



## **A Ilustração no projeto gráfico das capas da revista Piauí<sup>1</sup>**

Lídia Farias LIMA<sup>2</sup>

Norton FALCÃO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **RESUMO**

As ilustrações são um importante elemento gráfico do design gráfico contemporâneo, tendo sido influenciada ao longo dos anos por diversos movimentos artísticos e gráficos. A partir da análise de três edições da revista Piauí, tentará se fazer perceber a influência da ilustração na disposição dos elementos da capa e a sua apropriação de vanguardas artísticas, podendo ser percebido o design ousado das capas da revista Piauí.

**PALAVRAS-CHAVE:** ilustração; design gráfico; revista; comunicação visual.

### **1. Comunicação Visual**

A comunicação visual se encontra em todas as mensagens transmitidas pelas imagens que vemos ao longo de nossa vida. Segundo Faggiani (2006), “é tudo aquilo que se manifesta através da utilização de componentes visuais, como: signos, imagens, desenhos, gráficos, ou qualquer coisa que possa ser vista através de meios bidimensionais”.

Entretanto, a comunicação visual pode se dar de duas formas: a casual e a intencional, o que vai depender do contexto em que determinada imagem está inserida.

A comunicação casual pode ser livremente interpretada por quem a recebe, seja ela uma mensagem científica ou estética, ou de outro tipo. Ao contrário, a comunicação intencional deveria ser recebida na totalidade do significado pretendido pela intenção do emissor. (MUNARI, 2001, p. 65).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ - 8 Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 3º. semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do ICA-UFC, email: [lidialif@gmail.com](mailto:lidialif@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda do ICA-UFC, email: [fnortonf@gmail.com](mailto:fnortonf@gmail.com)



As mensagens visuais se configuram como uma parte da comunicação visual em que um emissor as emite e um receptor as recebe. Essas mensagens visuais podem ser divididas em três níveis: representacional, abstrato e simbólico.

O representacional está relacionado com aquilo que vemos e identificamos no ambiente e na experiência.

Aprendemos sobre coisas das quais não podemos ter experiência direta através dos meios visuais, de demonstrações e de exemplos em forma de modelo. (...) Não se faz necessária a intervenção de nenhum sistema de códigos para facilitar a compreensão, e de nenhuma decodificação que retarde o entendimento. (DONDIS, 2007, p 21)

O simbólico está intimamente ligado com a cultura do local onde os símbolos e signos e seus significados estão inseridos. São símbolos que vão dos mais básicos aos mais complexos, da imagem a escrita, e acompanham a evolução do homem.

Enquanto meio de comunicação visual impregnado de informação de significado universal, o símbolo não existe apenas na linguagem. Seu uso é muito mais abrangente. O símbolo deve ser simples e referir-se a um grupo, idéia, atividade comercial, instituição ou partido político. Às vezes, é extraído da natureza. (DONDIS, 2007, p 85)

Sendo assim, os símbolos carregam uma grande convenção cultural e social em seus significados, como: a bandeira representando o nacionalismo, a suástica o nazismo e a cruz o catolicismo.

O abstrato lida com elementos visuais reduzidos a seus componentes básicos e elementares. De acordo com Dondis (2007), trata-se da subestrutura, da composição elementar abstrata, e, portanto da mensagem visual.

Quando se vai compor uma imagem, independentemente das formas e técnicas utilizadas nessa produção, sempre um desses três níveis irá se sobrepor aos outros na formação da mensagem visual da imagem. O contexto em que a imagem está inserida e seus elementos é que irá definir qual nível se destaca mais que o outro.

A mensagem visual da obra, para ser melhor compreendida, pode ser decomposta em dois grupos: informação e suporte visual. O suporte visual compreende os elementos básicos da comunicação que são: ponto, linha, forma, direção, cor, tom, textura, dimensão e movimento. O conhecimento desses componentes básicos leva a um maior entendimento da obra como um todo ao analisá-la.



No projeto gráfico, a cor exerce grande importância, pois a ela estão relacionados três elementos: identificação, expressão e significação. Esses elementos tornam a cor um elemento funcional no desenho de uma página.

A cor é reconhecida como fator importante no poder de venda das capas. Exatamente quais cores geram as vendas mais altas, entretanto, infelizmente é impossível precisar.(...) Na banca de jornais lotada, qualquer coisa que chama a atenção pode funcionar: uma capa com um bloco de uma só cor venderá sempre bem – se se puder encontrar uma desculpa para fazê-la. (FRASER, 2007, p. 124)

As linhas descrevem formas básicas que pode ser três: círculo, triângulo equilátero e quadrado. Segundo Dondis (2007), cada uma das formas básicas tem suas características específicas, e a cada uma se atribui uma grande quantidade de significados. As formas básicas podem ser unidas para criar novas formas interessantes ou podem ser usadas separadamente.

## **1.2 – Técnicas Visuais**

As técnicas visuais podem ser divididas em quatro elementos: contraste, repetição alinhamento, e proximidade. Esses elementos são fundamentais para um bom planejamento visual do produto.

O contraste pode ser de tom, forma, cor, escola. Ele chama a atenção do receptor em seu antagonismo, fazendo dele um dos elementos mais importantes das técnicas visuais. Segundo Dondis (2006), desequilibra, choca, estimula, chama a atenção.

Os elementos visuais do design devem ser espalhados pelo material e ao mesmo tempo devem ter algum tipo de ligação entre eles, seja a cor, o tamanho, ou algum outro elemento de ligação. Esse elemento de ligação é que deve ser repetido entre os diferentes componentes do material.

Cada elemento da imagem deve ter uma ligação visual com outro elemento da página, deve haver um alinhamento entre os elementos. Isso dá a imagem uma aparência de limpeza, sofisticação e suavidade.

Na proximidade, os elementos com informações similares são agrupados deixando, assim, a página melhor organizada, e de forma mais fácil para se encontrar informações.



Esses elementos auxiliam bastante a organização de projeto gráfico de uma revista, que é de extrema importância, pois ele é que dá forma a identidade visual da revista, e de como ela será reconhecida pelo leitor, é a forma como a revista se expressa graficamente.

## **2 – Design Gráfico**

O design gráfico de uma publicação editorial como a revista Piauí a torna mais competitiva e mais atraente para o consumidor, ele deve ser fazer parte do produto, ser integrado a ele, pois vivendo em uma era de grande variedade de opções do mesmo produto, muitas vezes, é o design que vai definir que produto o consumidor selecionará no meio de tantas ofertas, ele é o diferencial entre um produto e outro.

Sendo, o design gráfico, uma combinação de vários elementos como: fotos, tipos, ilustrações, cores, pode-se dizer que o design gráfico é a arte de montar uma mensagem visual.

A produção de livros no fim do século XIX foi marcada pela corporação de artes e ofícios de William Morris. Como características marcantes tinham: o uso do trabalho artesanal, bordas e ilustrações em xilogravura e tipos marcantes.

Ainda no século XIX, design gráfico começou a tornar-se mais importante na história ainda no fim do século XIX, a partir do momento em que as técnicas de reprodução gráfica evoluíram, surgindo então, a Litografia que permitiu que se pudesse utilizar cores nos pôsteres, desenhar suas próprias letras e reproduzir mais e com uma qualidade melhor e imprimir grandes áreas uniformes.

O movimento decorativo *Art Nouveau*, que apareceu no fim do século XIX, uniu as artes gráficas ao design gráfico de forma mais visível. Os artistas desse movimento artístico muitas vezes eram chamados para fazer cartazes, pôsteres propagandísticos. A *Art Nouveau* era um estilo fluído, se utilizava de linhas elegantes, ornamentos em acordo com o seu contexto, curvas, cores frias, entre outras características. Os artistas desse movimento, como Mucha, Toulouse-Lautrec e Chéret tiveram uma grande produção gráfica de pôsteres, sendo estes, então, o principal meio de divulgação da *Art Nouveau*.



Os artistas de pôster demonstraram a liberdade estética e a ousadia criativa que se seguem ao primeiro contato com uma inovação técnica na área de produção e reprodução gráficas. Quando, o artista, em vez de utilizar caracteres tipográficos, desenhavam eles mesmos as letras dos textos, e quando se responsabilizavam por cada elemento no design que deveria ser reproduzido pela máquina, estavam praticando aquilo que mais tarde ficou conhecido como design gráfico. (HOLLIS, 2005, p 11)

Nesse movimento, segundo Kopp (2004), “estão presentes o casamento entre as artes aplicadas, artes clássicas, comunicação de massa, processos produtivos mais eficientes (cromolitografia) e tecnologia.”

No começo do século XX, com o avanço tecnológico em vários campos da ciência, ocorreu uma revolução nas artes visuais, que se apropriaram de vários desses avanços e os utilizaram em suas obras. Essas vanguardas artísticas do começo do século servem de inspiração para o design gráfico.

O Cubismo utiliza abstrações geométricas como forma de composição de suas imagens. As colagens de palavras e letras recortadas de jornais, e a sua mistura com as imagens pintadas, constituem outra característica que o design gráfico empresta do Cubismo, Kopp (2004).

O Futurismo, por sua vez, foi um movimento artístico que valorizava o desenvolvimento industrial e tecnológico, a velocidade, o contraste de cores, representava ações de movimento e sons por meio de tipos

Apesar de suas concepções visuais encontrarem expressão gráfica em fotografias de exposição múltipla e fotogramas, que trouxeram recursos vigorosos ao design nos anos 20, os futuristas deram pouca atenção à arte aplicada e sua tipográfica acompanhou os padrões dos cubistas e dadaístas. Talvez a contribuição mais significativa desse movimento tenha sido servir de ponte para o estilo Art Déco. (HURLBURT, 1980, p. 21)

O movimento Dada pregava a irreverência artística, o uso de vários formatos de expressão. Segundo Hurlburt (1980), o dada ajudou o design gráfico a se libertar das restrições retilíneas e reforçou a idéia cubista do uso da letra em sim mesma como uma experiência visual. Enquanto que o Surrealismo, vanguarda que ocorreu simultaneamente ao Dada, trabalhou intensamente com o inconsciente, representando o irracional e a fantasia, e abandonando as formas da realidade. Retratpu intensamente o universo dos sonhos, a loucura, e contribuiu muito para a comunicação visual.



Esses dois movimentos foram particularmente importantes para a ilustração, pois por serem vanguardas que transgressoras, com propostas inovadoras e diferentes, liberaram a mente dos artistas, fizeram com que eles ousassem mais em seus desenhos, pinturas e ilustrações.

Na Rússia, no período posterior ao da Revolução de 1917 se desenvolveu um movimento denominado Construtivismo Russo que procurava a integração entre as técnicas artesanais e a produção industrial, e fazia uso de formas geométricas.

Os construtivistas rejeitavam a idéia de que uma obra de arte era única. Para eles, isso era uma crença da velha sociedade burguesa. Armados de formas oriundas da nova pintura abstrata partiram para demolir a divisão entre a arte e o trabalho. A produção mecânica através de fotografias se adequava a sua ideologia. A reprodução industrial por meio das máquinas impressoras também convinha a seus objetivos de trabalharem todos juntos no estabelecimento do comunismo. (HOLLIS, 2005, p 45)

Os primeiros trabalhos em fotomontagem surgiram no período do Construtivismo Russo, também. Artistas como Rodchenko combinava fotografia com recortes de revistas ou Lissitzki que utilizou fotomontagens em grandes proporções e teve grande influência no design fora da Rússia. O fotojornalismo se desenvolve a partir dessas montagens fotográficas que unificavam fotos e tipos.

Em 1919, foi fundada a Escola de Artes e Ofícios de Weimar, mais conhecida como Bauhaus. Segundo Faggiani (2001) “o surgimento formal do design ocorre na escola alemã denominada Bauhaus”.

A Bauhaus, a pioneira das futuras escolas de design, era subsidiada pelo Estado alemão. Talvez por isso seus professores procurassem enfatizar a ordem, a hierarquia, o racionalismo, o anonimato do designer, a clareza e a harmonia das formas, a economia e a simplicidade de recursos.(CAUDURO, 2006, p.14)

Tendo uma proposta de layout mais enxuto, tipos sem serifa, racionalismo, ordem, dentre outros. A Bauhaus tinha a proposta também, de unir as formas diferenciadas de arte - escultura, pintura, artes e artesanato e ofícios - e fazê-las com que seus conceitos e fundamentos interagissem entre si na concepção de novos projetos.

Quando o Nazismo acendeu ao poder na Alemanha a Bauhaus foi fechada, e seus professores migraram para outros países, entre eles, principalmente para os Estados



Unidos, causando uma revolução nas artes e arquitetura. A Bauhaus, o De Stijl e o Construtivismo Russo, juntos, compuseram as bases do design gráfico moderno.

Na Suíça, surgiu o Estilo Internacional, nas décadas de 50 e 60 que utilizava uma diagramação assimétrica, clareza e ordem e tipos helvética. Essa escola tinha por características a padronização visual por meio de informações simples, concretas e racionais, com o objetivo de ser compreendida por todos.

O design moderno é assimétrico, retangular, administrado pela grade, usa tipos sem serifas, hierarquiza informações, tem a legibilidade como objetivo principal. O pós-moderno é eclético, redescobre elementos do passado, inclui o ruído, privilegia a atitude em detrimento da informação, é mais caótico e menos ordenado. (KOPP, 2004, p. 93)

Segundo Hurlburt, um dos efeitos do movimento artístico moderno foi a reavaliação da habilidade para o desenho na formação de artistas e designers. Houve uma mudança que colocou mais em vigência o desempenho criativo que o desempenho técnico, que foi uma mudança conduzida por ilustrações ligadas ao design da página impressa.

Na revista Piauí, podemos ver esse conceito de design pós-moderno aplicado nos desenhos que figuram nas capas da respectiva revista. As ilustrações não seguem um padrão específico, sempre são de estilos de desenho diferentes. Quando se presta um pouco mais atenção em suas capas pode-se perceber que dentro do seu universo de referências existem algumas tendências claras e clássicas atuando como: pop-art, quadrinhos, pinturas, desenho digital. Essa ecleticidade nas suas ilustrações acaba sendo um diferencial para a própria revista, chama mais atenção para ela, além do quê, as informações textuais da capa, sempre se adaptam as ilustrações presentes.

### **3 – A ilustração na revista Piauí.**

Mesmo quando ainda não havia um grande desenvolvimento tecnológico, a ilustração já estava presente nos materiais gráficos existentes, seja em manuscritos, livros antigos ou nos primeiros jornais. A ilustração, ao lado da pintura, servia para representar fatos reais ou não, personalidades e acontecimentos.



Com o crescente desenvolvimento tecnológico surgiram novas técnicas de representação de imagens como a fotografia, que é um meio mais prático e instantâneo de representação de imagens para a confecção de livros e revistas. Com o deslumbramento provocado pela facilidade técnica da fotografia frente a ilustração, ela foi sendo cada vez mais utilizada em detrimento da ilustração.

Com isso, os ilustradores que continuaram desenhando para revistas, passaram a ter maior liberdade de criação, não precisando mais ser tão fiéis a realidade, podendo inovar e se utilizar de formas menos conservadoras de desenho.

A afinidade natural entre o artista como ilustrador e o artista como designer tem estabelecido uma sólida ligação entre essas duas atividades, que, afinal, provou ser mais forte do que a relação entre o design e a fotografia. (HURLBURT, 1980, p. 120)

A função de contratar um ilustrador e repassar informações para ele sobre o que é necessário na capa é designada ao diretor de arte. Normalmente, a ilustração deve estar em harmonia com o texto, ela que deve se adaptar a ele. Mas, nas capas da revista Piauí, o que se percebe é o contrário: o texto sempre se adaptando a ilustração da capa.

A forma como é estruturada a interação entre textos e imagens deve ser feita de forma que as informações possam ser vistas com clareza e hierarquização, deve ainda, ser também, agradável de olhar.

A capa é como se fosse um pôster só que da revista, pois assim como o pôster transmite informações de um evento que acontecerá, a capa mostra informações do conteúdo da revista, ela é o que elemento atrativo dos leitores para a revista, é ela quem vai captar a atenção deles.

A capa é o cartão de visitas e a apresentação da revista: nas bancas, oferece-se ao público o primeiro elemento de atração e de julgamento. Muitas pessoas são levadas a adquirir o semanal exatamente porque os gostos revelem-se na escolha da capa. (RIBEIRO, 2007, p. 446)

Os valores relacionados com a publicação estão nas imagens de fundo, chamadas principais e secundárias, número, local, e onde se permite mostrar a marca.



Fig. 1 – Capas da revista Piauí. Da esquerda para a direita: edição novembro/2008, segundo Outubro/2009 e terceiro número Novembro/2009.

Fonte: <http://www.revistapiaui.com.br/download.aspx>

As imagens que compõem as capas da revista Piauí demonstram o conceito que a revista quer passar as pessoas que é a modernidade, a criatividade, o não conservadorismo, o desprendimento das convenções e do tradicionalismo. Na revista Piauí a capa é o primeiro elemento a transmitir ao leitor esses conceitos. É uma revista moderna que aposta em capas diferenciadas que mesclam diferentes estilos de desenho.

Na capa da edição 26, pode-se perceber o uso de uma ilustração crítica do artista Banksy<sup>4</sup> no estilo graffiti que, na sociedade contemporânea atual, está sendo discutido como forma de arte. Assim, a revista Piauí mostra, também, estar em sintonia com possíveis novas vanguardas artísticas no nosso século.

Nesta edição, existe a repetição da cor amarela no logotipo e nas chamadas. Não há uma chamada principal, e as secundárias foram organizadas e agrupadas nos espaços livres existentes na capa depois que a ilustração ali foi inserida. Elas estão do lado direito superior, e estão alinhadas a esquerda, e do lado direito inferior, alinhadas também à direita.

<sup>4</sup> Artista de rua inglês com grande reputação internacional.



Na edição 36, se vê um desenho inspirado em histórias em quadrinhos americanos, e o traço utilizado no desenho nos remete ao do americano Robert Crumb<sup>5</sup> em seus desenhos que são considerados referência *underground* dos quadrinhos até hoje.

A cor branca, nesse número, se repete no logotipo e nas chamadas secundárias. E a chamada principal também faz referência a ele, já que ele foi chamado para ilustrar o livro *Gênesis* baseado no primeiro livro da Bíblia. As chamadas secundárias encontram-se todas agrupadas e alinhadas à esquerda.

Na edição 38, é possível ver um peixe formado por bicicletas engolindo um caminhão. Esta é uma ilustração que tem notadamente influência dos surrealistas e das novas técnicas de projetos visuais em sua composição, se utilizando do imaginário do leitor e do seu subconsciente. Percebe-se ainda que as cores utilizadas na logomarca repetem as cores utilizadas nas bicicletas que compõem os peixes.

As chamadas principal e secundárias são agrupadas nos espaços vazios que a ilustração deixou na capa. Assim, a chamada principal está um pouco centralizada na parte inferior da capa, enquanto existem chamadas agrupadas do lado esquerdo superior com alinhamento à esquerda, e chamadas agrupadas do lado direito inferior com alinhamento à direita.

Com relação às cores utilizadas na capa, nota-se que as cores de fundo utilizadas são primárias, não existe a presença de texturas nelas, tornando-as completamente limpas. A cor de fundo utilizada também está sempre de acordo com a ilustração escolhida para ilustrar a capa, como na edição 26, onde o laranja nos remete a confiança, coragem e energia física, totalmente de acordo com o homem da ilustração, ou na edição 36, onde o vermelho que nos passa idéia de sentimentos fortes, está intimamente relacionado a ilustração do livro *Gênesis* inspirado na Bíblia, e por última a edição 38, onde como ilustração se utilizam os peixes, e como cor de fundo de capa, o azul. O azul que é da cor do mar, e passa idéia de tranquilidade, em sintonia com os peixes surrealistas da ilustração.

---

<sup>5</sup> Artista e ilustrador, reconhecido como um dos fundadores do movimento *underground* dos quadrinhos.



#### **4. Conclusão**

A Revista Piauí configura-se como uma revista ousada no cenário editorial brasileiro. Assim como seu projeto jornalístico tem uma proposta de ser mais literário, o seu projeto gráfico tem a proposta de ser mais parecido com vanguardas artísticas.

Assim, percebe-se como o seu projeto gráfico das capas é mutável, e como as Ilustrações têm um papel importante nisso. Existe grande interação entre ilustrações, textos e cores, e o próprio logotipo da revista está sempre em constante de mudança de cor, e é a ilustração que determina o local de todos os outros elementos da capa.

Essa reinvenção gráfica a cada número novo, através da adaptação das chamadas principal e secundária e das cores de acordo com a ilustração utilizada, torna-se o grande diferencial da revista Piauí, mostrando-a como uma revista contemporânea, que estimula a inovação das ilustrações que irão figurar na capa das suas edições.



## Referências Bibliográficas

CAUDURO, Flávio. Design Gráfico & Pós-Modernidade. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia. Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre: n.13, p.127-139, dez, 2000.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FAGGIANI, Katia. **O poder do design: da ostentação à emoção**. Brasília: Thesaurus, 2006

FRASER, Tom. **O guia completo da cor: livro essencial para a consciência das cores**. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2007.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. Trad. Carlos Daut. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Mosaico, 1980.

KOPP, Rudinei. **Design Gráfico Cambiante**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual**. São Paulo: Callis, c1995.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico**. Brasília, DF: LGE, 2007.