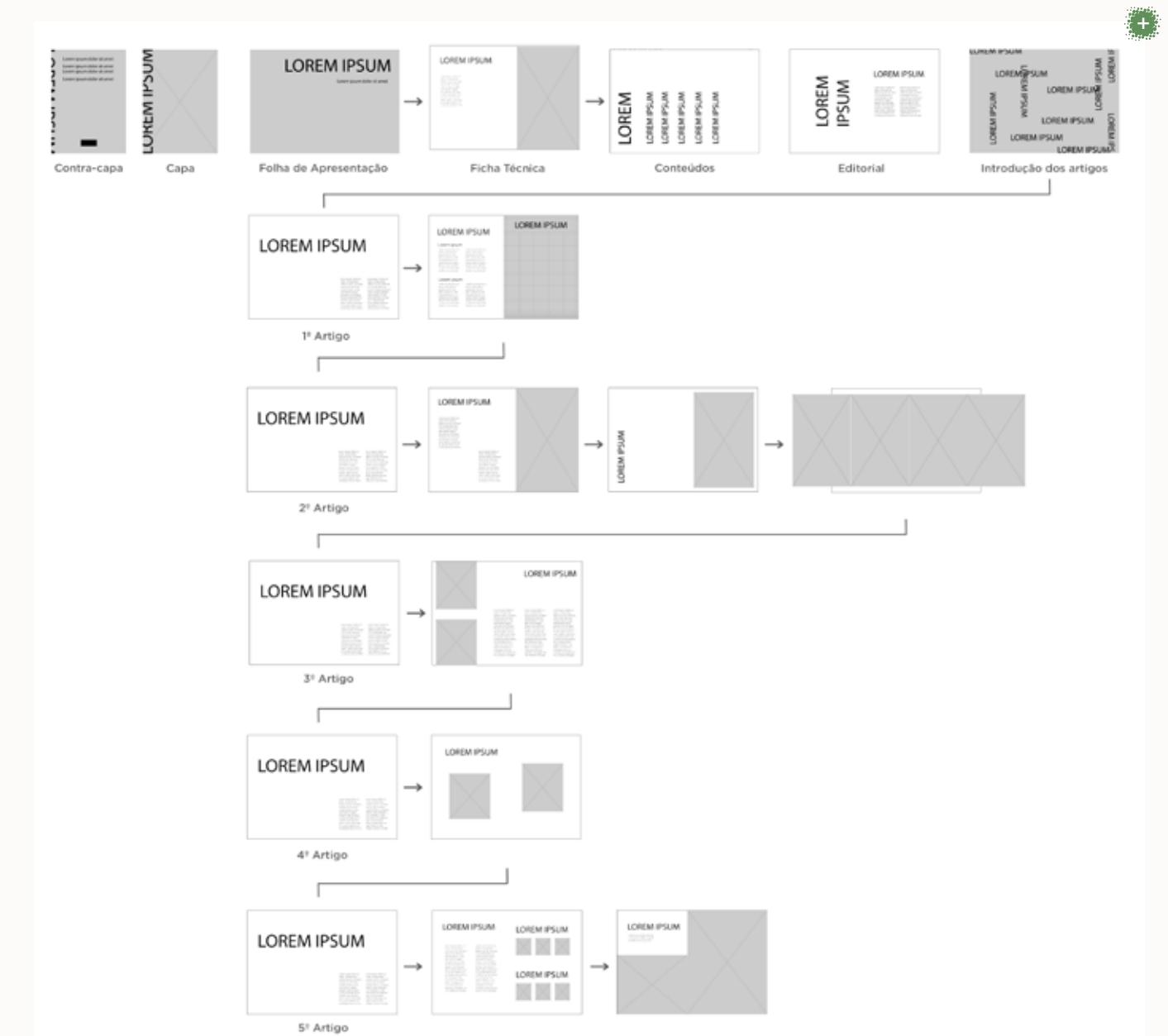


Figura 55. Wireframes do formato físico.

ESBOÇOS E WIREFRAMES

- FORMATO DIGITAL

Elaborei, também, alguns esboços em papel para o formato digital, seguindo algumas ideias do físico e pensei como é que podia transpor e adaptar a um novo formato. Estes esboços não contêm toda a informação e conteúdo que o formato físico, porque não achei apropriado, e porque cada formato deve ter conteúdos únicos que se adequem (figura 56).

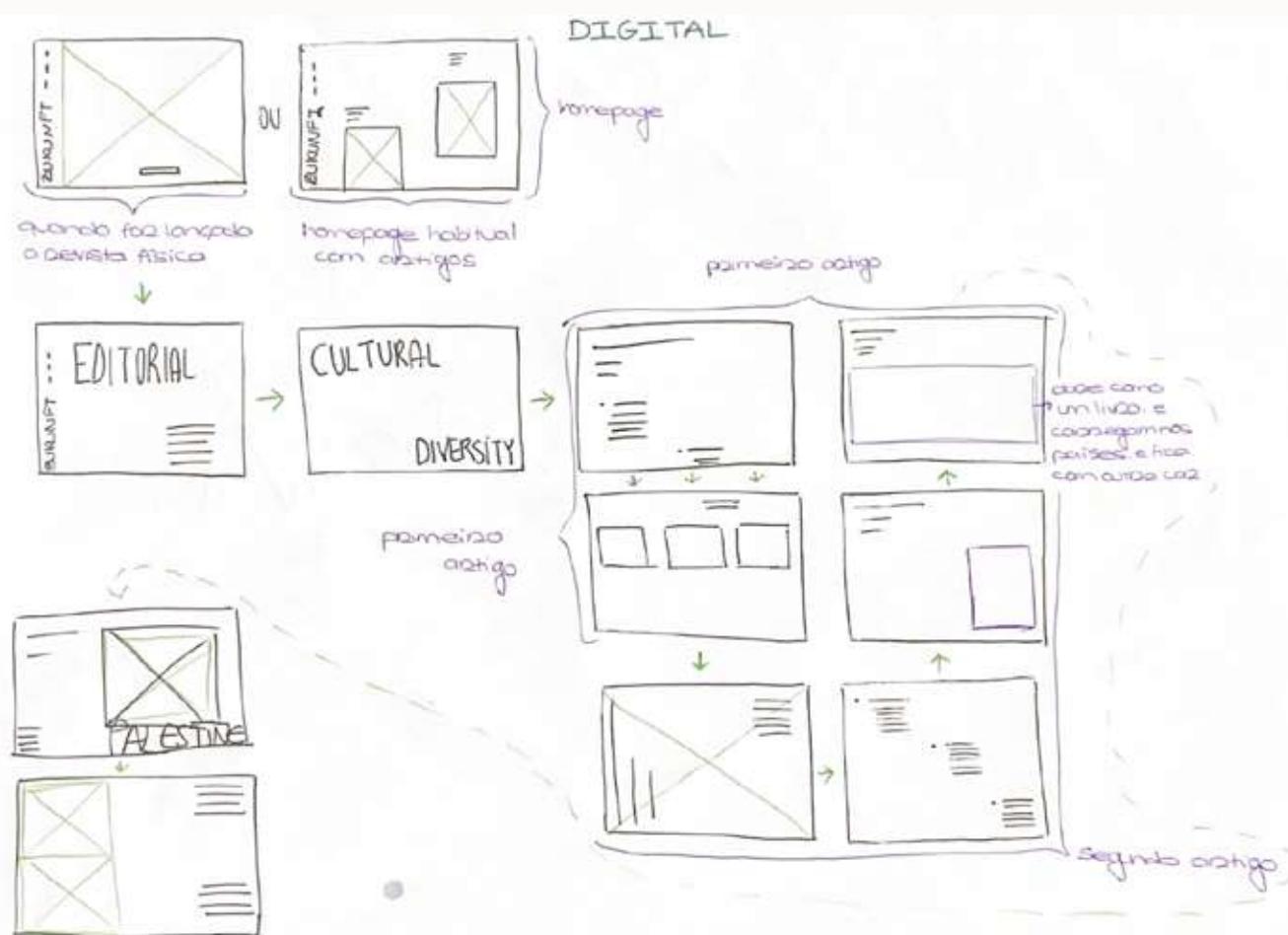


Figura 56. Esboços em papel do formato digital.

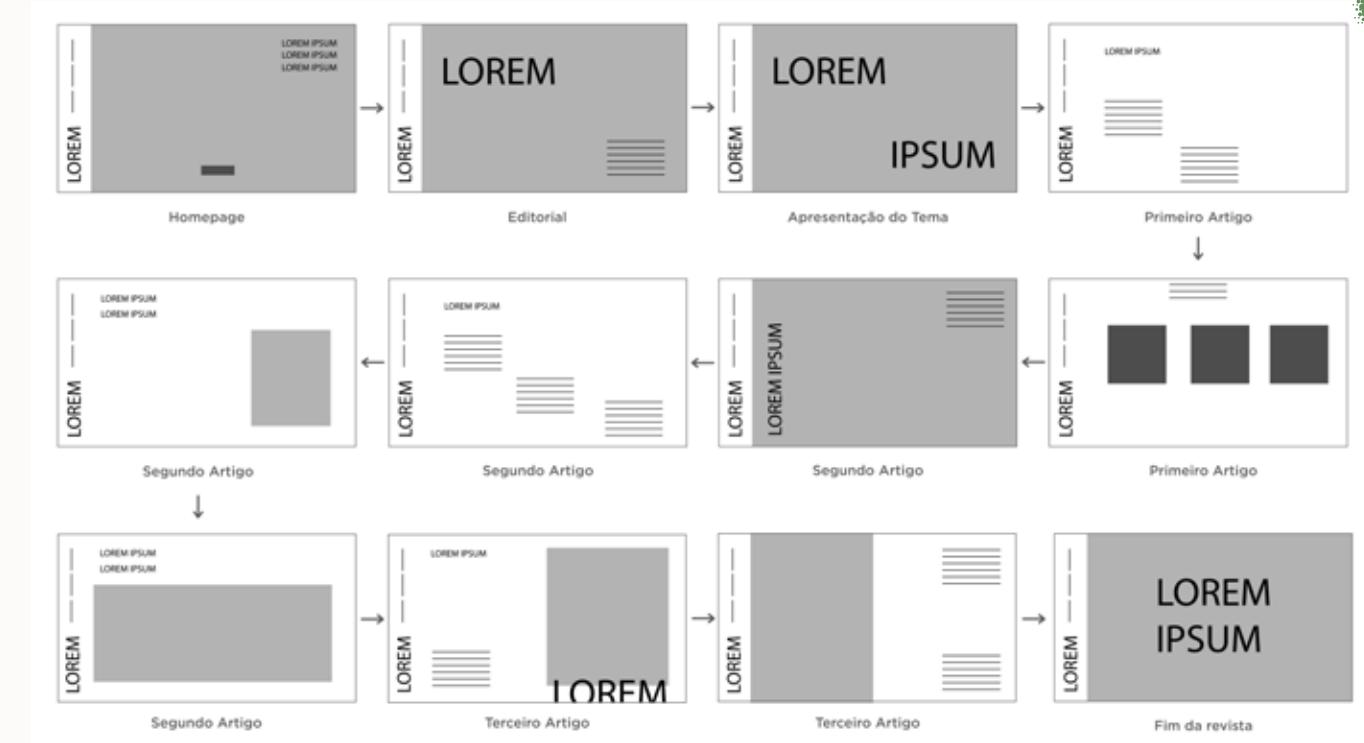


Figura 57. Wireframes do formato digital.

Para o formato digital, também realizei wireframes no Adobe Illustrator, seguindo as ideias dos esboços, anteriormente realizados. Estes wireframes demonstram uma ideia mais consisa e mais organizada do website, e em cada wireframe coloquei uma identificação para ser mais preciso (figura 57).

Um aspecto importante a ter em consideração é que a homepage da revista online ficará diferente quando o formato físico for lançado, no resto do ano terá outro layout.

A

FORMATO E GRELHA - FORMATO FÍSICO

Para o formato da revista, eu idealizei um formato não maior do que o A4, nem menor do que o A5.

Procurei as dimensões de algumas revistas, algumas mais comuns, outras menos, e lembrei-me de procurar as dimensões da revista *Nacional Geographic* porque achei que seria uma dimensão apropriada. As dimensões da revista são 14,6 x 22,9 cm, mas decidi alterar um pouco estes valores e optar por 18 x 25 cm. Este formato é cómodo para o utilizador transportar, se quiser.

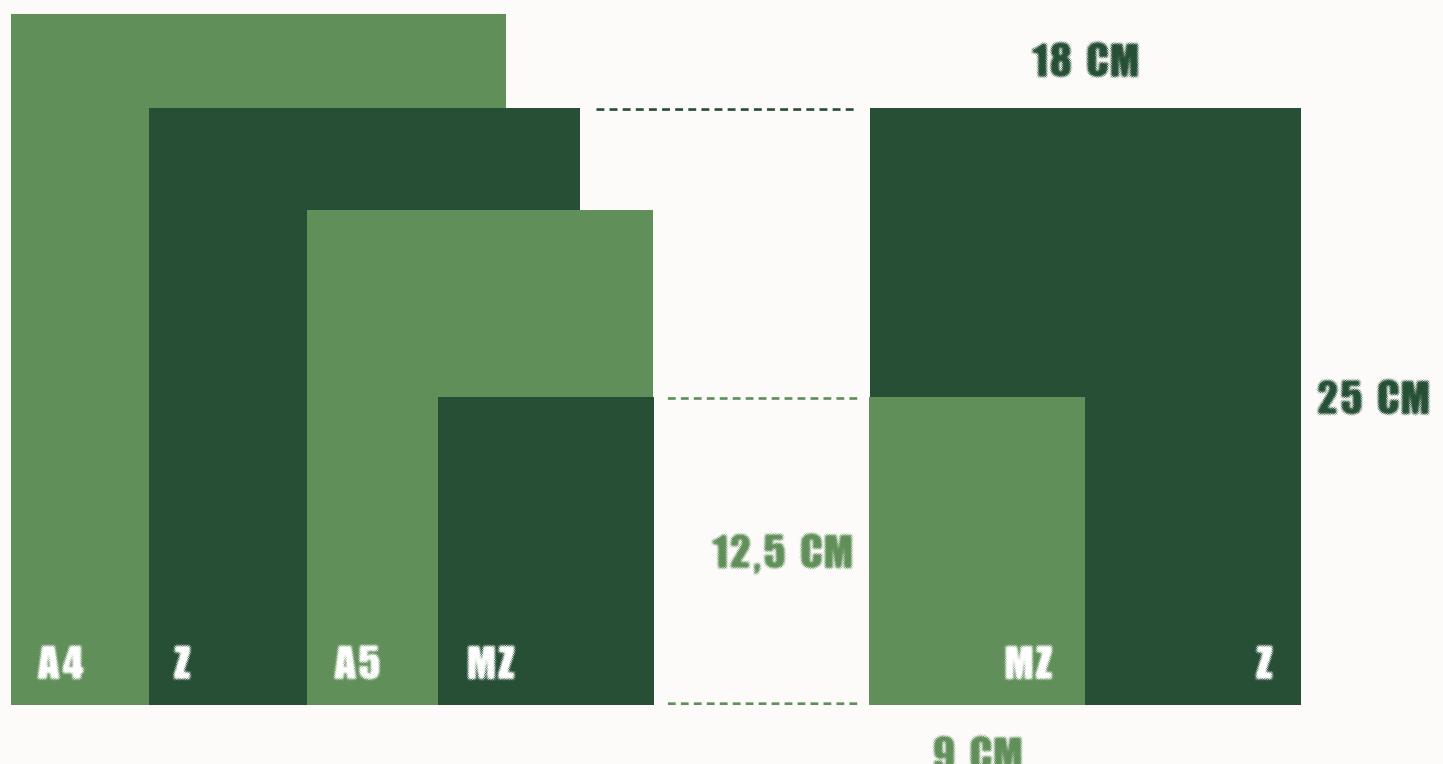


Figura 58. Formatos das revistas físicas.

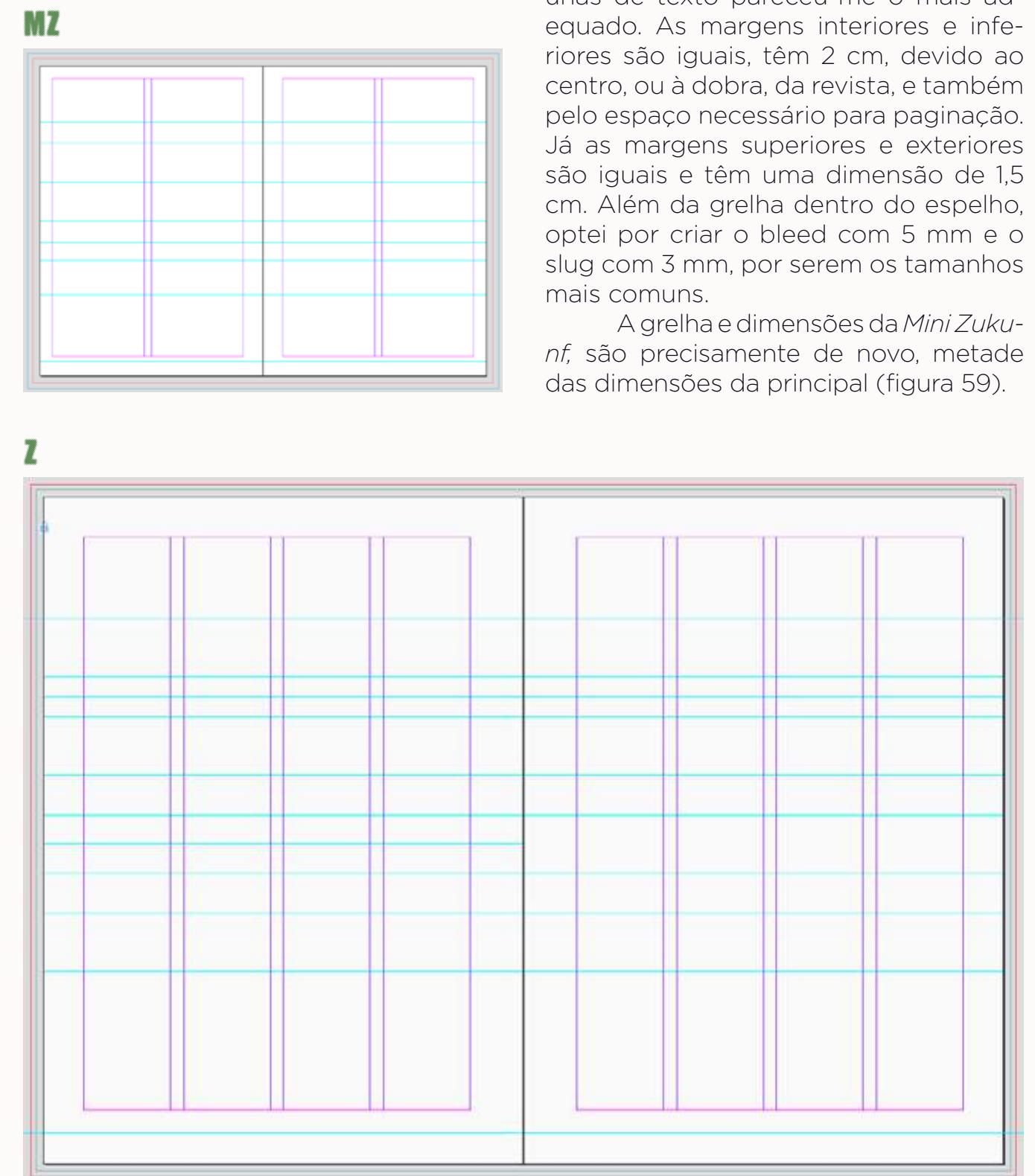


Figura 59. Grelhas das revistas físicas.

A grelha que optei foi de quatro colunas por página, oito por espelho, para poder ter alguma liberdade no layout da informação, e porque devido ao tamanho da revista, o uso de duas colunas de texto pareceu-me o mais adequado. As margens interiores e inferiores são iguais, têm 2 cm, devido ao centro, ou à dobra, da revista, e também pelo espaço necessário para paginação. Já as margens superiores e exteriores são iguais e têm uma dimensão de 1,5 cm. Além da grelha dentro do espelho, optei por criar o bleed com 5 mm e o slug com 3 mm, por serem os tamanhos mais comuns.

A grelha e dimensões da *Mini Zukunft*, são precisamente de novo, metade das dimensões da principal (figura 59).

FORMATO E GRELHA - FORMATO DIGITAL

O estudo para o formato digital foi muito mais simples do que o formato físico visto que achei, desde o início, evidente utilizar o formato *standard* digital, o 1080px por 1920px. É o formato que praticamente todas as revistas online utilizem e desta forma consigo aproveitar todo o espaço que o ecrã do computador oferece (figura 60).



Figura 60. Formato da revista digital.

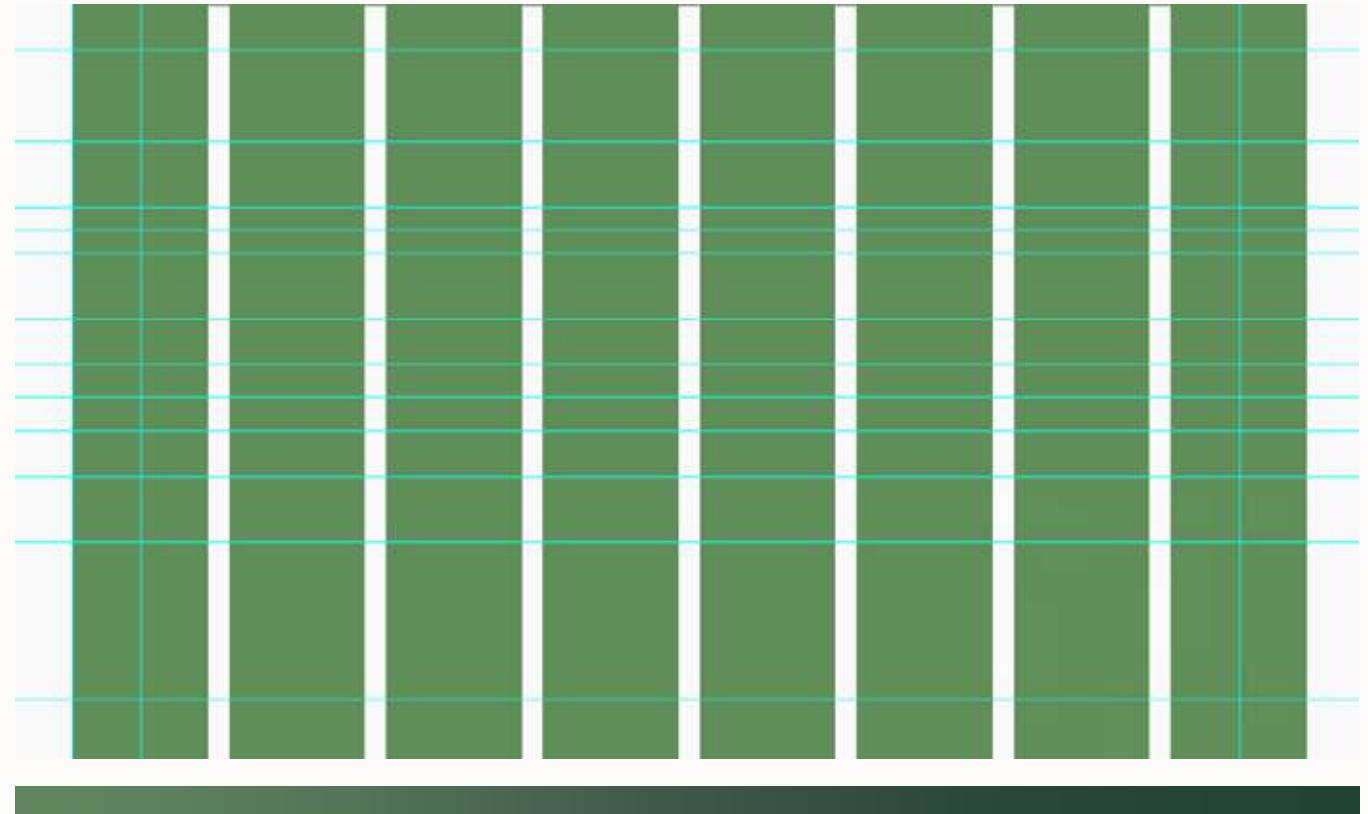


Figura 61. Grelha da revista digital.

A grelha para este formato foi realizada no Adobe XD. Esta grelha é composta por oito colunas com 195px de largura, um espaçamento de 30px e margens de 85px. Esta grelha é semelhante à grelha do formato físico, pelo menos em termos de colunas, para haver uma maior coerência e ligação entre ambos (figura 61).

PALETA CROMÁTICA

Para a paleta cromática deste projeto pensei não só nos seus significados mas também na sua história, e tendo em conta que as revistas se podem tornar objetos de coleção, objetos raros, ponderei o roxo.

O roxo foi em tempos uma cor muito rara associada à realeza e ao poder. Teve esta reputação devido ao facto de que o pigmento roxo (*tyrian purple*) que existia na antiga cidade fenícia Tiro (Líbano), surgiu de uma espécie de caracol do mar, conhecido como *Bolinus Brandaris* ou *Mudex Roxo*. O problema é que era necessário inúmeros caracóis para fazer uma simples peça de roupa, consequentemente as roupas roxas eram extremamente caras, daí serem comuns em líderes como os governantes do Império Bizantino, do Império Romano e da Monarquia Britânica, por exemplo. Esta cor era tão importante que quem fosse apanhado a utilizá-la, e não fosse da realeza, poderia ser condenado à morte (Evan Andrews, 2015). Isto manteve-se até 1856, quando o químico William Henry Perkin descobriu os primeiros corantes sintéticos roxos, ao que deu o nome de *roxo aniline*, tornando esta cor mais banal (Hannah Foskett).

Achei a utilização desta cor apropriada, tendo em conta a sua história, e a partir de um mini moodboard que realizei com imagens históricas com a cor roxa (figura 62), extraí alguns tons e fiz uma seleção dos melhores. Para acompanhar o roxo, decidi utilizar a sua cor complementar, o verde, e o resto da paleta cromática é composta por um branco cinza e um preto arroxado

(figura 63).



Figura 62. Moodboard da paleta cromática.



Figura 63. Paleta cromática.

TIPOGRAFIA

A tipografia que selecionei para este projeto foi a *GothamSSm*, por ser uma tipografia sem serifa, variável e simples. É esta a tipografia que utilizei neste dossier documental, tanto nos títulos como no corpo de texto. Mas também foi a tipografia que utilizei no corpo de texto e na paginação.

Porém gostava de ter outra tipografia “fora do normal” não tão simples como a *GothamSSm*. Levando-me a fazer um estudo seletivo tipográfico, onde reuni 28 tipografias diferentes, e **fui excluindo algumas até chegar à *Dotimpact*** (figura 64). Esta foi a que gostei mais entre todas, porém tem um problema. Ao ser uma tipografia decorativa muitas das vezes não inclui acentos e pontuação, no entanto decidi selecioná-la, e utilizei-a para o título da revista e em outros títulos ao longo da revista.

A palavra que aparece nos estudos tipográficos *zukunft* significa **futuro** em alemão, e achei um bom título para a revista visto que a prensa surgiu na Alemanha, tal como o primeiro jornal e a primeira revista, daí o título da revista ser em alemão. Ponderei também *Künftige redaktionelle Diskussionen* traduzindo para português *Discussões Editoriais Futuras*, devido ao nome da primeira revista alemã, mas é muito extenso.

Pensei, também, em utilizar mais tipografias, como a *Propaganda*, *Akzidenz-Grotesk*, *Butler* e *Proforma*, para os títulos dos quatro artigos, devido à presença do artigo *Create Your Own Fonts*, desta forma demonstro uma variedade tipográfica na revista, de modo a inspirar os utilizadores a criar a sua. Isto seria uma exceção tipográfica, no sentido em que, nas outras edições da revista a tipografia utilizada seria a mesma (figura 65).



Figura 64. Estudos tipográficos.

The quick brown
fox jumped over
the lazy dog.

GothamSSm Book

**THE QUICK BROWN
FOX JUMPED OVER
THE LAZY DOG.**

PROPAGANDA

The quick brown
fox jumped over
the lazy dog.

Proforma Medium

**THE QUICK BROWN
FOX JUMPED OVER
THE LAZY DOG.**

Akzidenz-Grotesk BQ Bold

**THE QUICK BROWN
FOX JUMPED OVER
THE LAZY DOG.**

DOTIMPACT

**The quick brown
fox jumped over
the lazy dog.**

GothamSSm Black

**The quick brown
fox jumped over
the lazy dog.**

Butler Black

Figura 65. Tipografias utilizadas.

GUIA DE ESTILOS

Ao ter tudo definido para a elaboração da revista, reuni esses elementos num guia de estilos para me servir de referência, caso precise de saber o nome da tipografia ou o código de uma cor. Também é uma forma simples de demonstrar os aspectos importantes do meu projeto.

Este foi realizado no Adobe Illustrator e contém a tipografia, a paleta cromática, a grelha dos “três objetos”, os materiais e os ícones e botões, que foram utilizados (figura 66).



Figura 66. Guia de Estilos.

DEFINIÇÃO E DESENVOLVIMENTO FORMAL

DEFINIÇÃO E DESENVOLVIMENTO FORMAL

CAPA

Depois de todas as estruturas da revista, passei para a fase de desenvolvimento, onde testei várias hipóteses de layout, tanto para a capa, como para os espelhos. Apresento aqui alguns estudos para a capa da revista, em que o meu maior objetivo era incorporar o título *Zukunft* verticalmente, para fugir um pouco ao tradicional ou comum, que é o posicionamento do título no cimo da revista, na horizontal.

Experimentei algumas fotografias diferentes que irei incluir no projeto, para ver qual seria a mais adequada, e gostei mais das fotografias da fila de cima do artigo *Punks in Springtime* (figura 67.)



Figura 67. Tentativas da capa da revista física.

ESPELHOS

Após experimentar layouts diferentes para a capa, passei para a testagem dos espelhos e esta foi uma tarefa mais difícil, porque tenho artigos um pouco diferentes e, para mim, foi difícil de arranjar uma relação visual entre todos, especialmente pelo facto de querer utilizar tipografias diferentes.

Optei por utilizar um fundo escuro para as páginas da revista, e em todas as páginas que não contêm o conteúdo dos artigos, utilizei a mesma tipografia. Para os artigos, que aqui demonstro a capa de três, nota-se a diferença e discrepância visual entre todos, e este foi um aspeto que não gostei, visto que gostava que a revista fosse mais uniforme (figura 68).

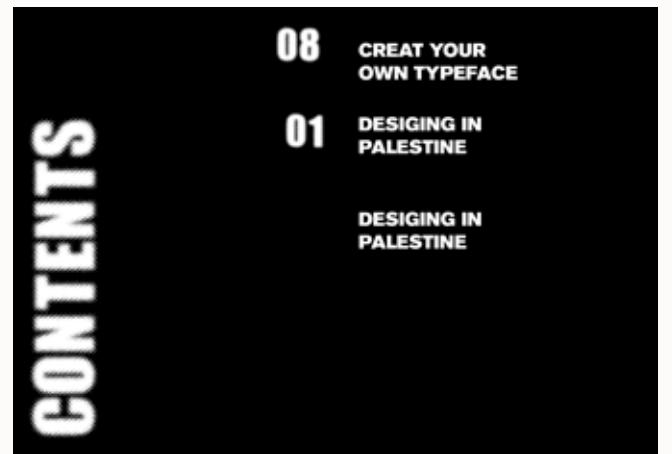


Figura 68. Tentativas dos espelhos da revista física.

MAQUETES

MAQUETES

FORMATO FÍSICO

Para as maquetes finais desta fase do projeto, este foi o resultado, onde apresento treze (mais noutra página) espelhos e a capa da revista principal e da revista secundária adjacente.

Alguns aspectos das tentativas permanecem iguais, outros semelhantes e muitos elementos e composições são novas. O meu pensamento para chegar a este resultado, foi utilizar cores escuras nas páginas sem conteúdo de artigos, se bem como a utilização da mesma tipografia. Depois em cada artigo o aspeto visual já fica diferente e cada um é mais único, mas de certo modo tenho que encontrar uma forma de unificar todas as páginas.

Tal como na capa da revista eu mencionei que gostaria de adicionar o elemento da verticalidade, e para certos espelhos tentei trazer isso e aplicá-lo (figura 69).

MAQUETES

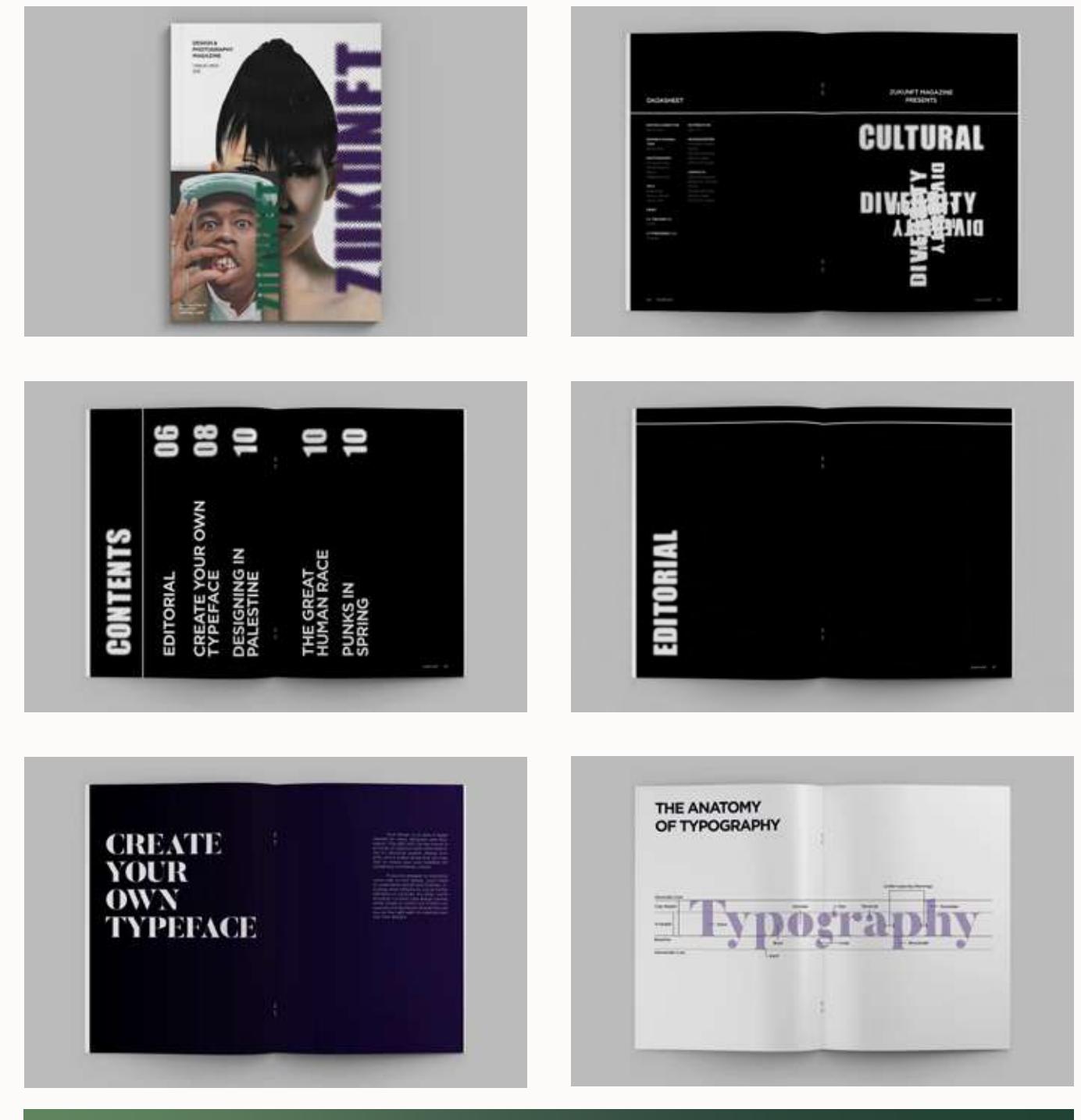


Figura 69. Maquetes da revista física.



Figura 70. Maquetes da revista física 2.

Figura 71. Maquetes da revista física 3.

Estes são os restantes espelhos que elaborei, e nestes vistos assim juntos nota-se uma maior relação pelo menos por causa da cor verde que está predominante em algumas páginas (figura 70).

Os espelhos com fotografias sobrepostas, foi um caso nesta fase que não resultou como esperava, pois o meu objetivo era utilizar duas fotografias, uma verde e outra roxa, e ser difícil de perceber, mas fornecer um papel colorido para este bloquear uma cor e imagem ser clara para o utilizador (figura 71).

FORMATO DIGITAL

Realizei, também, maquetes para o formato digital da revista, onde tentei relacionar e adaptar o conteúdo a outro formato. As poucas maquetes que elaborei são referentes à homepage do website, quando é lançada a revista física, o “separador” para o artigo de fotografia e, por último, a segunda parte do artigo de tipografia que continua e termina neste formato.

Para a estruturação e organização do website, tive em consideração ao posicionamento da informação na revista física como o título e a informação adjacente, e tentei replicar aqui (figura 72).



Figura 72. Maquetes da revista digital.

FASE 4

PROJETO FINAL

PROJETO FINAL

TESTES - FORMATO FÍSICO

Tendo em conta o desenvolvimento anteriormente elaborado, tanto ideias, definições, esboços e maquetes, procurei em dar um passo atrás para refletir sobre as minhas escolhas e ser pragmática com o projeto. Penso que tinha ideias muito utópicas, muito trabalhosas e muitas ideias em geral que me confundiram ao elaborar este projeto. Re-li e refleti no que tinha escrito ao longo das outras fases e em tudo o que tinha desenvolvido, e comecei a revista de novo, mas não descartando totalmente as versões anteriores.

A capa foi dos elementos que menos sofreu alterações, visto que a disposição da informação permaneceu igual. Decidi colocar, no canto superior esquerdo, a área da revista *Design & Photography Magazine*, o número da edição, o ano de lançamento e, por último, o preço. Já no canto inferior esquerdo optei por colocar o tema desta edição que é *Cultural Diversity*. O título da revista continua a ser o elemento mais destacado, e optei por deixá-lo na vertical do lado direito, um pouco cortado.

Relativamente à fotografia que tinha selecionado, achei que não era a ideal, então experimentei várias outras fotografias e algumas delas com um filtro roxo ou verde, mas acabei por não gostar de nenhuma destas opções, daí serem testes (figura 73).



Figura 73. Testes da capa da revista principal.

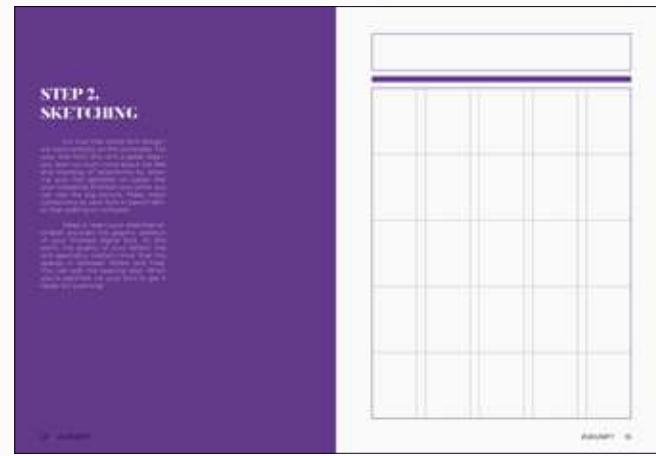
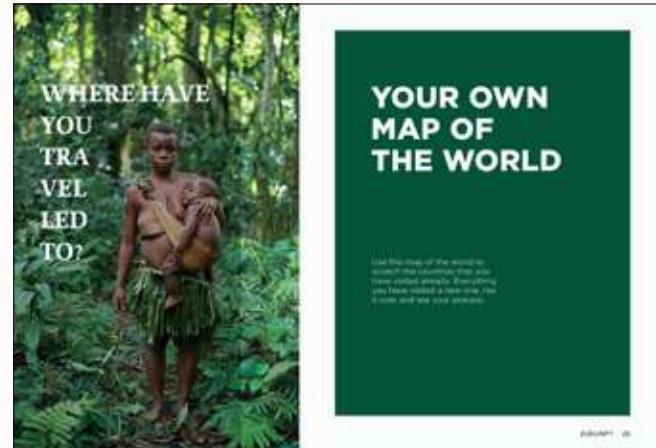
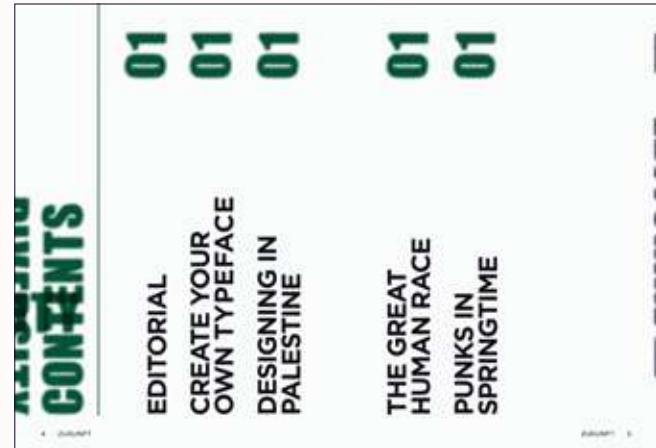


Figura 74. Testes dos espelhos da revista principal.

Figura 75. Testes dos espelhos da revista principal 2.

Ao refazer os espelhos, com uma grelha ligeiramente diferente, procurei organizar toda a informação que iria incluir, e fazer com que essa informação seguisse uma composição semelhante.

Houve vários aspectos que eu não gostei nestes testes, maioritariamente a confusão e sobreposição da palavra “diversity” e “editorial”, a falta de cor em algumas páginas e todos os estudos verdes e roxos do último artigo de fotografia (figura 74 e figura 75).

Tentei corrigir alguns dos aspectos que não estava a gostar na composição, na organização e algumas opções estéticas, mas mesmo assim os espelhos que demonstro aqui de lado sofreram ligeiras alterações, no resultado final.

Algo que tentei adicionar à revista, foi o elemento da linha por baixo dos títulos, para os destacar. Acontece que em algumas situações funcionava melhor do que outras, daí ter optado por remover por completo (figura 76).

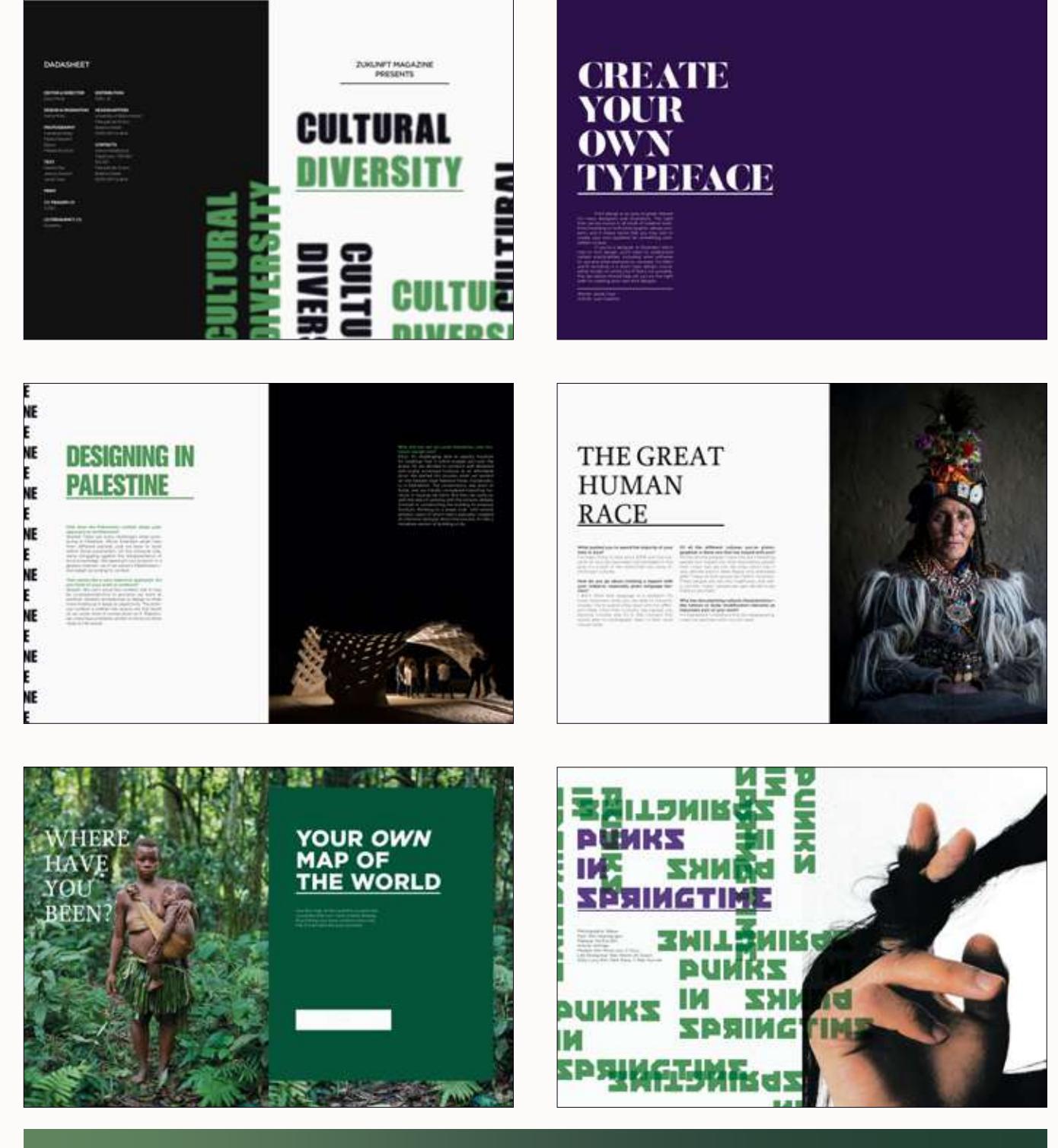


Figura 76. Testes dos espelhos da revista principal 3.

MINI ZUKUNFT

Para a revista pequena adjacente, o processo de criação foi semelhante, embora tenha ficado com a mesma capa da fase anterior, experimentei outras fotografias, porém acabei mesmo por gostar da primeira opção (figura 77).

A grelha utilizada foi a mesma da revista principal, mas todas as dimensões eram metade do tamanho original. Ao ter a mesma grelha, e ao pertencer à *Zukunft*, achei apropriado seguir a mesma composição, e isso nota-se bastante no espelho de apresentação ao artista.

Ao desenvolver a revista, surgiram alguns testes, algumas versões que acabei por não apreciar, como o tamanho da tipografia, espelhos muito vazios, posicionamento de caixas de texto, fundos coloridos que distraíam a atenção das fotografia, entre outros aspectos (figura 78).

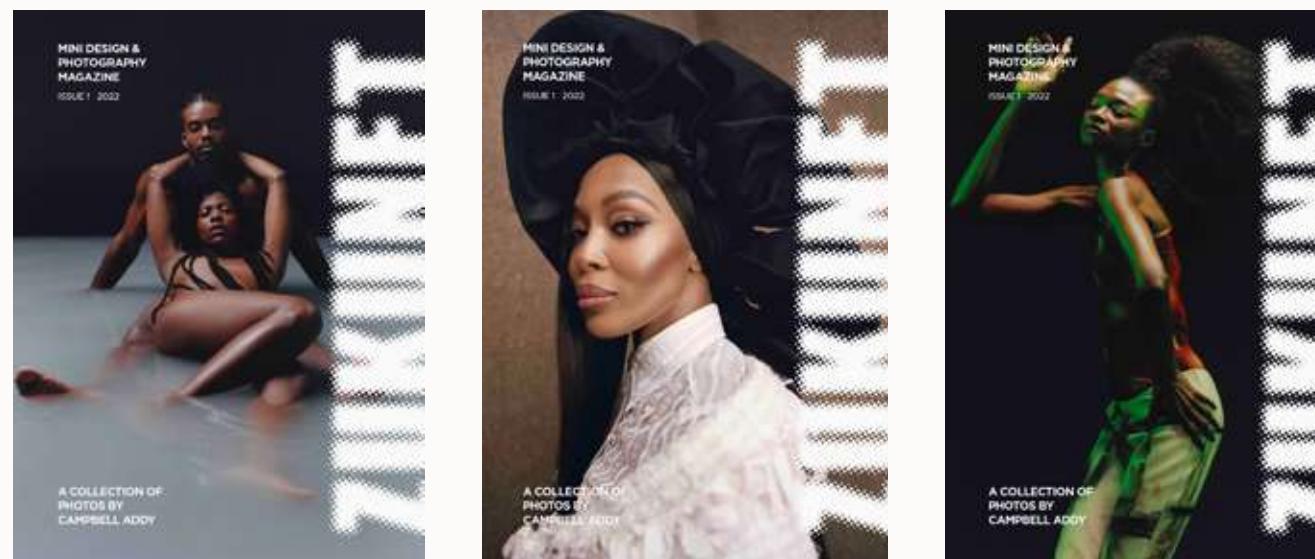


Figura 77. Testes da capa da revista secundária.

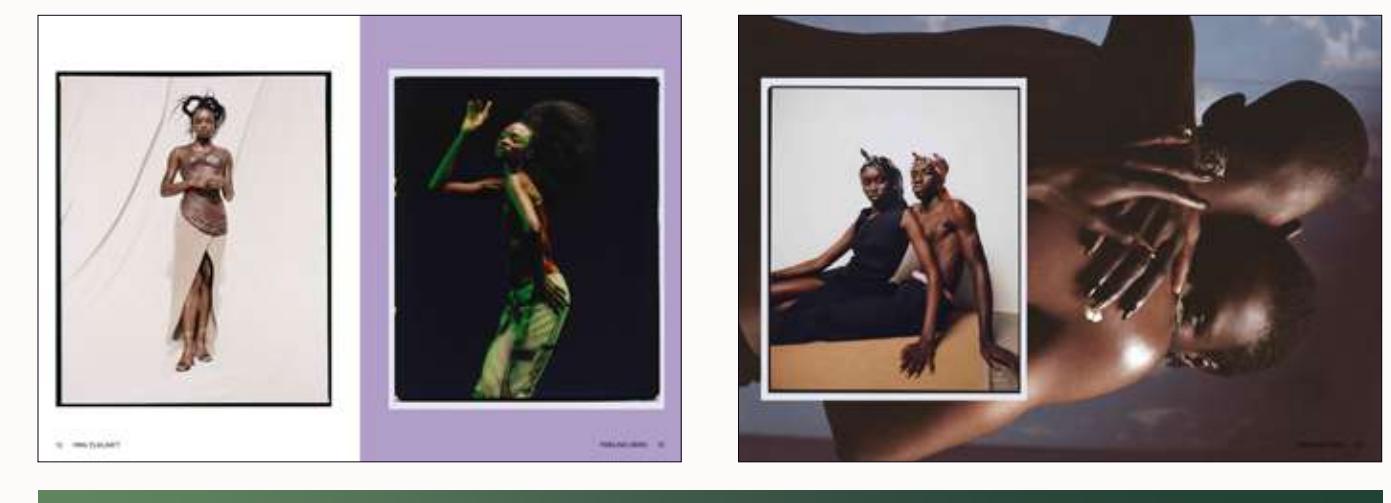


Figura 78. Testes dos espelhos da revista secundária.

IMPRESSÕES

Para ter uma noção mais realista da revista, imprimi algumas páginas para saber se o tamanho da tipografia era apropriado, como é que a cor que estava no ecrã se iria demonstrar no papel, e também imprimi em dois sítios diferentes para poder comparar os tipos de impressão.

Isto ajudou-me a compor essencialmente o tamanho da tipografia, visto que claramente não era o tamanho certo. Eu tinha o corpo de texto a 8pt, e acabei por mudar para 9pt, pois desta forma existe mais legibilidade (figura 79).



Figura 79. Testes de impressão.

RESULTADOS - FORMATO FÍSICO

Após vários testes e depois de todo o desenvolvimento da revista, cheguei a um resultado final e irei começar por demonstrar a revista adjacente, a *Mini Zukunft Magazine*.

A capa inclui uma fotografia de Campbell Addy e toda a informação importante encontra-se posicionada no canto superior e inferior esquerdo, com o título, à direita, na vertical. A contracapa, coloquei a preto com um pequeno título informativo acerca do conteúdo da revista, e mais informações importantes como o número, o nome da edição e a data.

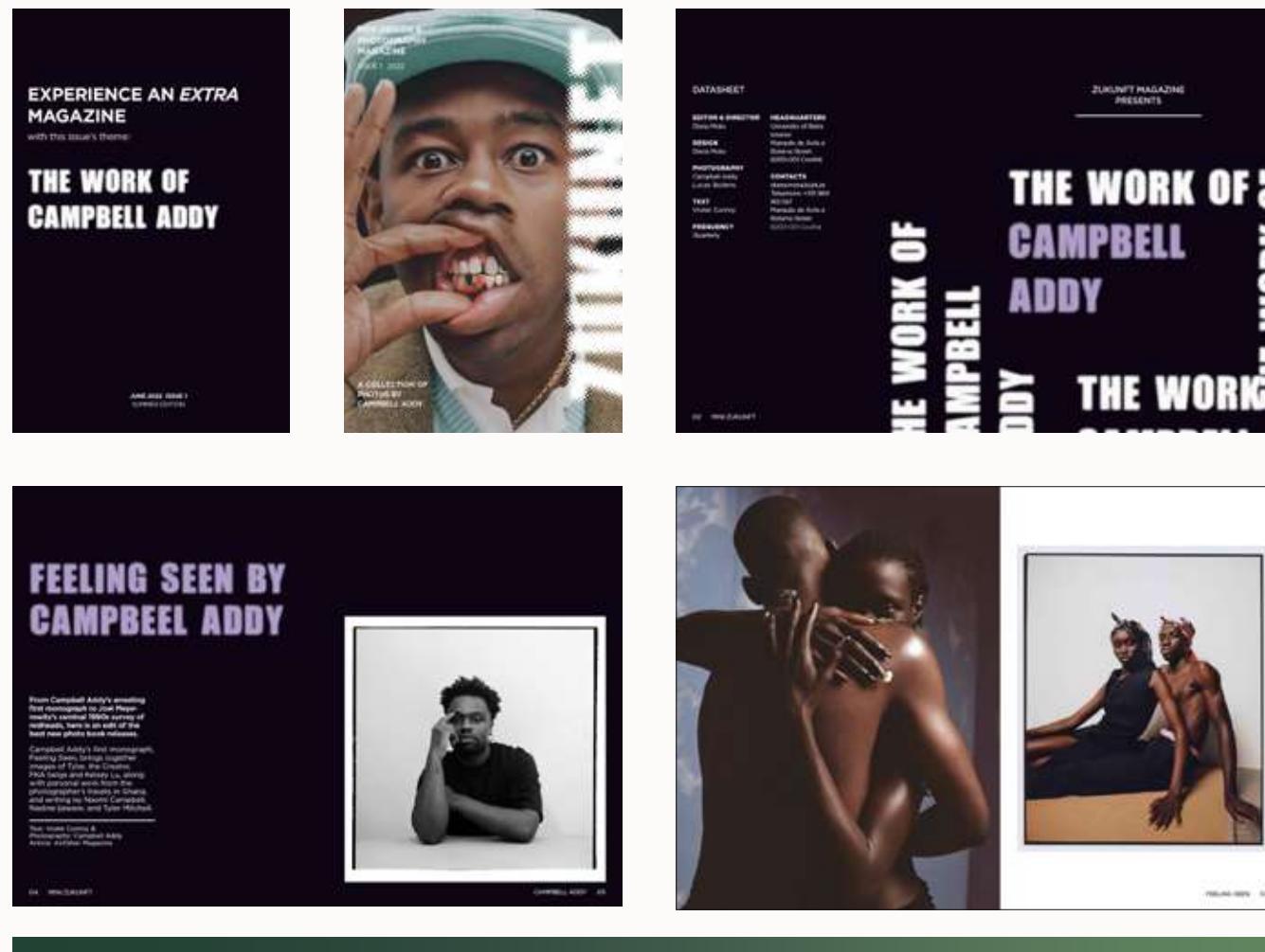


Figura 80. Resultado final da revista secundária.

No primeiro espelho encontra-se presente a ficha técnica e o tema da edição, e nesta revista optei por uma paleta cromática mais simples e utilizei apenas as únicas duas tipografias previamente definidas. O segundo espelho é a apresentação do fotógrafo, que tudo aqui segue a mesma composição e regras (figura 80) e é seguido de sete espelhos compostos apenas por fotografias do mesmo. Nestes, eu tentei variar a disposição das fotografias para ser mais diverso e agradável para os utilizadores (figura 81).

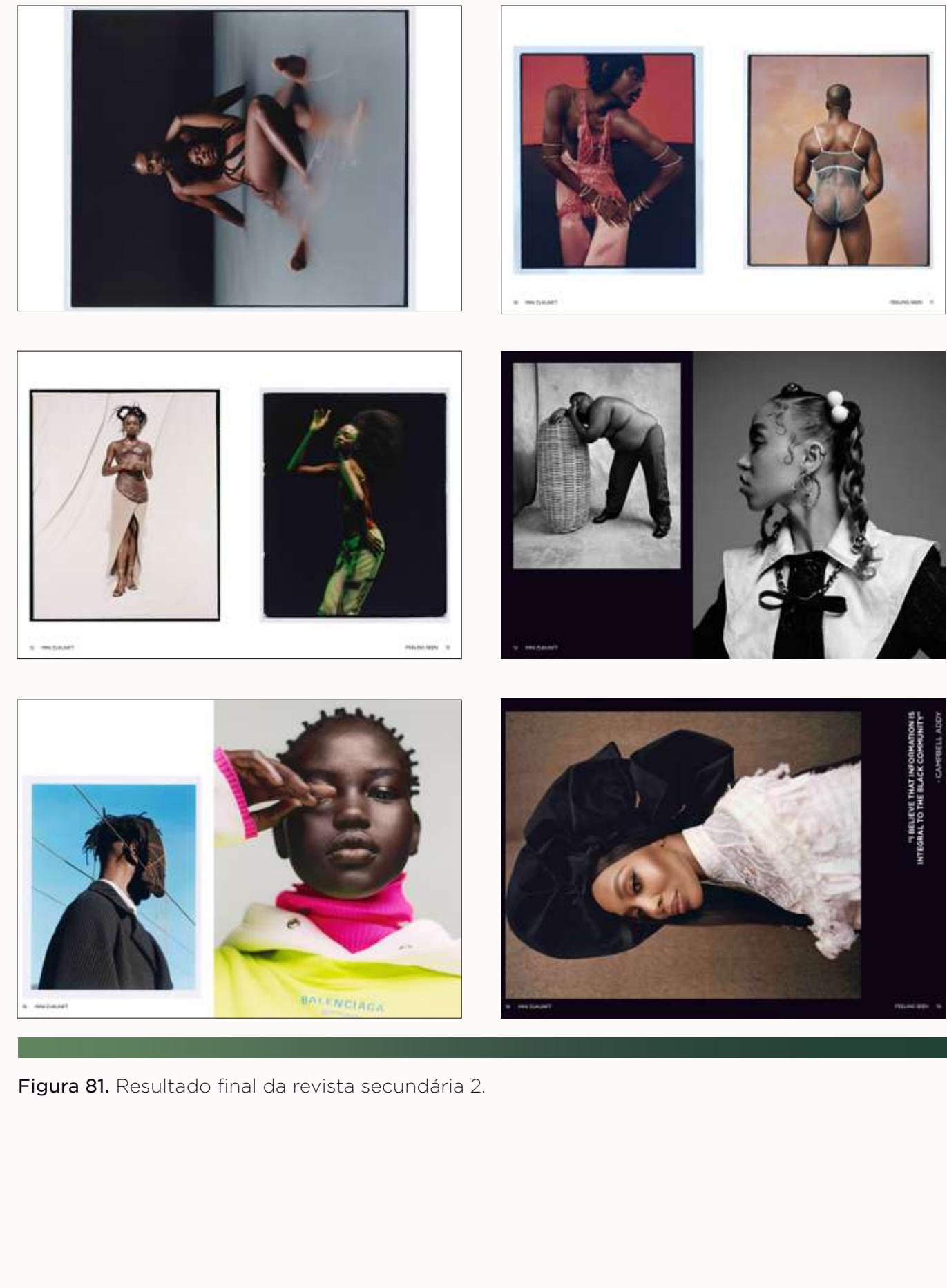


Figura 81. Resultado final da revista secundária 2.

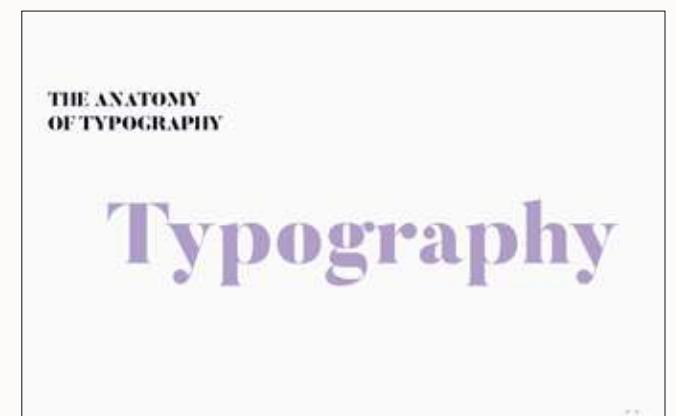
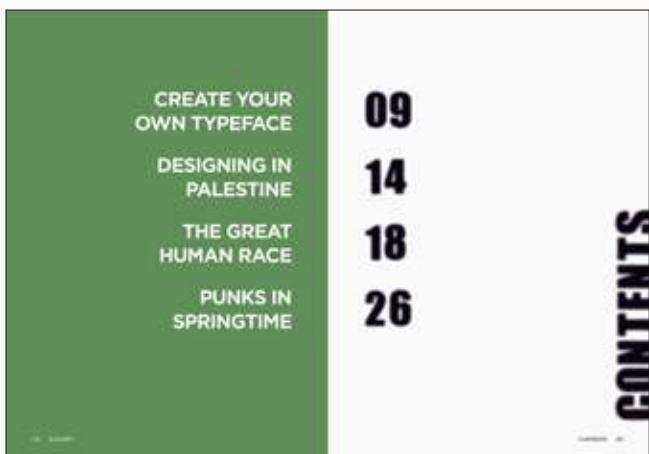
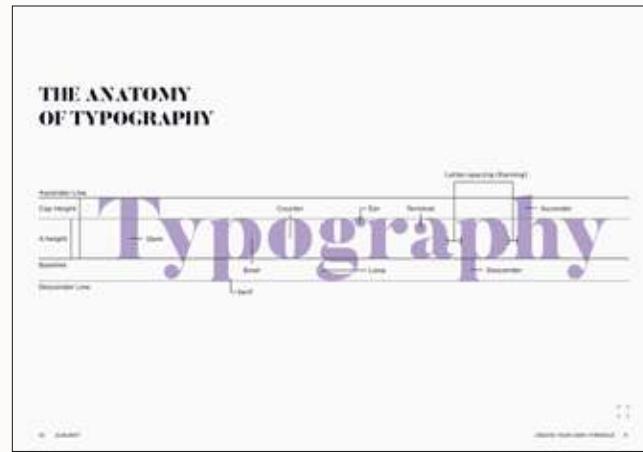


Figura 82. Resultado final da revista principal.

Figura 83. Resultado final da revista principal 2.

Em seguida demonstro o resultado final da revista principal, a *Zukunft Magazine*. Esta possuí vários aspetos em comum com a revista mais pequena, como a capa e a contracapa. Para a capa final optei por uma imagem do último artigo, que tem um fundo branco daí ter colocado as informações a preto, e o mesmo se aplica na contracapa.

O primeiro espelho inclui a ficha técnica, com as informações mais importantes acerca da realização e os devidos créditos da revista, e em baixo inclui, também, um “índice” dos ícones que irei incluir nas restantes páginas. Desta forma, posso só incluir o ícone e não o texto explicatório. Ao lado da ficha técnica encontra-se a apresentação do tema geral da edição. A seguir apresento o índice de conteúdos com os nomes dos artigos e as respectivas páginas, e o último espelho antes dos artigos é a nota editorial, escrita por mim. Tanto a palavra “Contents” e “Editorial” se encontram na vertical do lado direito das páginas, para remeter ao título principal na capa.

O primeiro artigo que apresento intitula-se *Create Your Own Typeface* e optei por colocar o título e o texto na página esquerda e na página direita demonstrando vários caracteres com diversas tipografias (figura 82). O espelho a seguir é o primeiro que utiliza a realidade aumentada onde o utilizador pode ver a grelha da anatomia da tipografia, para poder ficar a saber mais, visto que posteriormente, no espelho seguinte, irei dar a oportunidade aos utilizadores de criarem a sua tipografia na própria revista. Este artigo termina com o passo 2, e o resto do artigo estará disponível na versão digital, e o utilizador poderá ter acesso a esta, através do ícone no fundo da página (figura 83).

O segundo artigo presente é *Designing in Palestine*, e segue a mesma lógica do outro artigo, na medida em que o título e grande parte do texto encontra-se à esquerda e a imagem à direita. Devido à tipografia utilizada e à bandeira do país em questão, pensei em utilizar o “I” de “In” para criar a bandeira da Palestina. Adicionei também no fundo, por de trás da imagem, a palavra “Palestine” de forma a que este “padrão” passe para o espelho seguinte. No segundo espelho, nota-se o padrão “Palestine”, um dos trabalhos dos designers/arquitetos e parte da sua entrevista, visto que a outra metade está no formato digital.

The Great Human Race é o terceiro artigo da revista, e este é o que foge mais à composição dos outros espelhos, pois este tem uma imagem que ocupa o espelho por completo, e o título e o texto estão separados por razões estéticas e de legibilidade. No espelho introdutório existe uma interação com a realidade aumentada, onde o utilizador pode utilizar o telemóvel para ouvir um som da floresta. De seguida começa a entrevista com o fotógrafo, e tal como nas outras entrevistas, esta continua na revista digital. Existe ainda outra interação de realidade aumentada, onde é possível observar, no telemóvel, fotografias diferentes.

O último espelho deste artigo, contém um livro intitulado *Your Own Map of the World*, e este tem uma pequena descrição na capa, bem como um retângulo para o utilizador poder colocar o seu nome. Dentro deste livro existe um mapa do mundo, e o utilizador deve riscar os países que já visitou, e assim consegue ver o seu processo. Se o utilizador quiser, pode remover este livro e observa assim uma imagem do mesmo fotógrafo, e esta também pode ser removida e utilizada como poster (figura 84).

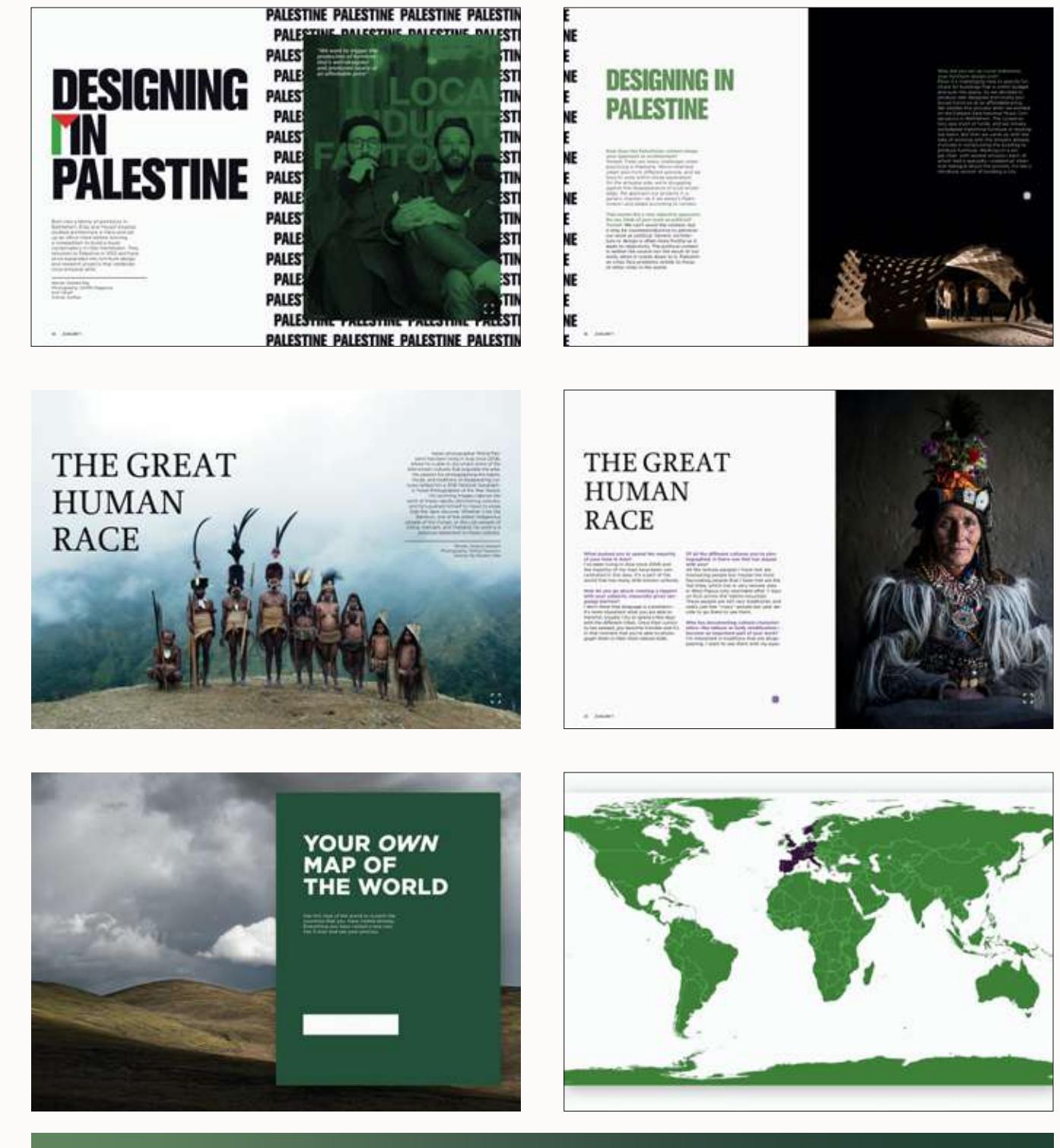


Figura 84. Resultado final da revista principal 3.

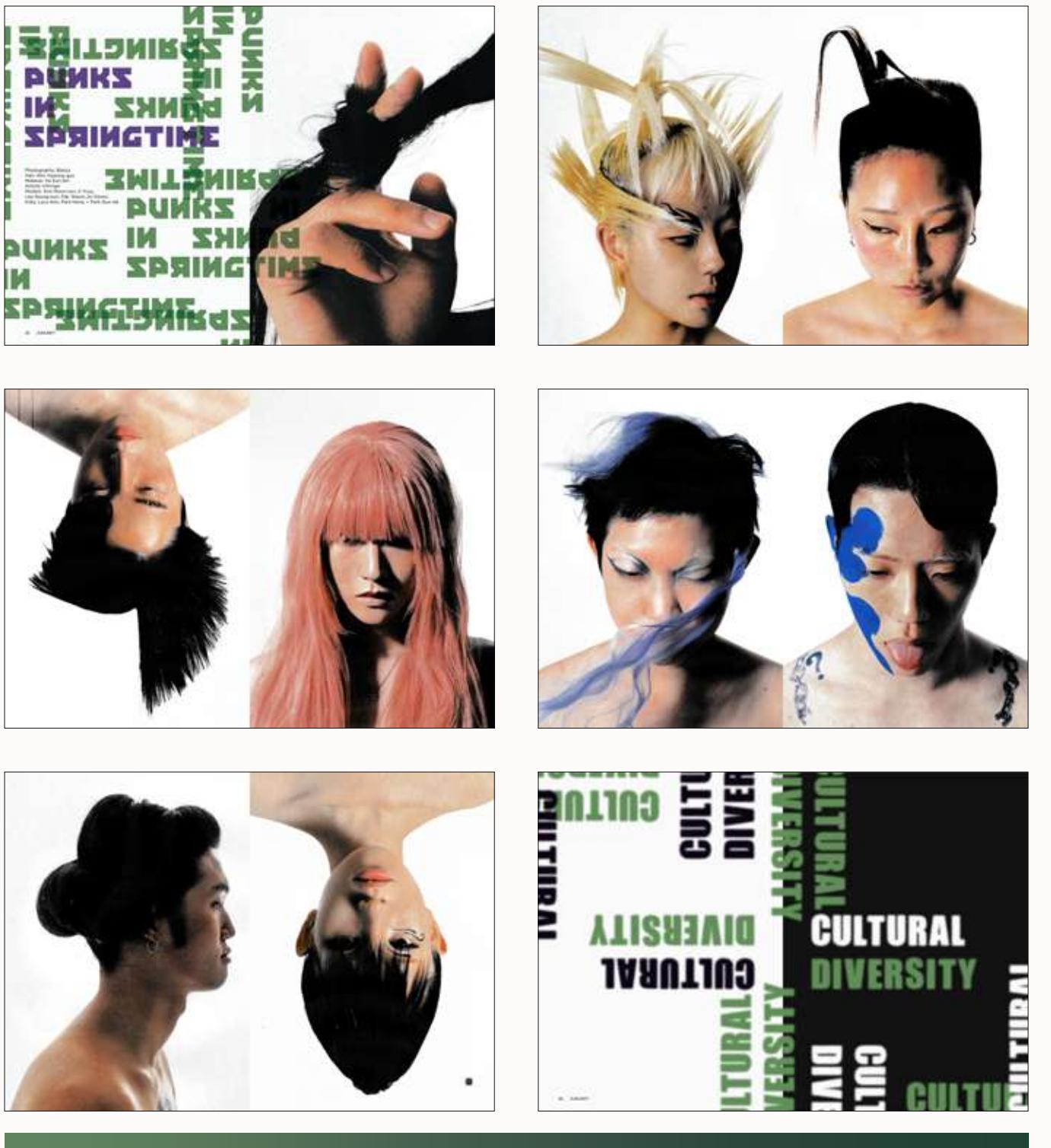


Figura 85. Resultado final da revista principal 4.

O último artigo da revista chama-se *Punks in Springtime* e este é um artigo que contém apenas fotografias. Para o título deste artigo optei por criar a mesma confusão e sobreposição que se encontra na página de apresentação do tema. Apresento um total de nove fotografias e quase todas são demonstradas da mesma forma, excepto algumas que optei por colocar ao contrário, para incentivar o utilizador a mexer e a interagir com a revista, assim tem que a virar ao contrário para poder ver as fotografias, como deve ser.

Eu queria ter um espelho antes do final da revista, e optei por colocar as cores do fundo ao contrário das páginas de apresentação e voltei a colocar o título do tema (figura 85).

TESTES - FORMATO DIGITAL

Eu fui elaborando o formato físico e o formato digital praticamente ao mesmo tempo, embora me tenha focado mais no formato físico e o tenha terminado primeiro. O formato digital segue a mesma composição e conjunto de regras e elementos visuais, mas para chegar ao resultado final, realizei algumas composições que não gostei muito.

Apresento de lado algumas imagens de composições que não avançaram para a revista final, como a fotografia inicial, pois achei coerente ser a mesma da revista física; a utilização do verde e roxo nas fotografias, como tinha inicialmente pensado; a confusão exagerada no tema da revista; a composição das fotografias e texto; certas imagens como fundo que não funcionaram como esperava, e por último tinha a ideia de fixar o título da revista, tal como o menu, mas acabei por alterar este aspecto (figura 86).

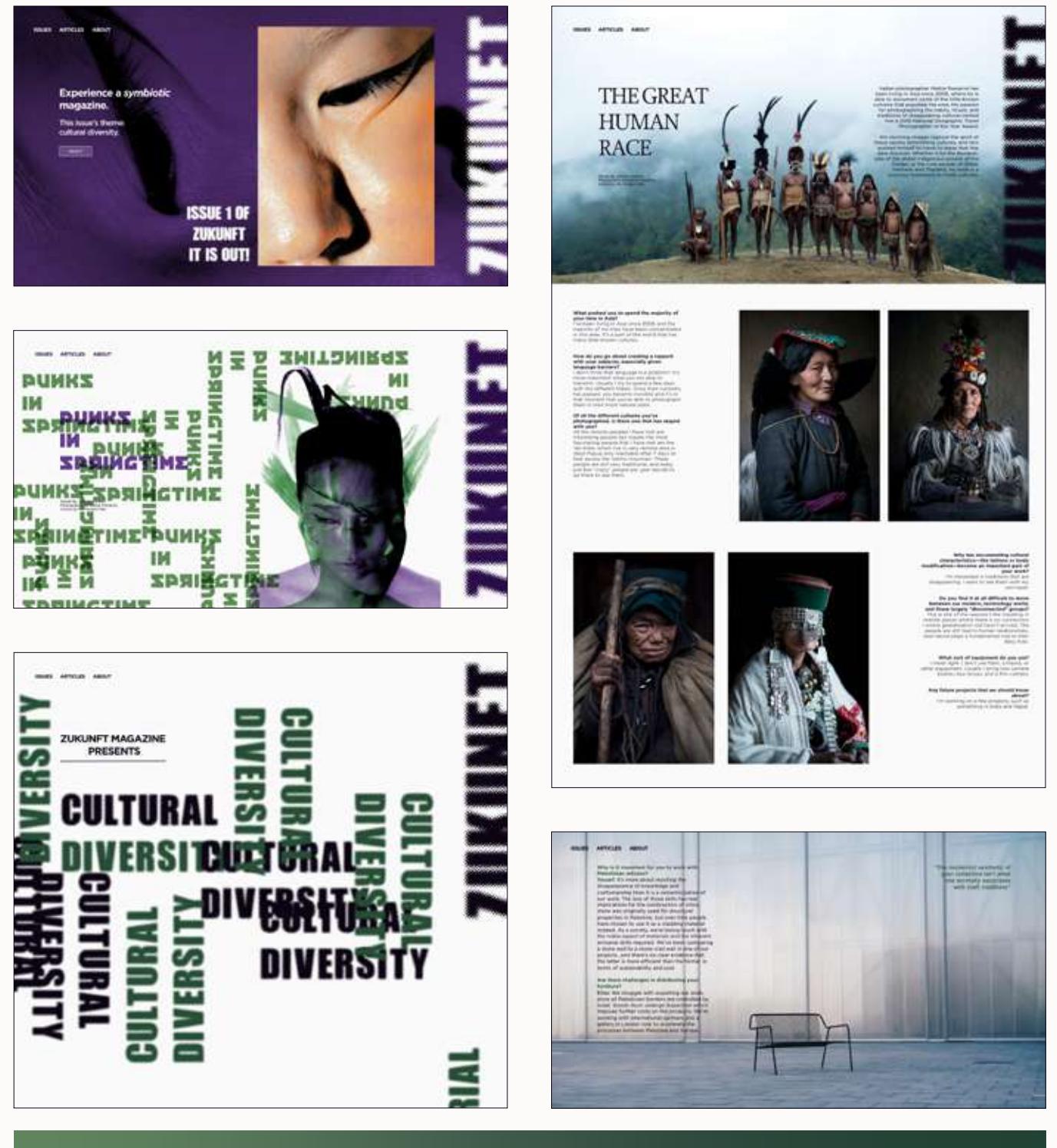


Figura 86. Testes da revista digital.

RESULTADOS - FORMATO DIGITAL

Relativamente ao formato digital, decidi utilizar a mesma fotografia, da capa física, para a página principal e nesta incluí o texto que está presente na contracapa da revista física. Adicionalmente acrescentei um menu de navegação, com três itens, *Issues*, *Articles* e *About*. Esta seria a composição da página principal quando a Zukunft física saísse, depois teria outro aspeto, visto que a regularidade de ambas não é igual. Para começar a navegar pela revista, o utilizador tem de carregar no botão *Read It* e é direcionado para o ecrã de apresentação, que é semelhante ao físico, mas não inclui a ficha técnica. Nesta versão optei por alterar as cores de *Cultural Diversity* para roxo por causa da página principal (figura 87). Decidi incluir nesta revista a nota editorial, porque me pareceu relevante.

O primeiro artigo, tal como no outro formato, é o da tipografia e este é a continuação do resto do artigo, que por sua vez fala do processo digital da criação de uma tipografia.

Em seguida, apresento a continuação do artigo *Designing in Palestine* e toda a composição é igual, apenas na segunda parte do artigo contém informação e fotografias novas.

The Great Human Race é o terceiro artigo presente, e a mesma coisa se aplica, a composição é igual apenas a segunda parte muda com nova informação escrita e visual (figura 88).



Figura 87. Resultado final da revista online.

Figura 88. Resultado final da revista online 2.

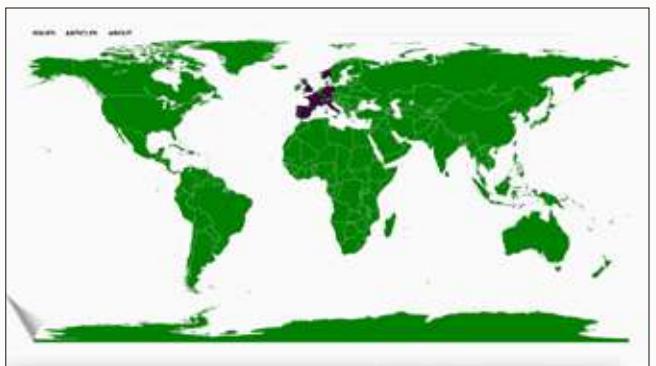


Figura 89. Resultado final da revista online 3.

Tal como na outra versão, o livro de viagens é incluído aqui também, e o utilizador apenas tem que carregar em cima do país que visitou para ele mudar de cor.

Para o último artigo selecionei as restantes imagens, que têm uma ligação mas composições diferentes, daí eu ter feito esta separação. Apresento as fotografias em composições diferentes, para ir variando, até chegar ao final da revista, e também ao rodapé. Este é roxo como a página principal e adicionei algumas informações importantes como a assinatura à revista física, para os utilizadores seguirem a Zukunft online e, por último, as informações necessárias para entrarem em contacto com a revista. No lado direito, tal como na página principal e no formato físico, voltei a colocar o nome da revista na vertical (figura 89).

REVISTA FINAL

Embora tenha demonstrado os resultados finais de ambos os formatos, é importante demonstrar como é que a revista deve ser experienciada. Aqui apresento ambos os formatos em mockups e na ordem em que o utilizador deve vivenciar.

A experiência que demonstro começa no formato físico, pois é o formato que teve ter um ligeiro destaque pelo facto de estar a desvanecer, e também pelo facto dos artigos começarem no mesmo, pois não faria sentido começar a ler um artigo a partir do meio. Daí o utilizador começar com a revista física, que é composta por duas revistas, e a revista mais pequena a *Mini Zukunft* deve ser vista primeiro. Após essa visualização, o utilizador deve avançar para a revista principal e folhear pelo conteúdo até encontrar o ícone que informa que o artigo irá continuar no formato digital, e neste instante o utilizador deverá passar para o digital para terminar o artigo, e este procedimento deve ser aplicado em todos os restantes artigos (figura 90).

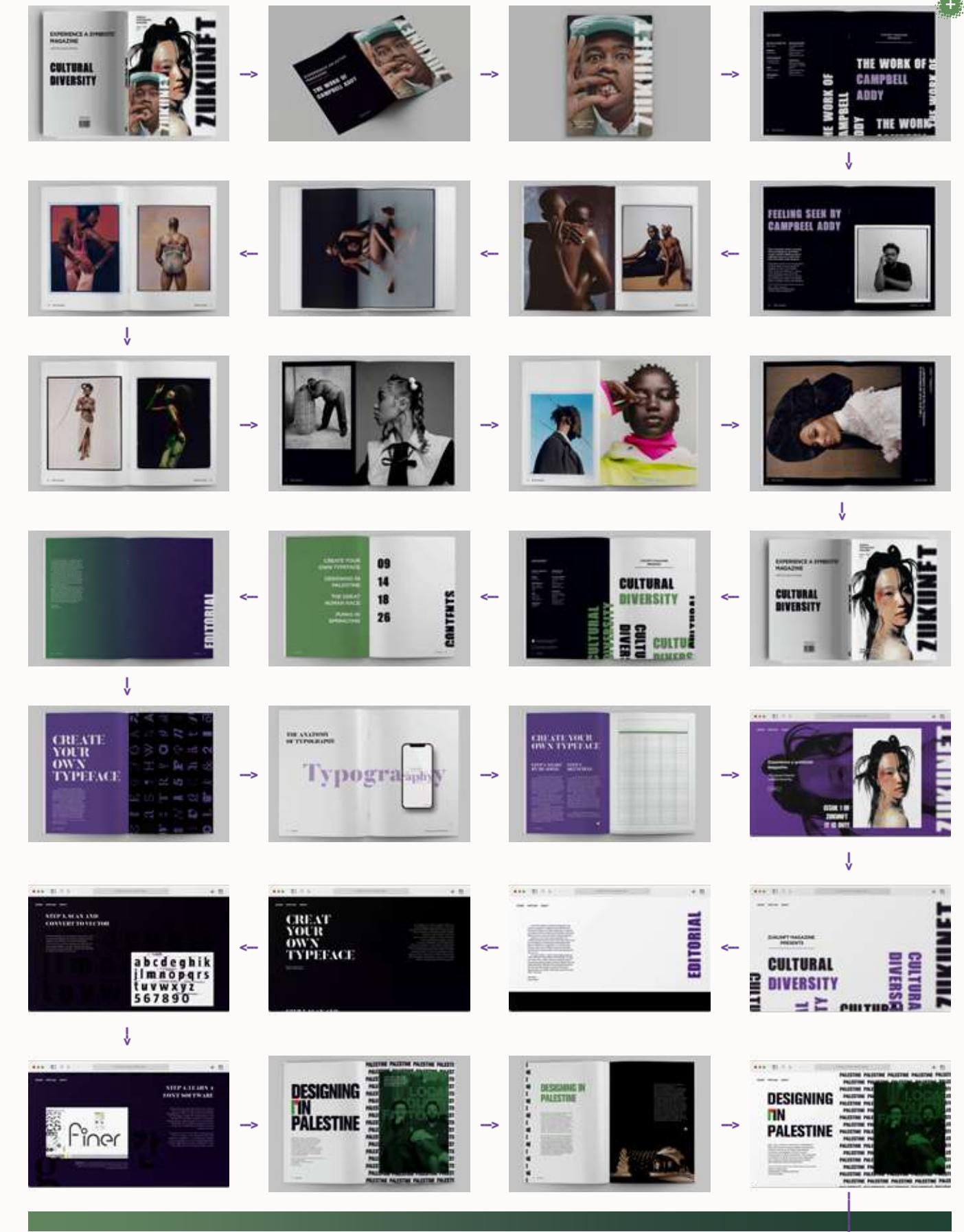


Figura 90. Processo de experiência da revista final.

Aqui continuo a demonstrar o processo que o utilizador deve fazer para experienciar corretamente a revista, que deve transitar entre ambos os formatos, juntamente do telemóvel, com a realidade aumentada.

Desta forma, os utilizadores conseguem experienciar realmente o que eu tinha idealizado ao escolher e elaborar este objeto, uma simbiose editorial (figura 91).

Algo que eu também apostei foi numa narrativa visual ao longo da revista. Elaborei esta narrativa ao apresentar primeiro a *Mini Zukunft* que contem tons mais escuros, e depois ao transitar para a *Zukunft*, esta já tem mais páginas a branco e nota-se alguma diferença em geral. Depois nesta tento fazer transições entre a utilização do verde e do roxo. Além disso, apresento os artigos de design primeiro e em seguida os artigos de fotografia, consequentemente é visível um crescendo do uso da fotografia.

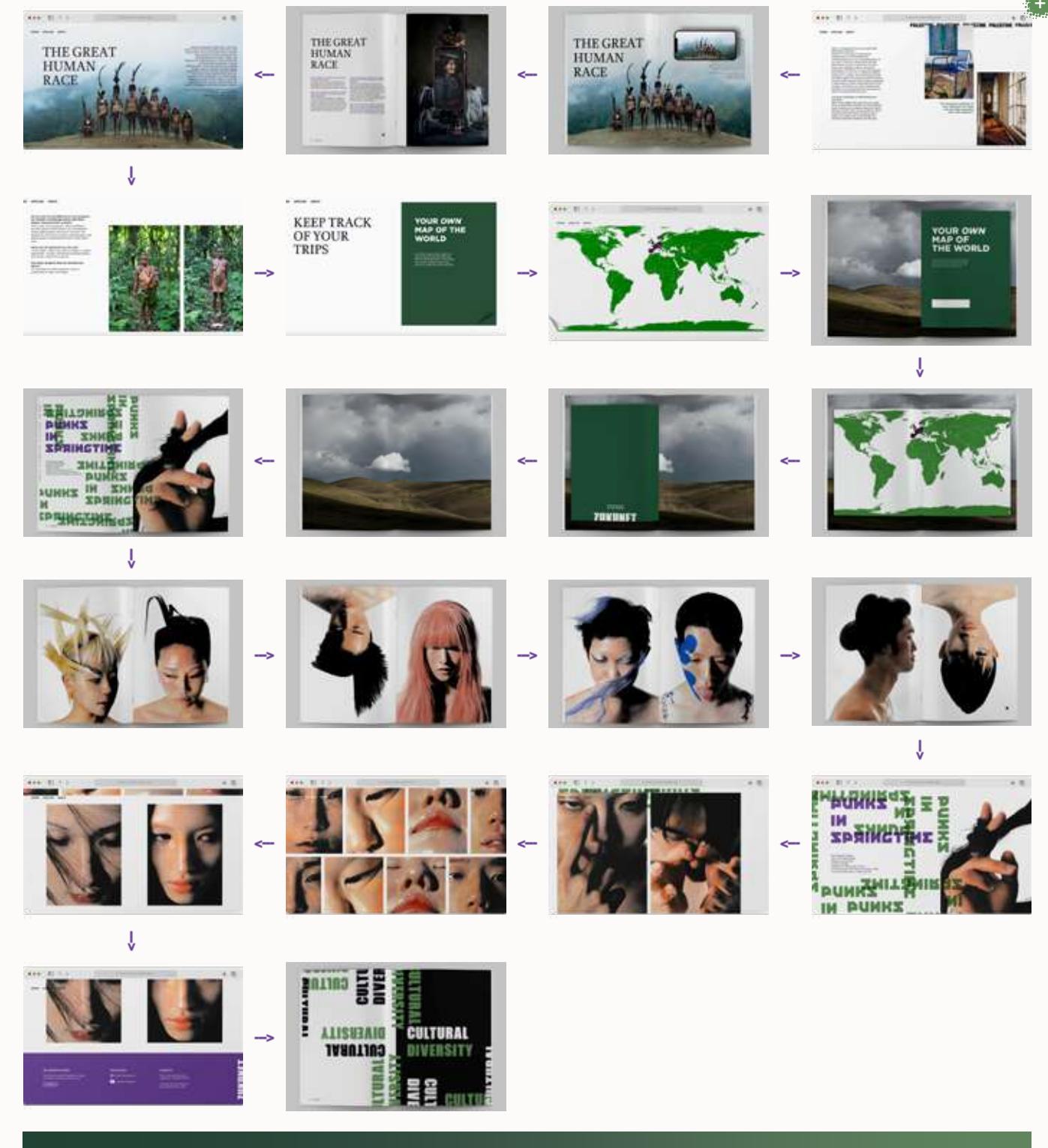


Figura 91. Processo de experiência da revista final.

REFLEXÕES FINAIS

REFLEXÕES FINAIS

O meu grande objetivo desde início era a criação de uma simbiose editorial, visto que mediante as motivações que me levaram a escolher esta área e este tema, esta pareceu-me a melhor solução para os problemas que encontrei.

O possível triste futuro dos formatos físicos, a padronização dos formatos online e a falta de investimento e interesse pelas revistas foram as maiores motivações para prosseguir com este objeto. A minha intenção foi então reviver os formatos físicos e evoluir os formatos digitais, ao criar uma revista com dois formatos, um físico e um digital de modo a promover uma simbiose editorial.

Este trabalho foi bastante interessante e benéfico, e ensinou-me a verdadeira importância da investigação histórica e teórica num projeto de design. A justificação de todas as minhas escolhas estéticas ou técnicas, também foi algo que sinto que melhorei ao desenvolver tanto a Zukunft (figura 92), como este dossier documental.

A minha maior dificuldade em desenvolver este trabalho, foi integrar os elementos tecnológicos em papel, visto que é algo difícil, e talvez utópico, e só iria fazer com que o preço dos formatos físicos aumentassem, e desta forma o desinteresse poderia aumentar.

Ao longo deste projeto, divaguei várias vezes, e por vezes esqueci-me do meu objetivo inicial, ao fazer duas revistas em formatos diferentes, e separava muito ambos os formatos, desta forma só os estava a diferenciar e afastar, quando a minha intenção era precisamente uni-los.

Penso que neste projeto e em todo o seu desenvolvimento, foquei-me mais no formato físico, do que o formato digital, talvez porque seja o formato desvanecido, e pessoalmente mais interessante, mas o formato digital merecia uma atenção idêntica.

Alguns acréscimos e melhoramentos futuros que o meu objeto poderia sofrer seria mais investimento na utilização da realidade aumentada, pois eu acho que é uma boa interação entre o objeto e o utilizador; maior utilização de materiais diferentes e texturas diferentes, como por exemplo, ter uma edição especial de tipos de impressões variadas e a integração de componentes diferentes como e-ink, ecrãs, sons, entre muitos outros.

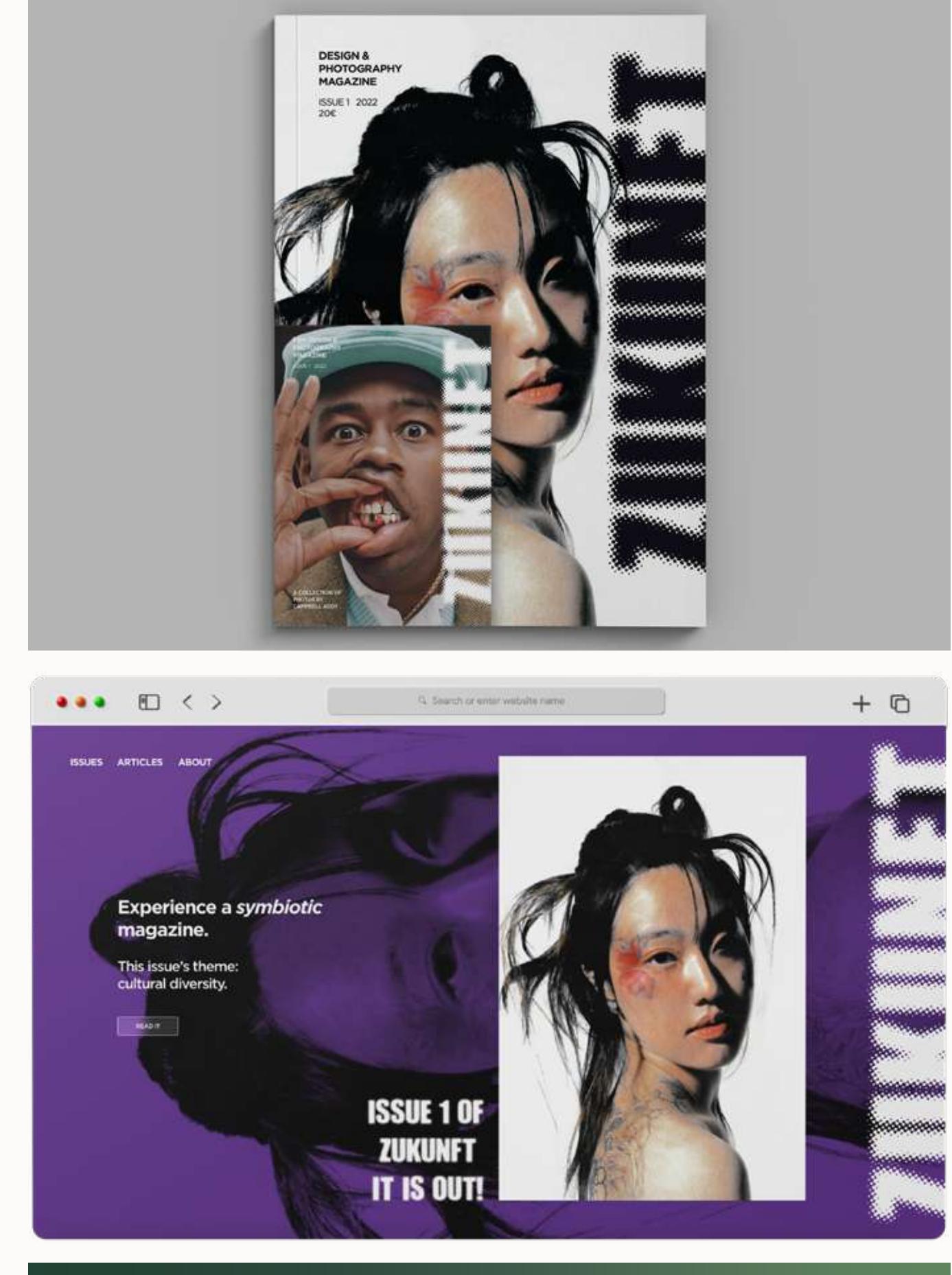


Figura 92. Capas da Zukunft Magazine.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrews, E. (2015, 15th July). *Why is purple considered the color of royalty?*. [Weblog]. Retrieved 3 April 2022, from <https://www.history.com/news/why-is-purple-considered-the-color-of-royalty>

Arbel, T. (2020, 27th July). *Oprah's O Magazine to end regular print editions after 20 years*. [Weblog]. Retrieved 29 March 2022, from <https://www.pbs.org/newshour/arts/oprahs-o-magazine-to-end-regular-print-editions-after-20-years>

Bakya. (s.d.). *Punks in Springtime*. [Weblog]. Retrieved 13 May 2022, from <https://www.infringe.com/punks-in-springtime/>

Barber, K. (2018, 14th November). *Seventeen Magazine Eliminating Frequency After 74 Years in Print*. [Weblog]. Retrieved 29 March 2022, from <https://archive.foliomag.com/seventeen-print-cut-special-issues/>

Behrens, A. (2018, 17 July). *Positive and negative impact of print media*. [Weblog]. Retrieved 15 March 2022, from <https://positivenegativeimpact.com/print-media>

Bezerra, J. (s.d.). *Povos Bárbaros*. [Weblog]. Retrieved 12 March 2022, from <https://www.todamateria.com.br/povos-barbaros/>

Brennan, O. (2022, 26 April). *11 Beautiful Photo Books to Buy This Spring*. [Weblog]. Retrieved 13 May 2022, from <https://www.anothermag.com/art-photography/14057/beautiful-photo-books-to-buy-this-spring>

Britannica. (s.d.). *Magazine publishing*. Retrieved 12 March, 2022, from <https://www.britannica.com/topic/publishing/Magazine-publishing>

British library. *Where did writing begin?*. [Weblog]. Retrieved 12 March 2022, from <https://www.bl.uk/history-of-writing/articles/where-did-writing-begin>

Buciuman, L. (2020, 29 December). *History of newspapers From the first one published to the Digital Age*. [Weblog]. Retrieved 12 March 2022, from <https://blog.flipsnack.com/history-of-newspapers/>

Clarke, J. (2021, 8 November). *Font design: 17 top tips to create your own typeface*. [Weblog]. Retrieved 13 May 2022, from <https://www.creativebloq.com/typography/design-your-own-typeface-8133919>

Cambridge Dictionary. (s.d.) *Meaning of editorial in English*. Retrieved March 15, 2022, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/editorial>

Cass, J. (2010, 23 November). *How To Make Your Own Fonts*. [Weblog]. Retrieved 13 May 2022, from <https://justcreative.com/how-to-make-your-own-fonts/>

Conroy, V. (2022, 26 April). *11 Beautiful Photo Books to Buy This Spring*. [Weblog]. Retrieved 9 June 2022, from <https://www.anothermag.com/art-photography/14057/beautiful-photo-books-to-buy-this-spring>

Coroi, P. (2016, 19 May). *5 useful design tips from the "Father of Grunge" - David Carson*. [Weblog]. Retrieved 14 March 2022, from <https://blog.flipsnack.com/5-useful-design-tips-from-the-father-of-grunge-david-carson/>

Clarke , A. (2020, 2 May). *Inspired Design Decisions With Neville Brody: Design Cannot Remain Neutral*. [Weblog]. Retrieved 13 March 2022, from <https://www.smashingmagazine.com/2020/03/inspired-design-decisions-neville-brody/>

Danziger, P. (2020, 13rd December). *Ikea Cancels Its Catalog, Putting A Road Block On The Customer Journey*. [Weblog]. Retrieved 29 March 2022, from <https://www.forbes.com/sites/pamdanziger/2020/12/13/ikea-cancels-its-catalog-putting-up-a-road-block-on-the-customer-journey/?sh=a1658a84a799>

Dxd. (2020, 29 December). *Portugal pelo lápis de Sebastião Rodrigues*. [Weblog]. Retrieved 14 March 2022, from <https://dxd.pt/portugal-pelo-lapis-de-sebastiao-rodrigues/>

Filippova, A. (s.d.). *ReadyMag Stories Willy Fleckhaus*. [Weblog]. Retrieved 14 March 2022, from <https://readymag.com/designstories/willy-fleckhaus/frankfurt-allgemeine-magazin/>

Gavin, F. (2017, 8 September). *The Pioneering Female Art Director You've Never Heard Of*. [Weblog]. Retrieved 14 March 2022, from <https://www.anothermag.com/art-photography/10134/the-pioneering-female-art-director-youve-never-heard-of>

Harper, D. (s.d.). *Etymology of editorial*. *Online Etymology Dictionary*. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.etymonline.com/word/editorial>

Foskett, H. (s.d.). *A History of the Colour Purple*. [Weblog]. Retrieved 3 April 2022, from <https://www.artsandcollections.com/a-history-of-the-colour-purple//news/why-is-purple-considered-the-color-of-royalty>

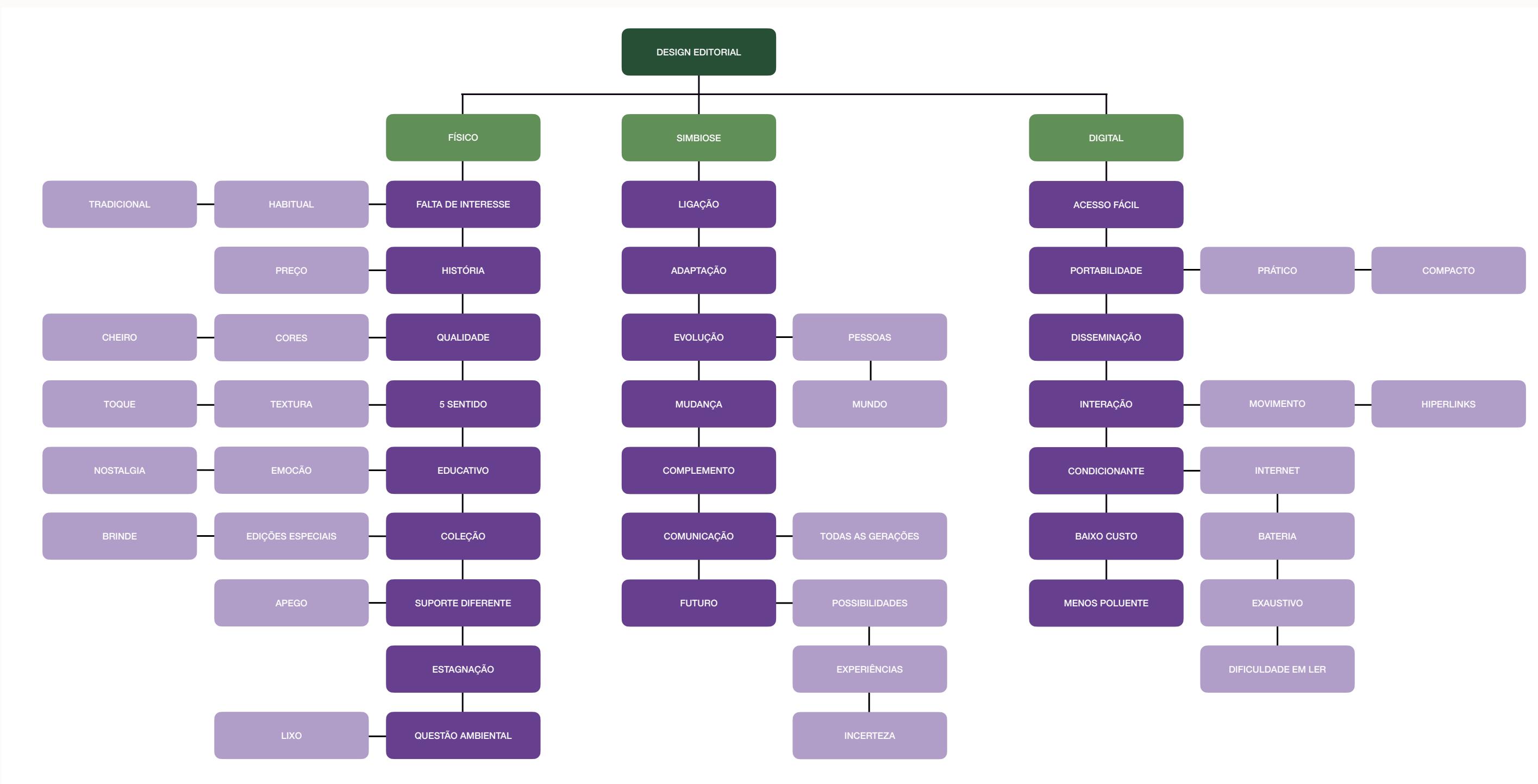
Herring, G. (2020, 9 April). *Morphological Typogram Programme*. [Weblog]. Retrieved 14 March 2022, from <https://go.distance.ncsu.edu/gd203/?p=51785>

- It's nice that. (2017, 18 July). *Design, Revolt, Rainbow: the pioneering work of graphic designer Willy Fleckhaus*. [Weblog]. Retrieved 14 March 2022, from <https://www.itsnicethat.com/features/willy-fleckhaus-design-rainbow-revolt-graphic-design-180717>
- Kohn , B. (2020, 18th March). *An Open Letter To Our Team And Partners*. [Weblog]. Retrieved 29 March 2022, from <https://medium.com/naked-open-letters-from-playboy/an-open-letter-to-our-team-and-partners-b859b1a4c663>
- Moneypot. (a). *These Magazines Will No Longer Be Printed In 2020*. Retrieved 29 March, 2022, from <https://www.moneypop.com/business/these-magazines-will-no-longer-be-printed-in-2020/?view-all&andro=1&ios=1&safari=1>
- Müller, J. (2021). *The History of Graphic Design*. Germany: Taschen.
- Oetting, J. (2020, 10 February). *17 Clever Print Ad Examples To Complement Your Digital Campaign*. [Weblog]. Retrieved 15 April 2022, from <https://blog.hubspot.com/marketing/interactive-print-ads>
- Oladoyin, E. (2018, 6th November). *Teen Vogue and their switch to the digital*. [Weblog]. Retrieved 29 March 2022, from <https://medium.com/@16011734/teen-vogue-and-their-switch-to-the-digital-7f7d5994c017>
- Paper&Packaging. (s.d.). *The Future of Print Magazines Has Arrived*. [Weblog]. Retrieved 12 March, 2022, from <https://www.howlifeunfolds.com/business-success/future-print-magazines-has-arrived>
- Paviotti, J. (2020). *Monges Copistas: como se conseguia um livro antes da invenção de Gutenberg*. [Weblog]. Retrieved 14 March 2022, from <https://iconografiadahistoria.com.br/2020/10/15/monges-copistas-como-se-conseguia-um-livro-antes-da-invencao-de-gutenberg/>
- Port. (s.d.). *PORT Magazine*. Retrieved 17 April, 2022, from <https://www.port-magazine.com/about/>
- Ray, D. (s.d.). *Designing in Palestine*. [Weblog]. Retrieved 13 May 2022, from <https://www.kinfolk.com/designing-in-palestine/>
- Rosa, O. (2014, 13rd October). *The Future of Print? Interactive Print Ads*. [Weblog]. Retrieved 3 April 2022, from <http://www.printingdeals.org/specials/interactive-print-ads.html>
- Roos, D. (2019, 28 August). *7 Ways the Printing Press Changed the World*. [Weblog]. Retrieved 12 March 2022, from <https://www.history.com/news/printing-press-renaissance>
- Scheider, T. (1994, 1 July). *Fuse*. [Weblog]. Retrieved 14 March 2022, from <https://www.wired.com/1994/07/fuse/>
- Soul. (s.d.). *Portuguese Soul*. Retrieved 17 April, 2022, from <https://portuguese-soul.com/2020/03/23/about-portuguese-soul/>
- Stanley, D. (2017, 29 September). *How Magazines Affect Our Society*. [Weblog]. Retrieved 15 March 2022, <https://classroom.synonym.com/how-magazines-affect-our-society-12083997.html>
- Stewart, J. (2016, 8 December). *Interview: Powerful Portraits of Indigenous Tribes From Around the World*. [Weblog]. Retrieved 13 May 2022, from <https://mymodernmet.com/mattia-passarini-portraits-remote-places/>
- Tesema, F. (2020, .). *10 Iconic Playboy Magazine Covers To Mark The End Of An Era*. [Weblog]. Retrieved 29 March 2022, from <https://www.hightsnobiety.com/playboy-magazine-print-ending/>
- University of Minnesota. (2010). *History of Magazine Publishing*. [Weblog]. Retrieved 13 March 2022, from <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/chapter/5-2-history-of-magazine-publishing/>
- Vasava. (s.d.). *Editorial Design*. Retrieved 12 March, 2022, from <https://www.vasava.es/en/editorial-design>
- Weprin, A. (2022, 9th February). *Entertainment Weekly, InStyle to End Print Editions Following IAC Acquisition, 200 Layoffs Planned*. [Weblog]. Retrieved 29 March 2022, from <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/entertainment-weekly-instyle-print-ending-1235089856/>
- What's new in publishing. (2021, 4 February). *Magazines still have a future But it's very different from their past*. [Weblog]. Retrieved 14 March 2022, from <https://whatsnewinpublishing.com/magazines-still-have-a-future-but-its-very-different-from-their-past/>

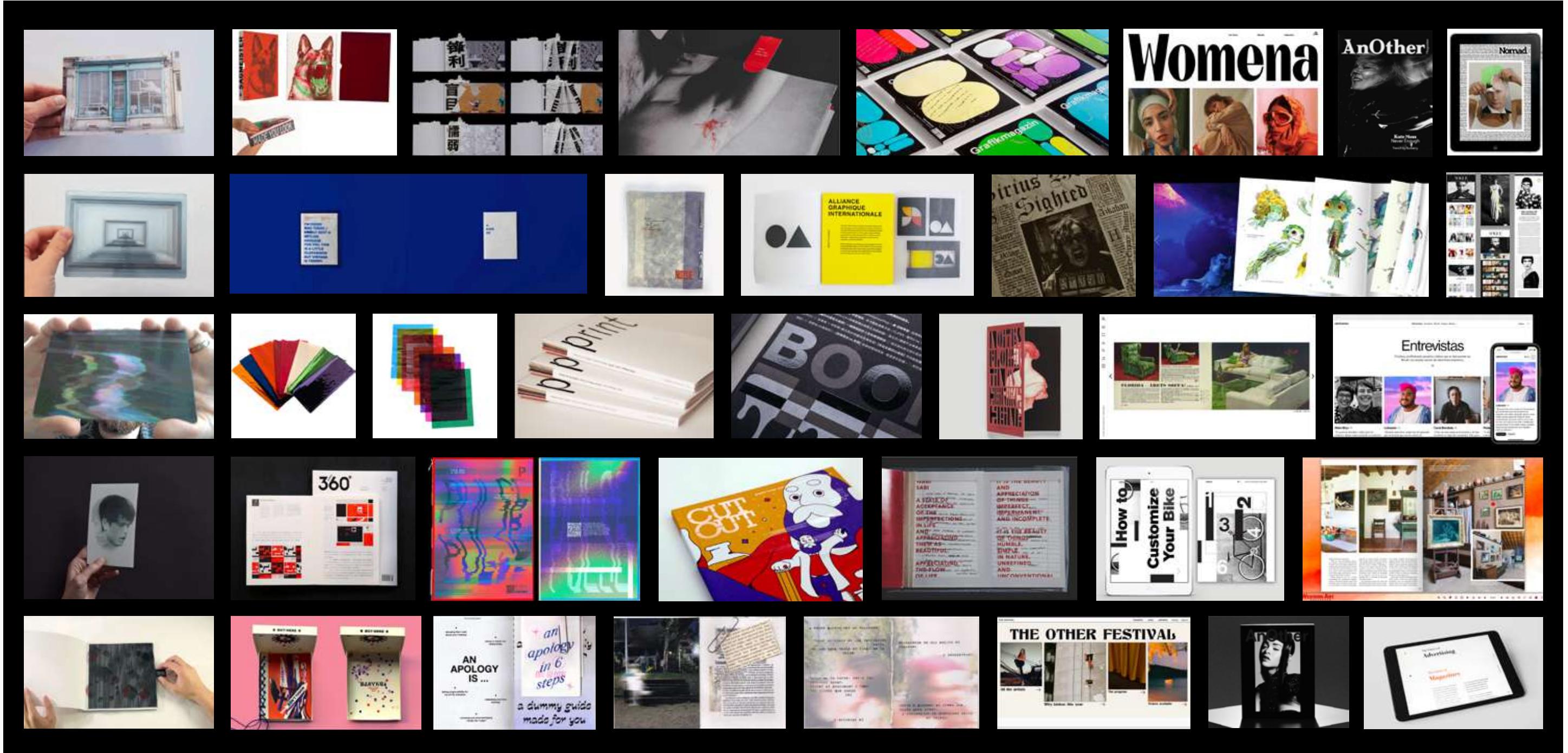
REFERÊNCIAS DE FIGURAS

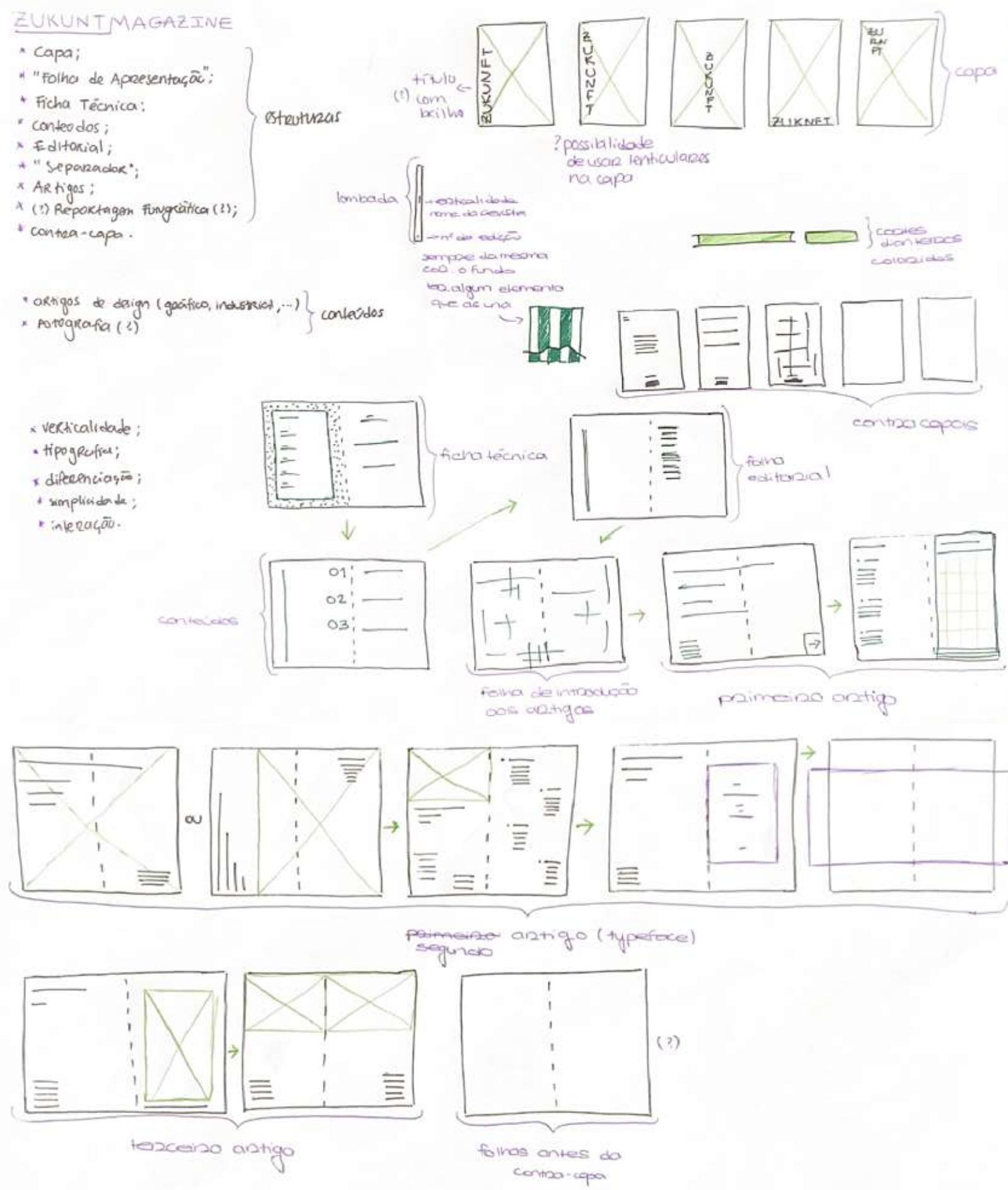
- Ads of the World. (2011). *Publicação de Shikun e Binui*. [Photograph]. https://www.adsoftheworld.com/media/print/shikun_binui_sun_light
- Alamy. (s.d.). *Diversidade de formatos no design editorial*. [Photograph]. <https://www.britannica.com/topic/newspaper>
- Alfalfa Studio. (2020). *Capas da revista Almanaque*. [Photograph]. <https://alfalfastudio.com/2020/05/12/portuguese-design-legend-sebastiao-rodrigues/>
- Amin, O. (2018). *Fragmento da parede do túmulo de Seti I, com a escrita hieroglífica*. [Photograph] <https://www.worldhistory.org/image/8323/fragment-of-a-wall-decoration-from-the-tomb-of-seti-i>
- AnOther Magazine. (2017). *Capa e espelhos da revista Harper's Bazaar*. [Photograph]. <https://www.anothermag.com/art-photography/10134/the-pioneering-female-art-director-you've-never-heard-of>
- Anothermag. (s.d.) *Exemplo do formato físico, híbrido e digital da revista AnOther Magazine*. [Photograph]. <https://www.anothermag.com>
- British Museum. (s.d.). *Pedra com escrita cuneiforme do império de Nabucodonosor II*. [Photograph]. <https://britishmuseum.withgoogle.com/object/life-and-times-of-nebuchadnezzar-ii>
- Bumble. (2019). *Capa de Woolly, Here Magazine, Vehicle, Bumble Magazine e Airbnb Magazine*. [Photograph]. <https://bumble.com/en/the-buzz/introducing-bumble-mag>
- Casper. (s.d.). *Capa de Woolly, Here Magazine, Vehicle, Bumble Magazine e Airbnb Magazine*. [Photograph]. <https://spa.casper.com/woolly-magazine/#container>
- Cliche. (2012). *Capas da revista Ray Gun*. [Photograph]. [http://www.revistacliche.com.br/2012/02/design-grafico-como-poiesia/david-carsons-ray-gun/](http://www.revistacliche.com.br/2012/02/design-grafico-como-poesia/david-carsons-ray-gun/)
- Domestika. (2020). *Primeira e última capa do catálogo do IKEA*. [Photograph]. <https://www.domestika.org/pt/blog/5839-o-catalogo-ikea-ao-longo-de-7-decadas>
- Doyoureadme. (s.d.). *Exemplo do formato físico, híbrido e digital da revista AnOther Magazine*. [Photograph]. <https://doyoureadme.de/shop/fashion/another-magazine-41-a-w-2021?v=3a52f3c22ed6>
- E-codices. (2011). *Página de um livro de 1459*. [Photograph]. <http://www.e-codices.unifr.ch/en/list/one/sbs/min0098#details>
- Folio. (2008). *Exemplo de falta de diversidade*. [Photograph]. <https://archive.folionmag.com/what-i-learned-about-women-s-magazines-flipping-through-4-628-pages-them/>
- Getty. (2016). *Diamond Sutra (868)*. [Photograph]. http://www.getty.edu/visit/cal/events/ev_992.html
- HereMagazine. (s.d.). *Capa de Woolly, Here Magazine, Vehicle, Bumble Magazine e Airbnb Magazine*. [Photograph]. <https://www.heremagazine.com/articles/heremagazine-issue-02-launch>
- Highsnobiety. (2020). *Primeira capa da Playboy*. [Photograph]. Retrieved from: <https://www.hightsnobiety.com/p/playboy-magazine-print-ending/>
- História do Mundo. (s.d.). *Guttenberg e a prensa*. [Photograph]. <https://www.historiadomundo.com.br/idade-moderna/invencao-imprensa.htm>
- IKEA. (s.d.). *Diversidade de formatos no design editorial*. [Photograph]. <https://www.ikea.com>
- It's Nice That. (2017). *Capas da revista Frankfurter Allgemeine Magazin*. [Photograph]. <https://www.itsnicethat.com/features/willy-fleckhaus-design-rainbow-revolt-graphic-design-180717>
- It's Nice That. (2017). *Capas da revista Twen*. [Photograph]. <https://www.itsnicethat.com/features/willy-fleckhaus-design-rainbow-revolt-graphic-design-180717>
- Magg. (2020). *Loja Under The Cover*. [Photograph]. Retrieved from: <https://magg.sapo.pt/cultura/artigos/14-lojas-incríveis-para-os-verdadeiros-geeks-se-perderam>
- MasterClass. (2021, 22 April). *MasterClass de Carson*. [Youtube Video]. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=pJgvgD-vjlc> [Accessed 15 March 2022]
- Medium. (2017). *Capas da revista The Face*. [Photograph]. <https://medium.com/inkbot-design/neville-brody-f8b03288263a>
- Medium. (2019). *Capa de Woolly, Here Magazine, Vehicle, Bumble Magazine e Airbnb Magazine*. [Photograph]. <https://medium.com/airbnbmag/editors-picks-airbnb-magazine-favorites-of-2019-98ec49557cc1>
- Muir, H & McNeil, P. (2017). *Diversidade de formatos no design editorial*. [Photograph]. <https://www.itsnicethat.com/news/eye-magazine-muirmcneil-publication-graphic-design-290817>

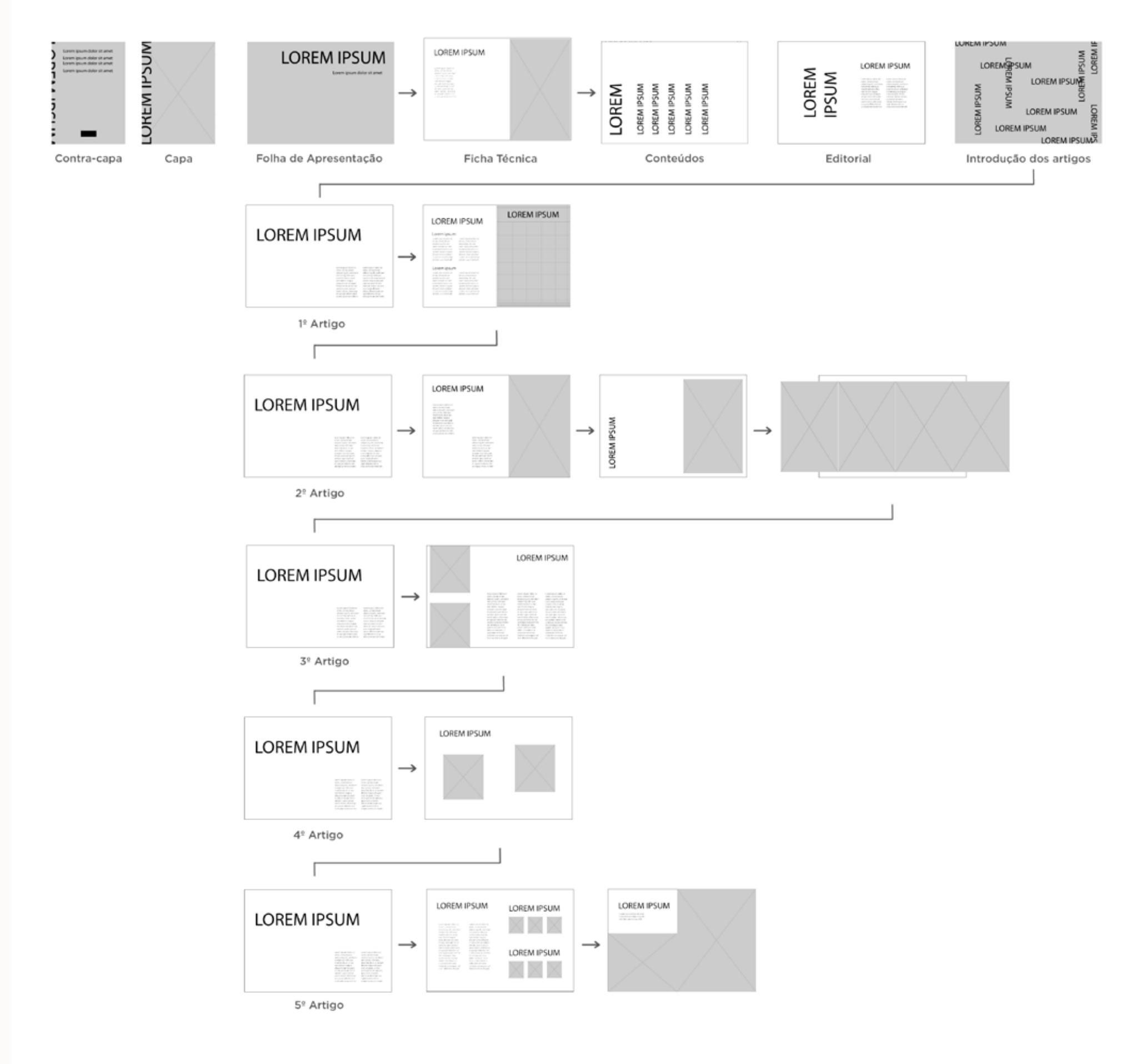
- New Idea. (2019). *Exemplo de notícias falsas*. [Photograph]. <https://www.newidea.com.au/ashton-kutcher-and-mila-kunis-split-in-touch-magazine>
- Nicole Livey. (s.d.). *Exemplo da grande demonstração de produtos e artigos*. [Photograph]. <https://www.nicolelivey.com/magazine-layouts>
- Numistral. (s.d.). *Capa do primeiro jornal (1609)*. [Photograph]. <https://www.numistral.fr/ark:/12148/bpt6k9400607r.image>
- Oetting, J. (2020). *Publicação da Lexus*. [Photograph]. <https://blog.hubspot.com/marketing/interactive-print-ads>
- Pentagram. (2016). *Diversidade de formatos no design editorial*. [Photograph]. <https://www.pentagram.com/work/circular-19/story>
- PhotoBookCorner. (s.d.). *Loja Photo Book Corner*. [Photograph]. Retrieved from: <https://photobookcorner.com/pages/about-us>
- Ramsay, C. (2020). *Baralho de cartas e puzzle*. [Youtube Video]. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=jC_NN4-Fbvo
- Rosa, O. (2014). *Livro Motion Silhouette*. [Photograph]. Retrieved from: <http://www.printingdeals.org/specials/interactive-print-ads.html>
- RTP Ensina. (2015). *Ilustração de monges copistas*. [Video]. <https://ensina.rtp.pt/artigo/a-vida-nos-mosteiros-e-a-producao-de-manuscritos-medievais/>
- Runemadsen. (2014). *Capa e espelhos do livro Karl Gerstner: Designing Programmes*. [Photograph]. <https://runemadsen.com/blog/karl-gerstner-designing-programmes>
- Shannon Hovick. (s.d.). *Capa de Woolly, Here Magazine, Vehicle, Bumble Magazine e Airbnb Magazine*. [Photograph]. <https://www.shannonhovick.com/vehicle-magazine>
- String Fixer. (s.d.). *Bíblia de Gutenberg, na Biblioteca Pública de Nova Iorque (1847)*. [Photograph]. https://stringfixer.com/pt/Gutenberg_Bible
- StringFixer. (s.d.). *Primeira edição The Ladies' Home Journal (1891)*. [Photograph]. Retrieved from: https://stringfixer.com/pt/The_Ladies_Home_Journal
- Stylus. (2015). *Exemplo do formato físico, híbrido e digital da revista AnOther Magazine*. [Photograph]. <https://www.stylus.com/xngvlg>
- TheGuardian. (2019). *Capas da revista The Face*. [Photograph]. <https://www.theguardian.com/fashion/2019/apr/04/it-was-madness-it-was-brilliant-the-irrepressible-spirit-of-the-face-by-the-people-who-made-it>
- TimeGraphics. (s.d.). *Dibao (202 a.C.)*. [Photograph]. <https://time.graphics/event/2179584>
- TimeToast. (s.d.). *Capa da primeira revista (1663)*. [Photograph]. <https://www.timetoast.com/timelines/history-of-regional-magazines>
- Tumblr. (2016). *Acta Diurna (59 a.C.)*. [Photograph]. <https://romeneverfell.tumblr.com/post/136688164477/avgustaoktavia-acta-diurna-latin-daily-acts>
- Twitter. (2018). *Baralho de cartas e puzzle*. [Photograph]. Retrieved from: <https://twitter.com/actuallynph/status/1017074380734689280>
- Typographica. (2012). *Embalagem, poster e espelho da revista FUSE*. [Photograph]. <https://typographica.org/typography-books/fuse-1-20/>
- Under Consideration. (s.d.). *Sappi The Standard Volume 5*. [Photograph]. <https://www.underconsideration.com/fpo/archives/2012/04/sappi-fine-papers-the-standard-issue-5.php>
- Yassin, A. (2016). *Diversidade de formatos no design editorial*. [Photograph]. <https://www.behance.net/gallery/41128701/Van-Gogh-Museum-Brochure>
- Yoox. (2015). *A View of the Future, AnOther Magazine (2015)*. [Youtube Video]. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=OnbYDckhDoE> [Accessed 15 March 2022].

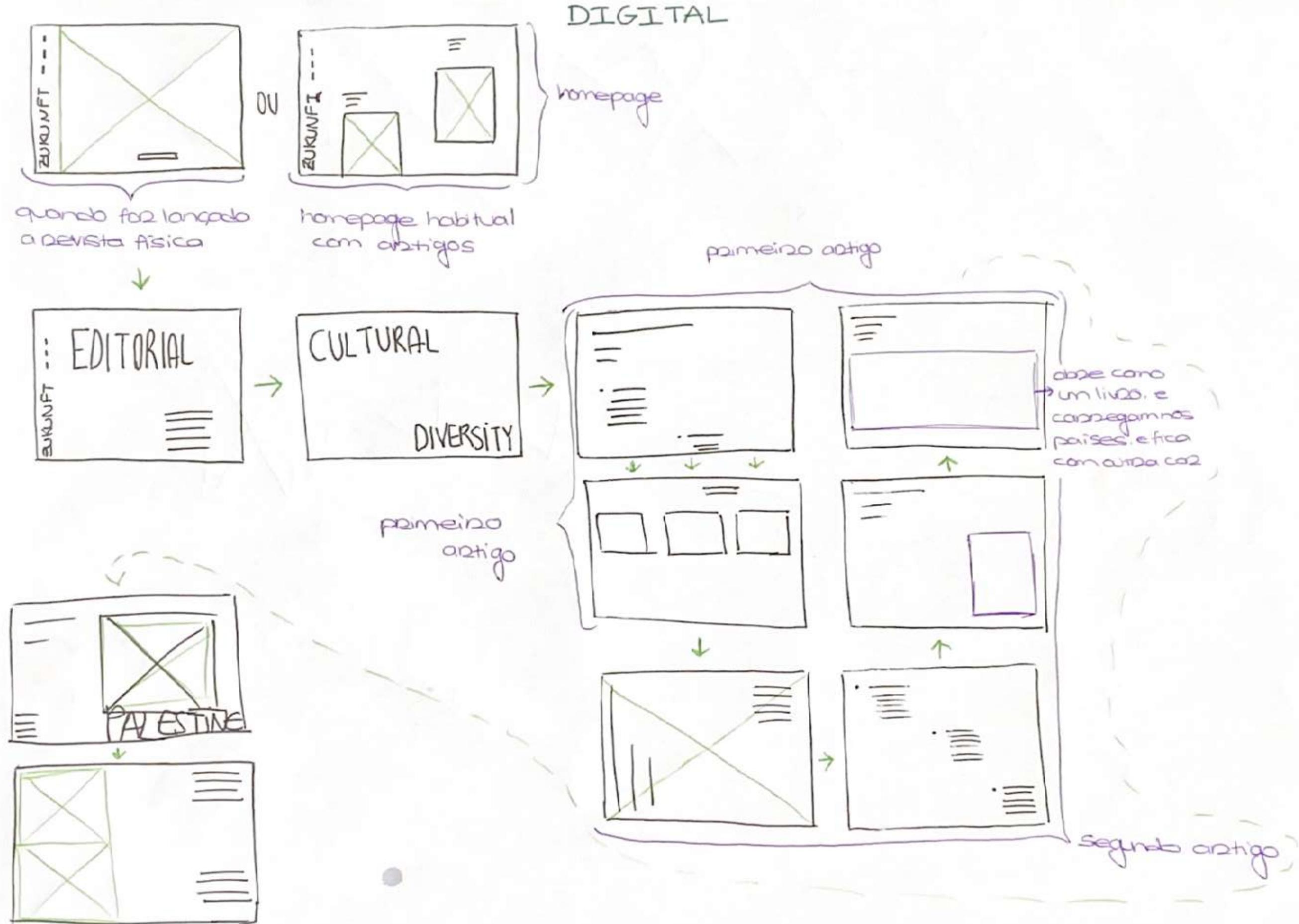


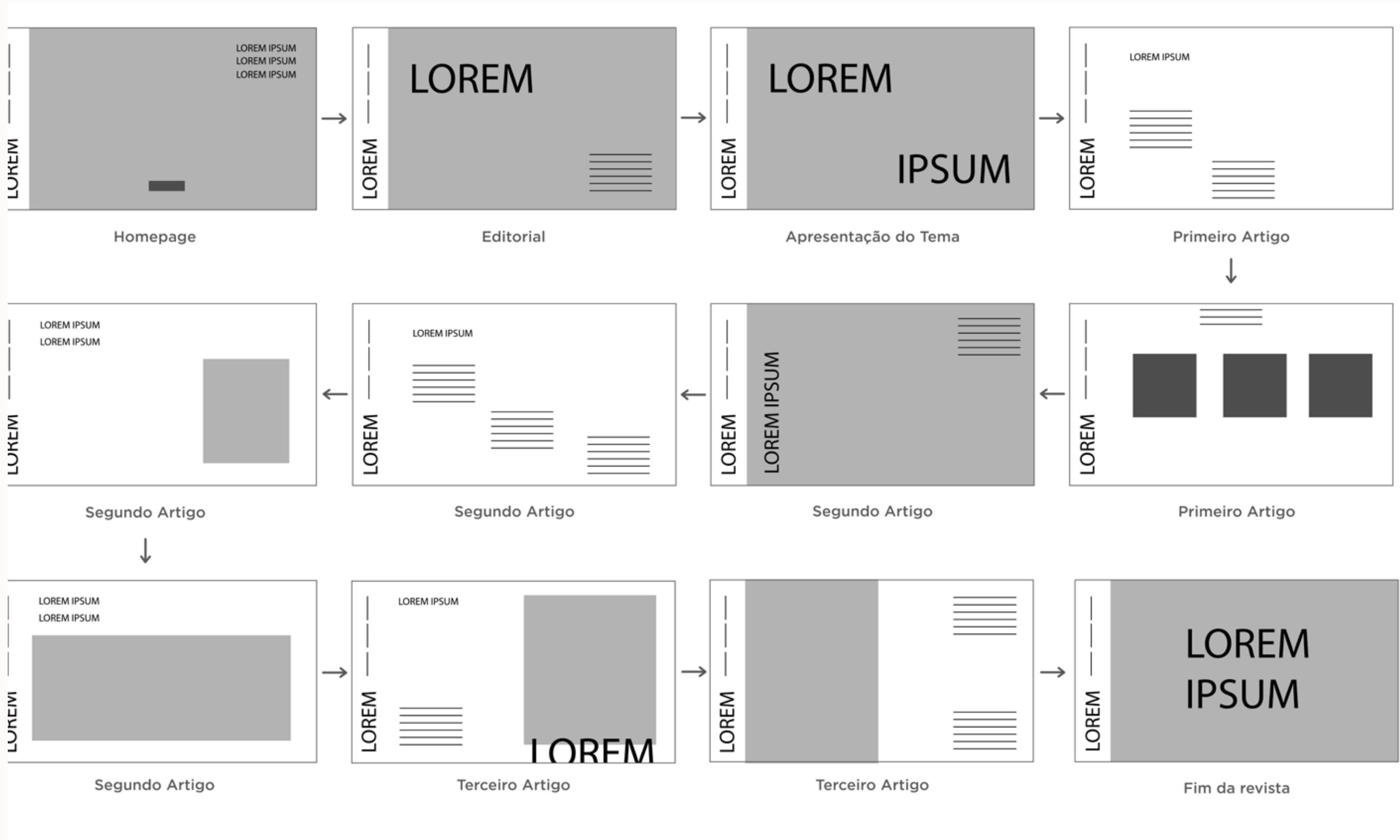
VOLTAR





[VOLTAR](#)





VOLTAR

ZUKUNFT MAGAZINE

TIPOGRAFIA

Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa
 Gotham Book Gotham Bold Gotham Black Butler Black Akzidenz-Grotesk BO Bold Proforma Medium
DOTIMPACT

PALETA CROMÁTICA



GRELHA

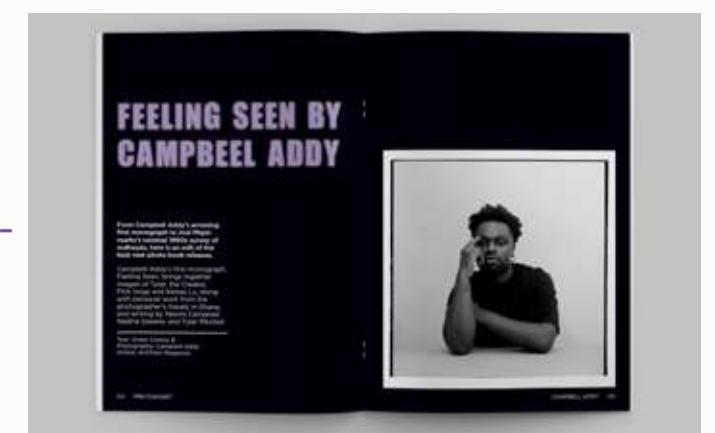
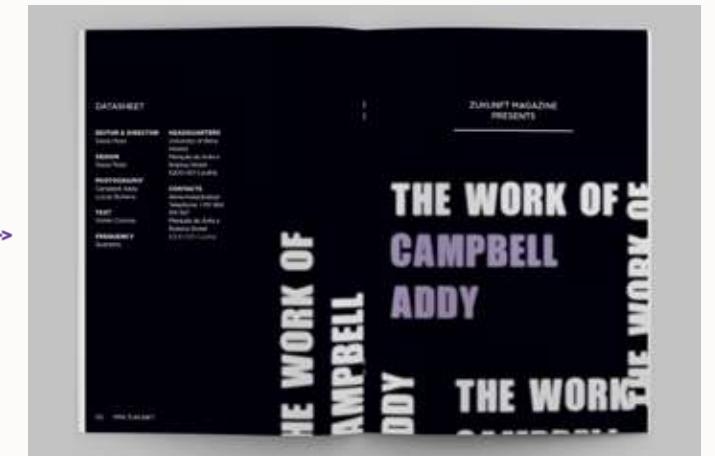


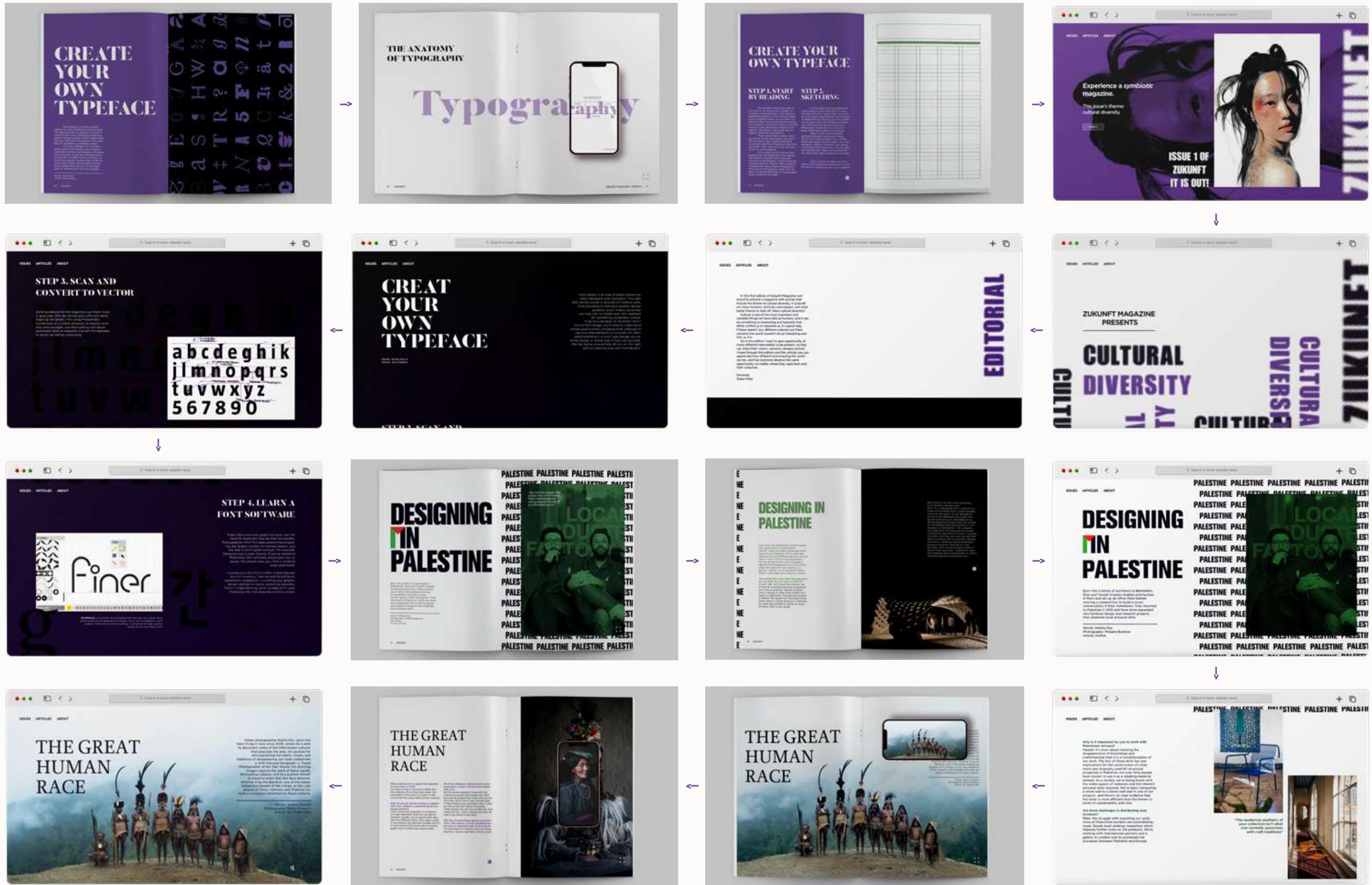
MATERIAIS E ELEMENTOS ADICIONAIS

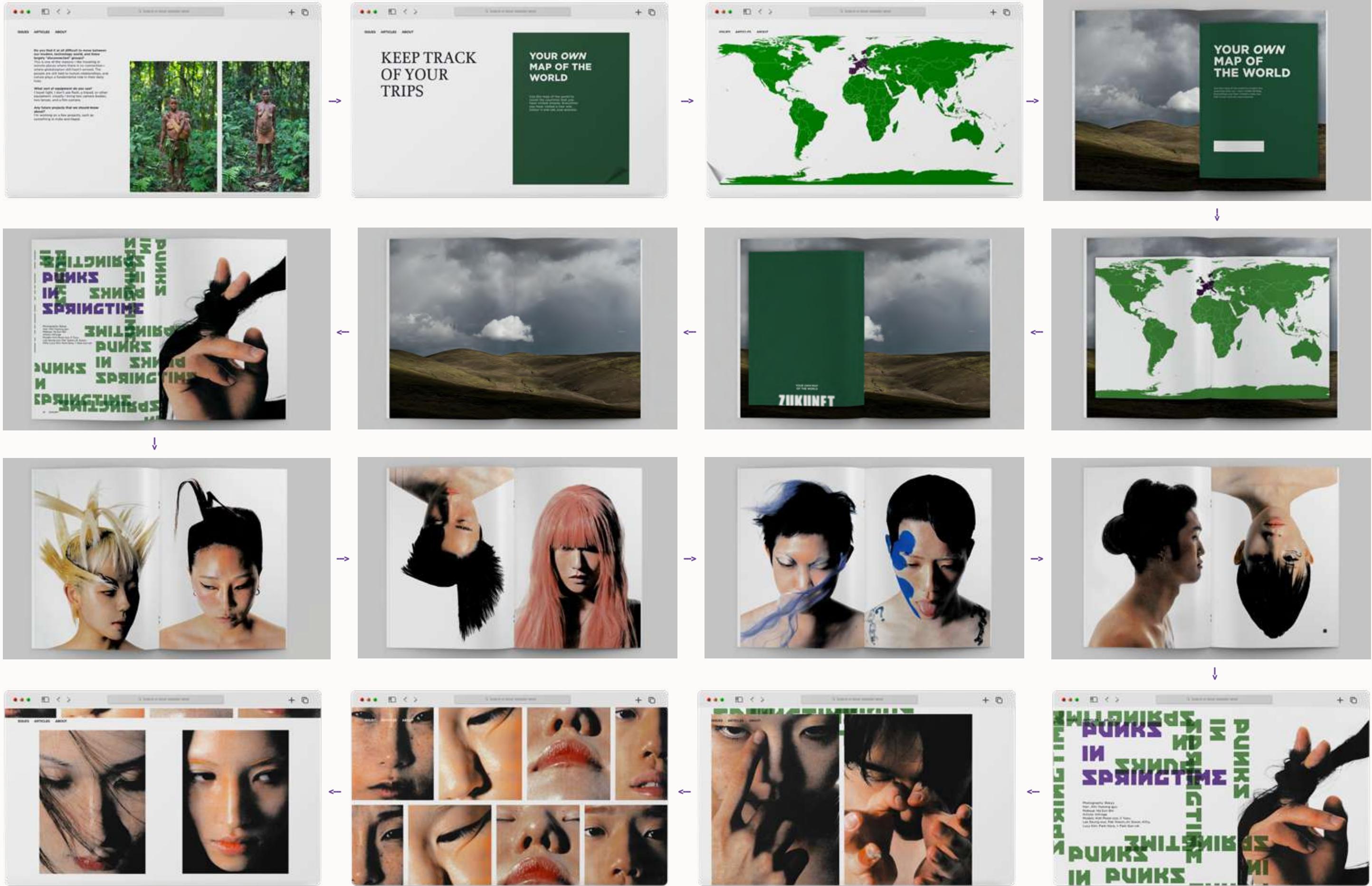


ÍCONES E BOTÕES









VOLTAR



VOLTAR

EDITORIAL DESIGN

EDITORIAL DESIGN

EDITORIAL DESIGN

EDITORIAL DESIGN

EDITORIAL DESIGN

EDITORIAL DESIGN