
A street fashion no Porto

Soluções editoriais para a Street Fashion

Mestrado em design de comunicação

Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos 

Sara Isabel Tavares Figueiredo

31 de Julho de 2012

A street fashion no Porto

Soluções editoriais para a Street Fashion

Sara Isabel Tavares Figueiredo

Orientada por:
Andrew Howard

31 de Julho de 2012

ÍNDICE

Resumo | Abstract 6 /7

Introdução 9

Enquadramento do
objecto de estudo

contextualização 13

Quadro teórico de
referência 19

Considerações
metodológicas

metodologias utilizadas 27

razões, pertinência e pro-
blemática das escolhas 29

Análise de material

análise do material existente 32

revistas 37

parâmetros de análise 39

análise do material 44

Clarificação de
conteúdos

definição dos suportes 107

primeiros testes visuais 109

definição dos meios, formatos
e enquadramentos 111

estruturação da entrevista 113

definição de conteúdos 116

nome 119

considerações sobre
formato 120

considerações sobre papel 124

considerações sobre fonte
tipográfica 127

considerações sobre
organização e layout 130

Considerações sobre
o objecto final 140

Conclusão 146

Referenciação
bibliográfica 148

Agradecimentos

Aos meus pais pela paciência, pela persistência e pelas críticas construtivas. Ao André Fabrício pela paciência, pela companhia e por não me deixar desistir, à Helena, minha irmã pelas advertências e chamadas de atenção e pelo apoio incondicional.

Ao meu orientador, Andrew Howard por não me deixar desistir e por me acompanhar a meio do processo e à Susanna Edwards pelo acompanhamento inicial fundamental para a estruturação de todo o projecto.

A todas as pessoas que participaram activamente no projecto e que me inspiraram tornando-o possível.

Keywords: Design, street fashion, Porto, editorial, photography.

Abstract

Fashion is commonly understood as being driven by an awareness of the ephemeral and present, is defined as the most intense definition of what is actuality, what it is today, now, and soon.

This project aims to explore the theme of Street Fashion through photography, and the ways in which such images can be organized, both thematically and visually, within editorial design.

Thus, the purpose of this research project will test various ways, design models, where content can be photographed, organized and designed using different types of print media.

The role of graphic designer is not necessarily limited to the creation of visual solutions, but also contributes invariably to how the contents are collected, categorized and organized.

Resumo

A moda é, comumente, compreendida como sendo conduzida pela consciência da actualidade e do efémero, é definida como a mais intensa definição do que é actual, do que é o hoje, o agora e o daqui a pouco.

Este projecto tem, assim, como objectivo a exploração do tema da Street Fashion no Porto através da fotografia e das formas como essas imagens podem ser organizadas, simultaneamente, temática e visualmente no âmbito do design editorial.

Desta forma, o intuito deste projecto de investigação será testar várias formas, modelos de design, onde os conteúdos possam ser fotografados, organizados e desenhados recorrendo a diferentes tipos de suportes impressos.

O papel do designer gráfico não está, necessariamente, limitado à criação de soluções visuais, mas também contribui, invariavelmente, para a forma como os conteúdos são recolhidos, categorizados e organizados.

palavras-chave: Design, street fashion, Porto, editorial, fotografia.

Introdução

A moda é um negócio mas a street fashion pode ser arte (Jarrett, 2010, tradução livre).

Se, com base num dicionário se analisar a definição de moda, pode concluir-se que a moda, entre muitas outras definições, é assumida como “aquilo que se usa; aquilo que é de uso corrente” e é com base nesta definição que este projecto terá como ponto de partida a observação daquilo que usam os habitantes da cidade do Porto.

Com base nesta problemática, considera-se pertinente uma abordagem, também, à sub-cultura no campo da moda, que se vê, cada vez mais frequentemente presente, na cidade do Porto. Quando se olha para as ruas do Porto e para as pessoas que as frequentam, com o objectivo de analisar a cultura da moda através dos olhos de quem a faz, facilmente se identificam inúmeros estilos muito diversificados.

A moda, como sempre a conhecemos, como um livro de instruções sobre como vestir, como um jogo de caça às lojas para aqueles que não conseguem ter imaginação ou criar algo novo, já não existe. E a culpa talvez seja dos bloggers que têm vindo a revolucionar as passerelles.

O aparecimento dos blogs relativos à moda já não é recente. Em Portugal têm vindo a verificar-se uma série de novos blogs de moda que vão para a rua ver o que se veste, procurar na rua aquilo que são as novas correntes, as novas tendências, as cores da estação e é essa procura e, consequentemente, a sua divulgação, que fazem da moda aquilo que ela é hoje, e que acabam por inspirar as passerelles e os grandes designers nas suas colecções. Segundo Marvin Jarrett (2010), já não há desculpa, nem qualquer reclamação por não se ter dinheiro ou as ideias para criar algo fantástico com aquilo que habitualmente usamos.

Com base neste contexto, o objectivo deste projecto será desenvolver uma série de soluções impressas de forma a contrariar a tendência imposta pelos blogs de que este tipo de abordagem deve ser apresentada, impreterivelmente, sob a forma de blog ou meio digital/web. Neste contexto é possível desenvolver objectos impressos com objectivos distintos, uns mais efémeros, outros objectos de colecção, onde os conteúdos podem ser organizados de formas distintas em função do suporte escolhido e da função que lhe compete.



*enquadramento do
objecto de estudo*

Contextualização

Semântica | Histórica | Social | Cultural

Moda, *s.f.* uso corrente; costume; gosto; fantasia; maneira essencialmente mutável e passageira de se comportar e, sobretudo, de se vestir; cantiga; ária; em estatística, o valor mais frequentemente representado numa série de observações, dominante; **andar na** -: vestir o que mais se usa; **passar de** -: deixar de se usar; deixar de ser um gosto da maioria; **ver em que param as -s**: esperar que se modifique qualquer conjuntura actual para se tornar uma atitude definitiva; **à - de**: segundo a maneira de conceber ou de organizar as coisas de. (Fr. *mode*, do latim *modu*)

Ao longo dos séculos XVI e XVII as fontes documentais de moda tinham espaço, unicamente, através de retratos pintados ou esculpidos, desenhos estilizados e estampas da época, as revistas de moda ou os catálogos de loja eram, ainda, inexistentes, facto que mudou aquando da revolução francesa, no século XVIII, época em que surgiram as duas primeiras revistas de moda publicadas (Duarte, 2004). Gertrud Lehnert (2000) professora na universidade de artes e multimédia de Potsdam, concluiu que a moda é, como tantas outras artes, uma vítima de constantes revoluções desde a revolução da estética linear dos anos 50, à revolução da juventude nos anos 60. Desde então as décadas marcaram o desenvolvimento de um novo mundo da moda como afirma James Laver (2005), acrescentando que a desintegração da alta costura de Paris foi o resultado de vários estímulos sociais e da moda, levando à produção de inspiração.

A par desta revolução está o trabalho desenvolvido por Yves Saint Laurent aquando da sua saída da casa Dior. O estilista tornou-se um revolucionário da moda parisiense, já que conseguia enriquecer as tendências actuais da Alta-Costura com as tendências que se usavam na rua (Lehnert, 2000). A estilista alemã Jil Sander corrobora, afirmando que Yves Saint Laurent dirige o seu olhar para a rua sem jamais perder de vista a qualidade e a elegância. De facto, a década de 60 consegue albergar uma série de revoluções que vão desde a revolução estética, que é marcada pela ousadia de Yves Saint Laurent, à revolução social de equalização dos sexos que se verifica no limiar de uma inversão de papéis onde o homem começa a usar roupa justa e cabelo comprido e a mulher passa a usar roupa mais larga, cabelos curtos e fatos de calças e casacos.

Gertrud Lehnert (2000) observa a moda de massas e conclui que este fenómeno modificou, indubitavelmente, a própria imagem dos produtores de moda. É neste contexto que as casas de moda deixam de ser as únicas

instituições a ditar a moda, muito pelo contrário. Agora, os jovens começam a criar a sua própria moda, que serve como inspiração para as colecções de Alta-Costura dos grandes costureiros.

Neste contexto, considera-se pertinente referir a era hippy na cultura da moda. Tom Wolf (1931), referia-se a esta época como *“The Me Decade”* referindo-se ao narcisismo que caracterizava esta sociedade. Referem-se os hippies neste contexto pela sua contribuição nesta cultura de moda como destruidores de regras, salvo a obrigação de se agradarem a si próprios (Duarte, 2004).

A expansão dos meios de comunicação de massas foi também um importante factor para a abertura perceptiva desta época, contribuindo para que a sociedade de interconhecimento não se limite ao próprio bairro ou à própria cidade, mas a toda a comunidade global. Os jovens hippies voltam a ser protagonistas neste campo, na medida em que recusam a uniformidade, inventando e construindo a sua própria imagem, sendo que, a maioria dos casos procura inspiração no folclore dos países. É neste contexto que a massificação dos meios de comunicação contribui para a propagação destes hábitos de forma a que estes sirvam de influência ao resto do mundo, dando lugar a uma das maiores revoluções da história da moda.

“Como uma extensão da nossa pele, o vestuário pode ser observado como um meio para nos definir socialmente, (...) em Portugal, nos meios urbanos e burgueses do século XIX, a essência da moda estava no subtil jogo do mostra e esconde, (...) a moda tratava de esconder aquilo que pretendia exhibir, surgindo como um rito social, e ao mesmo tempo um factor de diferenciação individual” (Duarte, 2004, p.39). O papel desempenhado pelos designers de moda na sociedade foi aceite, com mais entusiasmo do que nunca, a partir dos anos 90, não só pela sua capacidade de enriquecer a vida dessa sociedade através de produtos, simultaneamente fantásticos e funcionais, mas também pelo facto de a moda ter originado as tendências, bem como novos postos de emprego. Estas oportunidades deram a possibilidade de levar a moda de designers internacionais até ao estrato social inferior àquele a que habitualmente se dirigia (Mendes & Haye, 1999), levando, assim, à constante procura de novas tendências e de novos criadores de tendências que, por sua vez, originam aquilo que, frequentemente, se adjectiva como “fixe”, e são as tendências que associamos a este adjectivo que fazem do mundo um mundo melhor (Gloor & Cooper, 2007).

Numa perspectiva antropológica, aquilo que desperta maior interesse no público, em relação à moda é a sua constante e inerente ligação a uma função social. “Essa função social, que ilumina o interesse estético da moda no horizonte ético, conflui na moda com o significado antropológico da ‘mudança’” (España, 2010) e esta mudança pode ser interpretada como uma das mais comuns definições para o conceito de moda, no entanto,

nada disto é possível sem a constante intervenção do Homem. Este conceito de moda enquanto mudança, depende, inadvertidamente, da acção humana, tornando-se assim, segundo Yolanda España, como uma relação entre identidade e diferença, isto ainda numa visão antropológica da moda. “Inevitavelmente, a moda terá de ser considerada como uma das manifestações da vida em sociedade, e é desse ponto de vista que é analisada, através do tempo e do espaço” (Duarte, 2004, p.39).



*Quadro teórico de
referência*

Considera-se pertinente, e uma forma de enquadramento no contexto do projecto em desenvolvimento, a afirmação de Bruno de Roselle, (1980) que explica a moda como uma expressão vestimentária de uma dada população num momento preciso da sua história. Já Cristina Duarte (2004) define o acto de vestir como um cobrir-se de uma série de informações apropriadas a determinadas funções, quer a nível de trabalho como de lazer ou de mera convivência. Este facto teve a contribuição do declínio da alta costura na década de 80 enquanto impulsionadora de novos estilos, linhas, silhuetas, cores ou formas, herdando, assim, o seu lugar ao prêt-à-porter que passou a ser o grande definidor de estilos até agora (Lehnert, 2000). Isto deve-se ao facto de, como assume William Higham (2009), os consumidores serem extremamente poderosos, o seu comportamento tem um impacto muito forte quer na sociedade quer nos negócios em si, e o que estes fazem, a forma como se comportam e a forma como pensam, afectam, não só a área dos negócios como a sociedade enquanto todo. Assim, pode afirmar-se que a moda, como constata Cristina Duarte (2004), origina e estimula o processo de identificação, o que se verifica em todas as culturas quando o vestuário ultrapassa o campo do prático de protecção do corpo, para responder a questões simbólicas e de narrativas de auto-identidade (Giddens, 1994).

Enquanto fenómeno global, a moda tem um importante impacto não só a nível económico e cultural, como também a nível pessoal e o ser humano enquanto ser civilizacional e cultural, como confirma Yolanda Espiña (2010), tem consciência do seu corpo e significa “com” e “através” dele. Com esta dedução a autora conclui que na análise da moda é fundamental estabelecer uma dupla consideração, por um lado do ser humano enquanto sujeito de moda, e por outro do ser humano como objecto de moda, apelando, desta forma, às duas dimensões do seu aparecer, quer individual, quer social - mostrar, e ser visto. Com base neste conceito, é essencial falar dos valores que, por sua vez, estão intimamente ligados à auto-imagem e à auto-estima. “Neste sentido, o sistema de valores de cada indivíduo, converge e contribui para o desenvolvimento das suas potencialidades” (Cantista, Martins, Rodrigues & Lu, 2010), sendo que falamos de um sistema de valores social e culturalmente dinâmico.

Numa perspectiva mais antropológica, aquilo que faz da moda um fenómeno tão popular é a sua democrática acessibilidade. Cada pessoa participa no processo de vestir e de adornar, experimentando, assim, por um lado o prazer, e por outro a dor que dela advém. Especialista ou não, toda a gente sente confiança e segurança suficiente sobre o tema para tecer opiniões (Mendes & Haye, 1999). E é com base nesta confiança e segurança acerca do tema que Marvin Scott Jarrett (2010) conclui que a street fashion é equivalente a qualquer espectáculo de

passerelle, e uma melhor forma de avaliação daquilo que um espaço é na realidade. O editor da revista Nylon, realça ainda que a moda, verdadeiro estilo se assim preferirem chamar-lhe, sempre esteve mais directamente relacionada com criatividade do que, propriamente, com privilégio. Por outro lado, Antony Giddens (1994), conclui que os modos de vestir são influenciados por pressões de grupo, publicidade, recursos socioeconómicos, bem como outros factores que promovem a estandardização, mais frequentemente do que a diferenciação individual, factores esses que, comumente, avaliamos como tendências. Neste contexto, é pertinente mencionar Martin Raymond (2010), quando afirma que uma tendência não está exclusivamente relacionada com processos que tenham a ver com alterações culturais a nível físico e estético. O autor corrige e defende que uma tendência pode ser emocional, intelectual e inclusivamente espiritual. Numa perspectiva mais abrangente, uma tendência pode definir-se como a direcção que alguma coisa tende a seguir, tendo, conseqüentemente, o seu efeito na cultura, na sociedade ou no sector empresarial em que se desenvolve.

Uma outra característica das tendências é o constante processo de mutação a que são associadas, e anexada a essa mutação surge a mudança dos consumidores e do seu comportamento, mudança essa que influencia e afecta as suas vontades, o como, o quando e o onde relativos ao consumo (Higham, 2009). Conclusões como esta levam a deduções como a de Jean Baudrillard (1981, p. 87) de que “não se pode escapar à moda, pois ela própria faz da rejeição de moda, um traço de moda.”

É nos primórdios da moda acessível a todos, que a sociedade de consumo vê os seus jovens a entrarem no mundo da moda e a imporem algumas das suas regras. Nesta altura, a moda é definida por quem a usa e não por estilistas ou designers, o aumento do desemprego e da inflação em contraste com o optimismo social e económicos característicos da época levaram à reivindicação das mulheres face à liberdade dos ideais impostos como a beleza feminina, contribuindo assim para o início do pluralismo estilístico que viria a definir as épocas seguintes (Duarte, 2004). Foi nesta altura, em que a individualidade não servia como definição de um *look* completo mas, sim, para chegar a um estilo pessoal de vestir, que as revistas de moda e a imprensa em geral começam, então, a assumir um papel inovador, quando fornece indicações e dicas de bom senso na moda favorecendo, desta forma, a divulgação de livros que descrevessem e aconselhassem formas de descobrir um estilo pessoal (Laver, 2005). Em Portugal, foi nas primeiras décadas do séc. XX que surgiram as primeiras revistas como a revista “modas e bordados” que contava com uma série de secções, entre conselhos quanto à forma de estar e vestir, até um consultório de receitas que variavam entre a educação dos filhos e o embelezamento do corpo. (Teixeira, 2000). Outras revistas com conteúdos semelhantes

apareceram também em Portugal, nesta mesma época, como é o caso da “Revista Feminina”, o “Jornal da Mulher”, “A Mulher” ou mesmo a “Rainha da Moda”. Em 1988 a imprensa feminina da moda em Portugal fica mais rica com a introdução das revistas “Máxima”, “Elle” e “Marie Claire” e é com a introdução destas novas revistas, e com a nova leitura sobre a moda publicada nos semanários existentes, que a cultura urbana e a moda em geral ganhavam novas leituras e interpretações, enquanto fenómenos culturais.

As revistas, suportes de divulgação e publicação de conteúdos, são portadoras de um formato único e representantes de um meio de informação que alia elementos essenciais como a portabilidade, a combinação de texto com imagens, a repetição e a tactibilidade. Têm, ainda, a capacidade de serem renováveis e relevantes, e são estes factores que contribuem para que as revistas mantenham a sua posição na vanguarda da comunicação moderna, sendo um dos essenciais meios de inspiração para designers gráficos, quando aliadas a desenvolvimentos recentes nos métodos de produção e à influência dos novos meios de informação (Leslie, 2003). Pode mesmo referir-se que a alfabetização da população coincidiu com os avanços tecnológicos de meados do séc. XIX e que as revistas tiveram um papel essencial no dia-a-dia de todas as classes sociais (Foges, 1999).

A importância da comunicação aliada ao poder do documento impresso permitiu uma proliferação das publicações desde os livros aos jornais, até às revistas o que levou, por sua vez, à sobrecarga visual que invade as estantes das livrarias e dos quiosques com o objectivo de concluir qual a mais apelativa (Bhaskaran, 2006) e são factores como estes que estão por trás da comunicação visual. Neste contexto, é pertinente referir a afirmação de Peter Bonnici e Linda Proud (1998) quando dizem que todo o tipo de comunicação só se efectua através de uma linguagem, e nem todas as linguagens necessitam de palavras. Do que falamos aqui é da linguagem da imagem. Os mesmos autores definem ainda o design como uma actividade da comunicação através da linguagem visual. As fotografias representam apenas um elemento da linguagem visual, desempenhando, no design editorial, um papel semelhante ao da ilustração, da tipografia e dos restantes elementos gráficos. Por sua vez o design editorial combina trabalho com criatividade convertendo-se na estrutura em que se baseia um discurso e de onde se tiram conclusões (Sihablamosediseño, 2004). A ilustração tornou-se de tal forma relevante no trabalho da moda que designers gráficos e industriais aproveitaram o incentivo para impulsionar a sua produtividade quer a nível criativo quer a nível intelectual evoluindo, desta forma, para um meio dinâmico dando forma a ideias, conceitos relativos ao consumo massificado e gerando tendências globais (Santa, 2009), e são factores como estes que fazem destas publicações de

moda objectos desejáveis como afirma Lakshmi Bhaskaran (2006), acrescentando que é possível que não possamos obter a roupa que é exposta nas páginas da Vogue, no entanto, podemos sentir esse estilo de vida através do aspecto e do tacto da revista.

No que diz respeito à imprensa especializada, esta não existe para apresentar tendências mas sim para dar a conhecer um conjunto de temas, formas e têxteis. A passerelle passa a ser um ritual que é fotografado para que as suas imagens possam circular nos média e dar a conhecer ao público a roupa, o cabelo, a atitude, a ideia e o conceito (Duarte, 2004). É neste contexto que Linda Proud e Peter Bonnici (1998) concluem que a imagem / fotografia é um objecto de interpretação e é vista como um símbolo. Numa perspectiva mais intelectual afirmam ainda que estes símbolos variam de acordo com a educação, com a cultura e com uma série de outros factores, e que cada imagem acaba, desta forma, por comunicar através da linguagem dos sentimentos, fazendo sempre com que o espectador sinta algo. “A moda nos dias que correm pode ser comparada a uma enorme biblioteca de imagens, que funciona como se a vida moderna fosse um grande hall de espelhos, configurando-se como um banco de dados visual” (Duarte, 2004, p.118) sendo que o estilo da fotografia deve mostrar os nossos próprios interesses, atitudes e as oportunidades que surgem (Langford, 2003). Cristina Duarte (2004) afirma, ainda, que não há fotografia sem significação e que por vezes, na fotografia, o jogo de associações se manifesta através de palavras ou de um texto introdutório, que facilita e conduz a leitura das imagens e é neste contexto que o designer, enquanto comunicador, fica encarregue de trabalhar a interpretação, a ordenação e a apresentação visual das mensagens, sendo que a sua sensibilidade para a forma deve ser paralela à sua sensibilidade para o conteúdo. (Frascara, 1988).

Para além da imprensa, a web tem-se revelado, cada vez mais, como um meio infalível de propagação de todo o tipo de conteúdos e, como constata Michael Solomon (2005), à medida que mais pessoas ficam online todos os dias, não resta a mínima dúvida de que este facto representa a constante mutação do mundo que acaba por se revelar no consumidor através de uma evolução ainda mais rápida. As tendências são consideradas como coisas diferentes para pessoas diferentes e em diferentes contextos (Higham, 2009), e é neste contexto que ousa considerar-se que a moda, no contexto web, não é mais que a última e mais recente tendência comunicacional, constituindo, mesmo, um dos mais relevantes e mais consultados meios desta propagação. “Um dos mais interessantes aspectos do novo mundo digital é que os consumidores podem interagir directamente com outras pessoas que vivem do outro lado da rua ou do mundo”, o que comprova a velocidade de transmissão de informações, alterando a forma como as tendências se

desenvolvem e como se movimentam (Solomon, 2005). Uma vez considerados como egocêntricos, observadores e underground os blogs são, agora, importantes meios de expansão, sistemas de comunicação fiáveis, fontes informativas numa série de tópicos e têm vindo a tornar-se importantes ferramentas de aprendizagem e de ensino, embora este seja um processo lento (Heller, 2005).

Neste contexto, torna-se quase impossível mencionar os blogs sem fazer uma breve referência à fotografia enquanto ferramenta deste meio de comunicação, e é precisamente o fácil acesso a equipamento com um manuseamento mais simples que permite que a fotografia se enquadre neste contexto de propagação visto ser uma forma de encorajamento para o aparecimento de um grande fluxo de imagens (Langford, 2003). Com milhares de imagens fotográficas por todo o mundo, seria praticamente impossível afirmar que todos os estilos estão já explorados e seria, igualmente, impossível chegar a uma conclusão racional (Bonnici & Proud, 1998), no entanto pode confirmar-se que “não podemos escapar ao poder das imagens, as quais tomam parte da realidade, contribuindo para a maneira como olhamos e compreendemos o nosso mundo e a nossa sociedade” (Duarte, 2004, p.118). Por sua vez, as revistas são um meio de informação que exerce, actualmente uma forte influência em jornais, páginas web, material de marketing e catálogos, sendo definidas pela forma como se definem a si próprias (Leslie, 2003). Tudo isto se deve ao facto de as revistas se manterem em constante actualização como confirma Chris Foges (1999) quando diz que existem centenas de revistas, quer em versão impressa, quer em versão digital, sendo que, cada uma delas se mantém numa constante procura de novos meios que modernizem o seu estilo. É por este motivo que as revistas já conquistaram o seu lugar na cultura popular e contam com a fidelidade dos seus leitores.

Outro factor que contribui para este fenómeno tem a ver com a evolução do consumo. Erich Fromm (1982) afirmava que possuir alguma coisa era a base do sentido da identidade, onde objectos se fundem com pessoas e as pessoas, por sua vez, passam a ser o que possuem, e é com base em reflexões como esta que Kátia Faggiani (2006) conclui que a qualidade de vida passou a ser medida através da acumulação dos bens que cada pessoa adquire, fazendo com que a centralização se desenvolva em torno dos produtos e não das pessoas como acontecia nas épocas anteriores. A autora chega a referenciar Jean Baudrillard (1995) e Mary Douglas (2004) ao concordar que o consumo é um fenómeno simbólico e cultural, que se sobrepõe à necessidade, tornando-se, desta forma, o sistema de classificação social mais poderoso da nossa cultura.



*Considerações
metodológicas*

Metodologias Utilizadas

Para que as comunicações possam afectar o conhecimento, as atitudes ou o comportamento das pessoas, devem ser construídas sobre a base de um bom conhecimento da percepção visual e da psicologia do conhecimento e da conduta, considerando sempre as preferências pessoais, as habilidades intelectuais e o sistema de valores culturais do público a que se destinam (Frascara, 1997).

Com base nisto, considerou-se pertinente, como fase inicial desta pesquisa, no âmbito deste projecto, a estruturação de uma contextualização do objecto de estudo ao nível semântico desde a sua origem ao seu significado, assim como o seu contexto sócio-cultural. Esta contextualização passa por uma organização a nível semântico, de significado de conceitos e de temas que estejam directamente relacionados e que possam ser essenciais para a compreensão do objecto de estudo, bem como uma contextualização a nível histórico, onde pretende abordar-se uma série de informações de forma clara e concisa acerca da evolução do objecto de estudo ao longo dos tempos e uma contextualização sócio-cultural com o objectivo de articular e localizar o objecto de estudo no contexto social e cultural da actualidade, numa perspectiva de enquadramento com as áreas relativas ao tema.

Toda esta pesquisa é fundamental na fase inicial de desenvolvimento do projecto uma vez que se considera essencial conhecer e reconhecer perfeitamente o objecto de estudo em análise para alcançar solidez e coerência tanto no desenvolvimento como nas conclusões do projecto. Esta recolha faz parte integrante deste documento formal e pode localizar-se no capítulo introdutório como forma de contextualização e de orientação do leitor para o tema em estudo.

A pesquisa é um aspecto intrínseco na prática do design e uma parte essencial na actividade da solução do problema. O designer está envolvido num constante processo de inquérito. (Noble & Bestley, 2007)

Com base nisto considerou-se da maior relevância uma pesquisa das fontes de documentação, noção que pode referir-se à cultura científica do investigador e à importância do quadro teórico de referência, elemento imprescindível na contextualização teórica do objecto de estudo. Por outro lado, num contexto mais prático, considerou-se que o conhecimento das publicações já existentes, bem como a sua análise, constitui uma maior preocupação nesta pesquisa documental.

A observação, enquanto metodologia válida num processo de investigação contribui para a associação do conhecimento científico a um

procedimento empírico. Desta forma considera-se da maior relevância, no contexto das ciências sociais, observar como se passam as coisas na sociedade. Para descobrir estes dados é necessário recorrer a outras técnicas de pesquisa além da observação como por exemplo a observação directa, a entrevista, o inquérito, a investigação-acção, a experimentação em laboratório, entre outras. Todas estas metodologias de recolha de conhecimento conferem a esta pesquisa documental um sentido de técnica de recolha de dados empíricos, desenvolvendo-se de forma a considerar os documentos como verdadeiros factos da sociedade. Estas fontes de recolha documental variam entre fontes escritas, neste caso relativas às entrevistas, e fontes não escritas, que no contexto deste projecto, se referem à recolha fotográfica.

A entrevista enquanto método de recolha de dados tem uma série de outras vantagens nomeadamente a possibilidade da diversidade das questões e respostas, a possibilidade de interacção directa com o entrevistado, permite uma constante reformulação, oferece a oportunidade de aprofundar os temas e possibilidade a recolha oral de informação que volta a favorecer o contacto directo com o entrevistado de forma a permitir uma relação de proximidade que permite a desconstrução do entrevistado. No entanto, a entrevista enquanto método de investigação, apresenta também o problema da deformação aquando da reprodução. Desta forma considerou-se da maior relevância a fixação de todo o conteúdo destas entrevistas através da gravação de forma a que se perdesse o mínimo de informação possível.

A fotografia foi, também, um importante elemento na recolha de dados para a realização deste projecto no sentido em que, este tipo de meios de registo conseguem, simultaneamente, remediar o carácter parcial das nossas percepções e o carácter efémero do registo dos nossos sentidos, além da capacidade de completar a observação humana no tempo e no espaço. Por outro lado permite, também, o regresso aos factos, a sua comparação, a possibilidade de serem vistos por outras pessoas fomentando a troca de opiniões.

Razões | Pertinência | Problemática das escolhas

Este projecto tem como objectivo a exploração do tema da Street Fashion através da fotografia, bem como a forma como essas imagens podem ser organizadas de forma temática ou visual, numa abordagem editorial.

A cidade do Porto tem revelado uma grande riqueza e complexidade de estilos que se distribuem por zonas diferentes, por horas diferentes por estações do ano diferentes. Já o Visconde Güel afirmava, na década de 40, que “o meio social é a força mais poderosa da vida humana, porque é formado pela emanção das vidas de todos os homens, reunidos em determinado lugar e em determinada época, e a moda não é mais que a manifestação da faculdade criadora de um meio social determinado” (1944). No entanto, e apesar desta constatação de estilos e de diversidade presentes na cidade do Porto, a população que contribui e que, no fundo, é a principal responsável por esta diversidade, não é atenta a este facto, não está habituada a estimular as suas capacidades de observação nem as suas capacidades criativa.

Desta forma, o que visa ser resolvido neste projecto, além de toda a recolha desta diversidade de estilos que se verifica na Street Fashion no Porto, é a procura de suportes físicos, impressos, que possam, simultaneamente, reunir de forma atractivamente apelativa estes conteúdos, assim como garantir a propagação e a divulgação massificada de forma a atingir o público alvo que, neste caso, se resume na população em estudo.

A produção de conhecimentos relativos à *street fashion* na cidade do Porto, acaba por ser uma forte contribuição para a actualização das noções desta população relativamente à moda quando manifestada ao nível de rua. O conceito de moda de alta costura e de passerelle está ultrapassado e é preciso dar a conhecer este facto a quem, de facto, produz a moda e faz da moda aquilo que ela é de facto - um costume, um gosto, uma fantasia, uma maneira essencialmente mutável e passageira de se comportar e, sobretudo, de se vestir.



*Análise de
material*

Análise do material existente

Neste capítulo, pretende analisar-se as influências e as recolhas gráficas mais relevantes de toda a recolha de dados, desde os livros, às revistas, aos blogs e até às próprias fotografias. O objectivo é analisar cada um destes meios, de forma a compreender de que forma exerceram alguma influência sobre o resultado final deste projecto.

Tendo em conta a finalidade do projecto em desenvolvimento, considera-se pertinente uma recolha e, conseqüentemente, uma análise, ainda numa fase inicial, de suportes e materiais que tenham a ver e que estejam directamente relacionados com a temática da moda, quer ao nível de passerelle, quer ao nível de rua, sejam eles fotografias de moda, editoriais de moda, ou simplesmente a captação e recolha documental de fotografias mais informais, num contexto de rua, sem pré ou pós-produção. O objectivo será analisar estas imagens enquanto consumidores de imagem que somos. A utilização das imagens, actualmente, é muito mais generalizada e somos quase que obrigados à sua utilização, decifração e interpretação, quer sejamos espectadores ou produtores destas imagens (Joly, 1994).

A mesma autora reforça que estamos envolvidos num curioso paradoxo relativamente à análise das imagens, que por um lado vemos as imagens de uma forma natural, mas que por outro temos a constante sensação de sermos constantemente influenciados, de modo inconsciente pela perícia de quem as produz, podendo manipular o espectador, afogando-o de imagens codificadas de forma a aproveitar-se da sua ingenuidade.

Dando então início à análise do material recolhido considera-se pertinente começar pela análise das fotografias em isolado.

Antes de mais, considera-se de máxima pertinência uma contextualização semântica da fotografia e da fotografia de moda. Vilém Flusser (1998), no seu ensaio sobre a fotografia, define a fotografia como conceito programado, visando programar magicamente o comportamento dos seus receptores. No entanto contrapõe, afirmando que esta teoria não se aplica ao que se vê quando se olha para elas, reforçando que vistas ingenuamente, significam cenas que se imprimiram automaticamente sobre superfícies. O facto relevante é que as fotografias abrem, ao observador, visões do mundo. A vantagem é permitir que se vejam as cenas inacessíveis e preservar as passageiras.

Relativamente à fotografia de moda, Cristina Duarte (2004) realça que, por sua vez a fotografia de moda não é uma fotografia qualquer, pouco

tem a ver com a fotografia de imprensa e dentro da comunicação fotográfica, forma uma linguagem particular que, sem dúvida, tem o seu próprio léxico e sintaxe. Afirma ainda que não há fotografia sem significação e que na fotografia de moda, o jogo de associações se manifesta através de palavras, ou um texto introdutório que conduz a leitura através das imagens.

Passando então à análise de imagens pesquisadas serão analisados dois exemplos distintos, um exemplo de uma fotografia de cariz artístico, referente a uma produção de moda, que responde a todos os pormenores exigidos neste tipo de abordagem, e outro exemplo de uma fotografia documental, que em nada corresponde aos parâmetros exigidos pela fotografia de moda, respondendo, no entanto a uma série de outras exigências técnicas relativas a esta tipologia de fotografia.



A primeira imagem em análise é da autoria da conhecida fotógrafa Emma Tempest. Esta imagem foi seleccionada para esta análise por corresponder, como já foi referido, aos parâmetros exigidos na fotografia de moda. Considera-se pertinente realçar a reflexão de Cristina Duarte (2004) acerca do tema, neste contexto em que se fala da moda enquanto arte teatral, onde quer as produções de moda, quer os editoriais, não são mais do que teatralizações da vida contemporânea como forma de evidenciação da moda. A autora afirma ainda que os actores deste teatro não têm texto, a comunicação estabelece-se através de uma totalidade significativa composta pelo vestuário, pelo cabelo, pela maquilhagem e pela atitude corporal. É nestes parâmetros que se baseia a fotografia de moda, e estas diferenças tão evidentes, podem verificar-se aquando da comparação com a imagem que se segue. Outras fases importantes nesta tipologia de fotografia artística passam também pela produção e por todo o envolvimento que está por detrás de uma fotografia. Evidencia-se, claramente, toda a parte de produção e pós-produção inerente a este processo, desde a concepção dos cenários que vai da apropriação da luz, ao espaço enquanto parte envolvente da fotografia, até toda a parte de produção do

modelo, desde maquilhagem até ao cabelo e mesmo a própria atitude. É neste contexto que Cristina Duarte estabelece este paralelismo entre este tipo de produção e a representação através da dramatização e encenação obrigatórias. Nesta tipologia de fotografia tudo é planeado e organizado, de forma a que seja transmitida uma mensagem pré-determinada.



Relativamente à fotografia documental, esta possui uma série de outras características, muito particulares do seu estilo. Como se pode verificar na fotografia da autoria da *National Geographic* a que se faz referência agora, podem registar-se diferenças substanciais na essência da técnica utilizada. Este tipo de fotografia tem como principal objectivo a evidência da realidade. É frequentemente associada à captação de certos momentos e de acontecimentos com um fim, como o próprio nome indica, documental. Um outro conceito fortemente associado à fotografia documental é o conceito de fotografia social como forma de documentar, arquivar determinado acontecimento como um testemunho. Este tipo de fotografia é geralmente associado à imprensa, enquanto respeitante destes parâmetros.

Este tipo de fotografia possui características que vão, precisamente, na direcção oposta da tipologia anterior da fotografia de moda. Ao contrário desta, a fotografia documental não necessita de qualquer tipo de produção, seja a nível de cenário, ou de maquilhagem. Nesta fotografia os modelos não são actores nem representam uma cena pré-definida, os modelos representam, sim, a realidade em que se encontram no momento do disparo. Aqui não há a representação de papéis, mas sim a representação pura de uma realidade. A mensagem que aqui pretende ser transmitida está, desta vez, dependente do cenário imposto por essa realidade ou do modelo interveniente

Neste projecto, em específico, o objectivo seria juntar determinadas características de cada uma das tipologias definidas anteriormente, de forma a ser possível estabelecer uma ligação coerente entre estes diferentes campos da fotografia, assim como estabelecer a ponte entre a moda e a realidade da moda numa zona específica. Para isso, é essencial conseguir comunicá-lo através das imagens. O objectivo é que a realidade da moda seja documentada e publicada através desta junção de tipologias.



Nesta abordagem à *street fashion* no Porto pode verificar-se claramente a influência destas duas tipologias. Consegue verificar-se a atitude do modelo enquanto parte integrante da cidade, enquanto actor da sua própria personalidade e enquanto representante do contexto em que se encontra, e pode, simultaneamente, verificar-se o carácter documental das fotografias na medida em que o cenário utilizado é a realidade que pretende ser representada. O próprio factor do inesperado acaba por ser, também um elemento característico como se confirma na atitude dos modelos que, enquanto actores da sua realidade, não deixam de reflectir na sua atitude o inesperado da situação. Nesta junção de tipologias são pré-definidas características como o enquadramento, a dimensão e o próprio lugar onde são captadas, no entanto, conta-se também com o factor documental do inesperado que se concentra na atitude do modelo perante o confronto inesperado da realidade que o envolve e na qual participa activamente. As características documentais estão, também presentes e são evidentes nas diferenças de luz o que torna notório que as fotografias foram captadas em momentos diferentes do dia. O facto de ser uma fotografia documental, permite registar todos estes factores que são, também, importantes na própria contextualização do espaço, assim como acabam por ser parte integrante e característica dos espaços.

Revistas

A par da análise destes dois exemplos de tipologias fotográficas influentes neste projecto, nomeadamente das tipologias que constituíram uma forte influência neste projecto, foram efectuadas outro tipo de análises em relação aos mais diversos suportes.

Como já foi referenciado, os meios de comunicação de massas são os mais importantes elementos de propagação de informação e, neste projecto, eles não tiveram menor importância do que têm habitualmente. Estes meios de que se fala são, obviamente, a televisão e todos os meios a ela inerentes como a publicidade e até mesmo a programação relativa aos temas em questão, assim como a publicidade de cariz físico sendo que, a esta tipologia correspondem todo o tipo de publicidade impressa, desde cartazes a outro tipo de publicações como revistas catálogos, livros entre outros. Um outro importante meio deste tipo de comunicação são todo o tipo de suportes virtuais. Actualmente a internet constitui, também, um dos mais importantes meios de comunicação, senão o mais influente.

De entre todos estes meios de propagação de informação, os meios, especificamente, mais influentes neste projecto foram os blogs de moda, as publicações de moda, nomeadamente as revistas, entre elas as de distribuição gratuita e as revistas de renome. Foi, igualmente, importante neste processo a análise e consulta de revistas com temáticas opostas à temática em análise, bem como livros e outros projectos adjacentes.

Cada um destes meios será analisado de seguida de forma a que seja perceptível de que forma constituíram uma forte influência na execução deste projecto, assim como para se verificar o contributo que prestaram no seu desenvolvimento.

Jeremy Leslie (2003), afirma que as revistas sempre desempenharam um importante papel na nossa cultura visual e a sua posição na vanguarda da comunicação moderna faz delas uma fonte permanente e vital dos mais recentes estilos e técnicas de design gráfico. Com base nesta afirmação considera-se pertinente dar início a esta análise partindo da revista.

Parâmetros de análise do material existente

A análise do material já existente, no que diz respeito a revistas, é um passo fundamental no processo de desenvolvimento deste tipo de projectos.

Para isso procedeu-se a uma análise deste material através de uma série de parâmetros definidos previamente, de forma a que tornar possível a comparação destes parâmetros entre todas as revistas analisadas.

Numa primeira fase, foi necessário fazer a selecção do material a analisar e, com base nisto, optou-se por analisar unicamente material desenvolvido e explorado em Portugal, de modo a conseguir proceder a uma triagem do extenso material existente nesta área de estudo e, também, devido ao facto da revista que pretende ser desenvolvida neste projecto seja, igualmente, um projecto desenvolvido em Portugal. Com base nisto considerou-se pertinente que a análise se focasse nestas revistas portuguesas de forma a que se pudesse compreender quais são os pontos comuns entre elas, assim como os pontos em que divergem consoante a temática ou o público que pretendem atingir.

Tendo em conta esta análise, procedeu-se à definição de uma série de parâmetros de cariz mais técnico como o ano de criação de cada revista, assim como a tiragem, a periodicidade, o tipo de distribuição, isto é, se a distribuição é feita a nível nacional ou internacional, o meio em que é publicada, se a publicação é feita através de um suporte físico, impresso ou se estas revistas recorrem, unicamente à publicação digital. Outro parâmetro de cariz técnico é relativo ao formato da revista onde são analisados quais os formatos utilizados, se são explorados mais que um formato para cada publicação, e, por fim, a Sede de cada revista.

Numa abordagem mais pormenorizada recorreu-se a uma análise mais detalhada no que diz respeito ao conteúdo das revistas. Para isso esta análise foi dividida em parâmetros generalizados como as temáticas a linguagem fotográfica, a tipografia, o layout e a ilustração, que, por sua vez, se subdividiam noutros parâmetros de forma a que esta análise fosse mais detalhada.

No que diz respeito às temáticas, os sub-parâmetros abordados foram a moda, beleza, bem-estar, actualidade, interiores, arquitectura, lifestyle, cinema, cultura urbana, design, música e arte. Neste parâmetro relativo às temáticas abordadas em cada uma destas

revistas, o objectivo seria verificar a versatilidade de conteúdos explorada em cada uma e, desta forma, possibilitar a comparação entre cada uma delas de forma a verificar se as diferentes temáticas abordadas influenciam, ou não, o aspecto final da revista, assim como o público a que se destinam.

Relativamente à linguagem fotográfica os sub-parâmetros analisados são, por sua vez, de cariz técnico. Neste campo é essencial analisar o tipo de fotografia que cada revista estabelece como tendência para a sua linguagem em particular. Com base nisto, esta análise baseia-se no recurso, ou não recurso a modelo fotográfico, assim como o recurso a cenário ou a estúdio, isto é, se o fotógrafo recorre, maioritariamente à fotografia em ambientes públicos ou outro tipo de cenários previamente montados, ou se recorre à fotografia em estúdio sem recurso a elementos de composição de ambiente, onde, na maioria dos casos o fotógrafo recorre, simplesmente a um sem fundo, podendo o principal elemento de composição da fotografia ser a cor utilizada no sem fundo escolhido. Outros parâmetros abordados, ainda relativamente à linguagem fotográfica são referentes ao aspecto geral da fotografia, isto é, se a fotografia tem um aspecto mais clássico ou mais contemporâneo e se pode ou não ser, eventualmente experimental. O que pretende analisar-se como sendo de aspecto clássico tem a ver com aquilo que é mais convencional, isto é, tem a ver com aquilo que é a linguagem que o público está habituado a ver numa produção fotográfica onde a fotografia é de grande nitidez, o movimento é, habitualmente congelado, as poses são, geralmente estáticas valorizando a beleza e a perfeição dos modelos. Numa definição mais detalhada clássico é um adjectivo que se usa nas aulas, que é de estilo impecável, relativo à literatura grega e latina, inveterado no uso, antigo(...) Por sua vez, a linguagem contemporânea já é dotada de um aspecto mais irreverente. Na linguagem contemporânea as poses são mais dinâmicas, apesar da fotografia valorizar, à semelhança da linguagem clássica, a nitidez e congelação dos movimentos, aspectos como a cor, a dinâmica, a expressividade dos modelos e a luz, atribuem a estas fotografias um aspecto mais contemporâneo, de adaptação às novas tendências da imagem. O aspecto experimental é, por sua vez relativo a imagens com características ligeiramente diferentes, podendo, eventualmente, ser conjugado com um estilo clássico ou contemporâneo na mesma imagem. Por experimental compreendem-se as imagens que exploram alguns aspectos que se revelam de cariz obrigatório nas fotografias habituais como a nitidez, a qualidade, o arrasto do movimento dos modelos, a interacção com elementos externos como a tipografia, a ilustração, o próprio formato das fotografias pode ser explorado neste tipo de fotografia através do recurso ao recorte. O facto de a fotografia ser colorida ou a preto e branco foi um aspecto também analisado de forma a permitir compreender que tipo de linguagem fotográfica utilizada em cada revista.

Relativamente à linguagem tipográfica foram analisados, alguns aspectos técnicos, com designações semelhantes aos parâmetros anteriores, no entanto, com significados e objectivos diferentes. Um dos aspectos fundamentais a analisar na linguagem tipográfica destas revistas é a utilização de fontes tipográficas serifadas ou não serifadas. Estas características quando utilizadas individualmente ou em conjunto podem atribuir aspectos e linguagens diferentes a estas revistas. Outros parâmetros analisados foram o aspecto experimental, clássico, tradicional e contemporâneo. À semelhança dos parâmetros anteriores, o aspecto clássico refere-se àquilo que é antigo, cujo aspecto remete para um certo classicismo, isto é, as fontes tipográficas utilizadas têm um aspecto antigo, normalmente associado à utilização das fontes serifadas. O aspecto tradicional refere-se, por sua vez, à ligação como o próprio nome indica, a uma tradição, isto é, a aspectos que têm vindo a ser utilizados, quase como sistema, ao longo dos anos e que se mantêm por imposição de uma tradição.

O aspecto da contemporaneidade tipográfica nestas revistas é associado imediatamente, em oposição às características clássicas já definidas, às fontes não serifadas que, por si só, já são uma influência da contemporaneidade. No entanto, esta não será a única característica referente à contemporaneidade tipográfica destas revistas. A mistura de fontes serifadas com fontes não serifadas são também uma característica da influência da actualidade.

O aspecto experimental da tipografia nesta análise, baseia-se, à semelhança do aspecto experimental na fotografia, da exploração dos limites estabelecidos quer na linguagem clássica quer na contemporânea. Cada um destes aspectos respeita determinados limites que são explorados neste abordagem experimental, assim como a desconstrução da letra, a utilização de várias fontes diferentes na mesma revista, a exploração da escrita manual para impressão, entre outros aspectos que serão analisados individualmente em cada uma das revistas, posteriormente.

No que diz respeito ao layout, os parâmetros são os mesmos, clássico, contemporâneo e experimental embora adaptados às características específicas do layout.

Relativamente ao aspecto clássico este refere-se ao cumprimento de uma grelha definida previamente, onde imagem e texto se organizam sem transpor certos limites impostos por essa grelha.

O aspecto contemporâneo é, à semelhança do clássico, regido por uma grelha definida previamente, no entanto, esta grelha não obedece a parâmetros tão rígidos o que permite uma maior versatilidade na organização dos conteúdos, conferindo assim ao layout um aspecto mais contemporâneo e menos rígido.

O aspecto experimental acaba por não respeitar nenhuma das regras anteriormente definidas. Neste tipo de layout a grelha também está presente embora não funcione como uma imposição na construção do layout nem na organização dos conteúdos. Neste tipo de abordagem são, igualmente explorados todos os limites impostos por regras previamente definidas.

Relativamente à ilustração é apenas explorada a sua utilização que será analisada posteriormente e de forma individual em relação a cada uma das revistas analisadas, da apropriação da luz, ao espaço enquanto parte envolvente da fotografia, até toda a parte de produção do modelo, desde maquilhagem até ao cabelo e mesmo a própria atitude. É neste contexto que Cristina Duarte estabelece este paralelismo entre este tipo de produção e a representação através da dramatização e encenação obrigatórias. Nesta tipologia de fotografia tudo é planeado e organizado, de forma a que seja transmitida uma mensagem pré-determinada.

Tabela (Anexo 1)

Vogue



Ano de lançamento: 1892

Tiragem: 50 000

Periodicidade: mensal

Distribuição: mundial

Meio: impresso

Formato: 22cm x 28,5 cm

Sede: Lisboa

A revista *Vogue* é, actualmente, considerada como uma das revistas mais icónicas no que diz respeito ao universo das publicações de moda. Com editoriais muito próprios, esta revista é mundialmente reconhecida pelo primor das suas edições assim como pelas incomparáveis produções de moda a nível fotográfico.

Desde 1892 que a *Vogue* tem sido o barómetro cultural americano, contextualizando a moda no mundo em que vivemos, assim como a forma como vestimos, vivemos, socializamos, o que comemos, ouvimos, vemos, quem nos guia e nos inspira. Desde o seu início até hoje esta revista obedeceu sempre a três princípios, um compromisso com a genialidade visual, um investimento num storytelling que colocasse a mulher como centro da cultura e, ainda, uma selectiva e optimista visão editorial. Os seus editores descrevem-na como a história das mulheres, da cultura, do que merece ser visto, da individualidade e do poder da influência.

Tendo em conta o quadro apresentado anteriormente, a análise desta revista subdividiu-se, assim como as restantes, em considerações sobre as temáticas, a linguagem fotográfica e tipográfica, o layout e a ilustração.

No que diz respeito às temáticas abordadas concluiu-se que, as principais temáticas são referentes a beleza, bem-estar, actualidade, moda e lifestyle.

Relativamente às características da linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise) a análise foi, ligeiramente, mais detalhada. Esta categoria relativa à linguagem fotográfica foi analisada em função de parâmetros como a presença de modelo, a tipologia de fotografia em cenário ou estúdio, o estilo fotográfico abordado, isto é, estilo clássico ou contemporâneo, e, por fim as considerações sobre a cor.



Relativamente ao modelo, verificou-se que a revista *Vogue* opta por fazer, maioritariamente, fotografia com modelo. Nas suas produções de moda o modelo é parte fundamental da fotografia, aparecendo, igualmente na maioria dos casos, de corpo inteiro.

No que diz respeito ao estilo da fotografia, e tendo em conta a justificação anterior referente aos conceitos utilizados nesta análise, verificou-se que esta revista se baseia numa mistura dos dois estilos analisados, o estilo clássico e o estilo contemporâneo. Isto deve-se a características como a nitidez das imagens, que nesta revista se manifestam intocáveis, o movimento congelado dos modelos, isto é, nas suas produções o fotógrafo opta invariavelmente, por congelar o movimento do modelo criando, assim, posições estáticas. As poses dos modelos são também um importante elemento nesta análise e, nesta revista pode verificar-se



que não são exploradas poses muito experimentais, conferindo, assim, pouco dinamismo à linguagem fotográfica. O aspecto contemporâneo destas produções verifica-se, também, nas cores. A utilização das cores, nomeadamente de cores fortes e de uma grande mistura de elementos de composição nos cenários são os factores que levam à atribuição deste carácter mais contemporâneo a estas produções. A introdução de cores fortes, também na maquilhagem, é também um importante factor na definição desta influência contemporânea.

Ainda relativamente às características da linguagem fotográfica, considerou-se que os enquadramentos são, igualmente, importantes elementos na definição dessa linguagem. Nesta revista são exploradas as duas vertentes.

As produções podem ser feitas quer em ambientes de cenário, com contextualizações em espaços físicos, reais, quer em estúdio com recurso a meios mais limitados, a sem-fundos, ou apenas alguns elementos decorativos de complementaridade das imagens. Neste contexto, considera-se que esta revista não se preocupa em manter uma linguagem coerente e exclusiva a um destes meios, o que lhe permite que seja mais versátil no que diz respeito à sua linguagem fotográfica, fazendo com que esta se mostre mais flexível.



No que diz respeito à cor, a revista *Vogue* faz recurso constante a fotografias coloridas, de forma a garantir, também, a sua aproximação de uma linguagem e de um público mais contemporâneo.

As características tipográficas (ponto 10 do quadro de análise) foram, por sua vez, analisadas segundo parâmetros como o facto de serem utilizadas fontes serifadas ou não serifadas, o carácter experimental e, à semelhança da linguagem fotográfica, o estilo clássico, tradicional ou contemporâneo.

Depois desta análise pôde concluir-se que as fontes tipográficas utilizadas são uma mistura entre fontes serifadas e não serifadas. Esta junção destes dois tipos de fonte tipográfica pretende, à semelhança da linguagem fotográfica, uma aproximação entre conceitos clássicos e contemporâneos. A revista *Vogue*, como uma das principais e pioneiras revistas de moda do mundo deve obedecer a uma herança formal em diversos aspectos, no entanto, a evolução dos tempos e dos meios obriga a uma actualização destes conceitos e a uma aproximação dos tempos modernos sem perder, no entanto, as suas características clássicas. Desta forma, esta mistura de estilos tipográficos permite que o classicismo inerente à herança temporal se alie a elementos contemporâneos de forma a conseguir uma maior aproximação a uma sociedade moderna e em constante evolução. Esta mistura de fontes tipográficas serifadas e não serifadas tem como objectivo esta aproximação das massas.

No que diz respeito a considerações sobre o layout, (ponto 11 do quadro de análise) esta revista preferiu manter um aspecto clássico. Como foi explicado na justificação dos termos escolhidos para esta análise, o aspecto clássico do layout deve-se ao cumprimento de uma grelha definida previamente, onde imagem e texto se organizam sem transpor certos limites impostos por essa grelha. Esta característica não implica que num ou outro spread não possa haver determinado elemento que seja alinhado fora desta grelha, no entanto, a maioria dos spreads são organizados e alinhados segundo esta grelha, não dando espaço a muitas variações.



Cosmopolitan



Ano de lançamento: 1886

Tiragem: 60 000

Periodicidade: mensal

Distribuição: mundial

Meio: impresso

Formato: 23 cm x 29.7 cm

17 cm x 22.5cm

Sede: Cruz Quebrada

A revista *Cosmopolitan*, relativamente mais recente do que a revista *Vogue*, define-se como sendo uma revista para mulheres atrevidas, apaixonadas e femininas, que gostam do lado FUN da vida. As suas edições inspiram com informação sobre relacionamentos e romances, o melhor da moda e da beleza, as últimas novidades em saúde e bem-estar da mulher, assim como aquilo que acontece na cultura popular e entretenimento. Refere-se como a revista com maior número de vendas na sua categoria, tem 64 edições internacionais, é publicada em trinta e cinco línguas e é distribuída em mais de cem países o que faz dela uma das marcas mais dinâmicas do mundo.

Criada na mesma altura da revista *Vogue*, a *Cosmopolitan* obedece a uma série de regras semelhantes às analisadas nesta revista. Os parâmetros de análise foram os mesmos descritos na análise anterior e as conclusões acabaram por ser semelhantes em alguns aspectos que serão abordados de seguida.

No que diz respeito às temáticas referentes a esta revista, estas variam entre beleza, bem-estar, moda, actualidade e lifestyle o que a aproxima das temáticas da revista *Vogue*, bem como de outras que serão igualmente analisadas nesta investigação.

Passando, então, para a análise da linguagem fotográfica, (ponto 9 do quadro de análise) as variações em relação à análise anterior são muito poucas. Estas semelhanças técnicas podem dever-se ao facto de ambas serem revistas com mais de dois séculos de existência.



Dando agora início a uma análise mais detalhada desta linguagem fotográfica, relativamente ao modelo conclui-se que, à semelhança da revista analisada anteriormente, o modelo é parte integrante essencial

nas produções fotográficas exploradas na *Cosmopolitan*. Por outro lado, nestas produções, não se verifica a necessidade de fotografar o modelo, quase obrigatoriamente, de corpo inteiro. As variações nos cortes de enquadramento têm uma maior flexibilidade, assim como a atitude do modelo e o trabalho das poses.

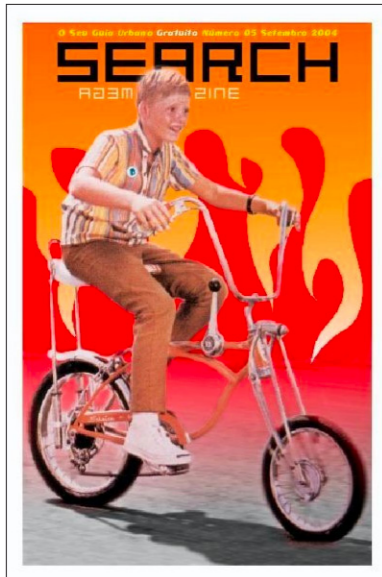
Analisando, agora, o estilo da linguagem fotográfica explorado nesta revista, aquilo que se verifica e que se encontra é um estilo mais contemporâneo relativamente à revista *Vogue*. Por esta contemporaneidade entendem-se aspectos como as poses que se verificam mais dinâmicas, apesar da fotografia valorizar, à semelhança da linguagem clássica, a nitidez e congelação dos movimentos. A cor, aspecto



fundamental da linguagem fotográfica desta revista pelo seu carácter arrojado, assim como a dinâmica e a expressividade dos modelos e a luz, atribuem a estas fotografias um aspecto mais contemporâneo, de adaptação às novas tendências da imagem, daí que se verifique e se conclua que, a *Cosmopolitan*, enquanto revista com uma história secular pretende acompanhar a evolução dos tempos sem medo de poder desvincular-se de um público fiel, tendo, desta forma, como objectivo a captação e a conquista de um público sempre jovem como, aliás, se pode constatar na descrição que os próprios editores fazem desta revista “uma revista para mulheres atrevidas, apaixonadas e femininas, que gostam do lado FUN da vida”.

Relativamente aos cenários, aquilo que se verifica nestas produções fotográficas é, novamente à semelhança da revista *Vogue*, a exploração destes dois tipos de enquadramento, em cenário ou em estúdio. Volta,

Search



Ano de lançamento: 2004
Tiragem: 10 000
Periodicidade: mensal
Distribuição: nacional
Meio: impresso
Formato: 10 cm x 15 cm
Sede: Porto

A *Search* é uma revista com conteúdos que passam pela moda, música, arte, cultura urbana, design, entre outros. É uma revista muito recente, de edição mensal que foi criada e editada por designers portugueses que apostaram num design inovador e totalmente improvável.

Esta inovação no design consegue verificar-se, imediatamente, no momento em que se manuseia a revista devido ao seu formato. Enquanto revista que se define como guia urbano, abordando as temáticas referidas acima, consegue, facilmente, justificar-se o seu formato de bolso, cujas dimensões ocupam pouco mais que o tamanho de uma mão. Esta dimensão permite o seu fácil manuseamento potenciando, assim, as suas propriedades de guia urbano.

Os parâmetros de análise são os mesmos abordados até agora, no entanto pode verificar-se uma clara diferença no design desta revista em relação às revistas analisadas anteriormente começando nos conteúdos, passando pelo formato, a tipografia e até a linguagem fotográfica. Estas diferenças são notórias e serão analisadas de seguida de forma individual.

Começando, então, por analisar os aspectos relativos à linguagem fotográfica, (ponto 9 quadro de análise) mais especificamente relativos ao modelo, pode constatar-se uma diferença absoluta em relação às análises anteriores.



Nesta revista o modelo, apesar de parte integrante e imprescindível na fotografia à semelhança das revistas anteriores, verifica-se uma atitude muito distinta. O descompromisso do modelo em relação à câmara, a

atitude descontraída e a despreocupação em trabalhar poses mais complexas acabam por atribuir a estas fotografias um aspecto menos comum em relação àquilo que seria expectável numa produção fotográfica, ao mesmo tempo que cumpre a sua missão enquanto produção de moda.

No que diz respeito aos aspectos técnicos da linguagem fotográfica pode constatar-se que a fotografia produzida para esta revista opta exclusivamente pela fotografia de cenário, isto é, as composições são adaptadas a um espaço existente, embora seja evidente o trabalho imprescindível de luzes e outro tipo de equipamentos adjacentes. Conclui-se assim, que existe a preocupação em manter uma linha de coerência de edição para edição, mantendo a fotografia de cenário quase como imagem de marca.



As características analisadas, aliadas a aspectos como a cor, a nitidez e o movimento que serão analisados individualmente de seguida, atribuem, também a esta linguagem fotográfica um aspecto de contemporaneidade experimental. Este aspecto verifica-se pela intencionalidade na produção de fotografias com o aspecto oposto àquilo que habitualmente se vê. A contemporaneidade vê-se presente por elementos como a mistura de cores, como já se verificou em análises anteriores, o estudo dos enquadramentos, assim como a envolvimento e a interação do modelo com os espaços e a ousadia nas misturas contextuais. O aspecto da experimentalidade verifica-se na nitidez das fotografias,

isto é, não há preocupação em manter a nitidez de um movimento congelado. O movimento explorado pelos modelos em poses arrojadas é enaltecido pelo arrasto que se produz nas imagens, dando especial atenção à dinâmica inerente a essa atitude. Este aspecto experimental verifica-se também no próprio enquadramento do modelo no espaço da fotografia, isto é, não se verifica, igualmente, que exista a preocupação em que o modelo seja o elemento central da fotografia, mas sim que seja parte de um todo, juntando-se assim à importância do cenário escolhido para este enquadramento. A despreocupação em encobrir os efeitos de alguns dos meios necessários a estas produções como as luzes e o reflexo que estas podem ter sobre determinados suportes pode, igualmente, ser um dos aspectos experimentais desta abordagem.

No que diz respeito à cor, a *Search* opta por se manter fiel à utilização da fotografia colorida como forma de enaltecer grande parte dos pormenores acima referidos.

Relativamente à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise) volta a constatar-se uma grande diferença em relação às revistas analisadas anteriormente. Esta diferença passa, principalmente pelo recurso exclusivo de fontes tipográficas não serifadas. Este factor deve-se ao público a que esta revista se destina, assim como ao seu objectivo. Como guia urbano, pretende-se uma linguagem urbana, desprovida de características que remetam ao aspecto clássico e tradicional,

pretende-se uma abordagem e um aspecto mais frio e menos intimista, com um sentido puramente informativo, sem querer estabelecer uma relação afectiva com o espectador/leitor.

Por outro lado esta característica deve-se ao facto de ser uma revista recente, sem passado histórico e desenhada nos tempos modernos sem preocupação em responder a uma herança visual que lhe pudesse ter sido imposta por edições anteriores. Aqui se verifica mais um aspecto da contemporaneidade inerente a esta revista.

No que diz respeito ao layout e à organização dos conteúdos (ponto 11 do quadro de análise) verifica-se que os conteúdos se organizam numa grelha simples, sem grandes variações. Elementos gráficos como caixas de texto coloridas e linhas a terminar o final das frases, assim como balões de projecção textual e alguns elementos ilustrativos atribuídos ao fundo de algumas páginas são características que conferem a esta revista o aspecto contemporâneo que já lhe tinha sido reconhecido nos aspectos analisados anteriormente.

Destaques Search

www.serralves.pt
www.maushabitos.com

Conhecer os Museus Municipais do Porto Visitas Guiadas
Marcação prévia. Grátis. Tel. 22 6065568.
Visitantes individuais e pequenos grupos.
25 de Setembro, 15.00h Museu Romântico da Quinta da Macieirinha, Porto.

Rui Anahory Exposição
Exposição de escultura e desenho deste conceituado artista português. Até 6 de Outubro.
8 de Setembro, Galeria da Cooperativa Árvore

Oficina de Teatro da Maia
Teatro Art'Imagem e C.M. da Maia. Tel. 22 2084014
6 de Setembro, 21.00h, Fórum da Maia.

Mécanosphère + Ovo Concerto
Apresentado por Radon e Soopa- a não perder!
24 de Setembro, Maus Hábitos.

Drumming: Grupo de Percussão
Criado em 1999, o Drumming tem vindo a desempenhar um papel central na divulgação do mais significativo repertório, da percussão erudita ao **Rock-Jazz-World Music**.
O trabalho de pesquisa no âmbito da evolução da percussão erudita na cultura ocidental levou ao conhecimento e divulgação de obras de vários dos compositores e artistas que colaboram na revista Interfunktionen, ponto de partida para a exposição patente no Museu de Serralves, como Steve Reich, Philip Glass ou Mauricio Kagel.
18 de Setembro, 22.00h Museu e Parque de Serralves, Porto.

Cie x Sud : Laurent Pichaud Dança
"Fer Terre, Land Épart" e "Faire Néant" são as peças que a Cie x sud de Laurent Pichaud, coreógrafo e intérprete, apresentará nos espaços do Parque de Serralves. A intervenção num espaço não teatral, o deslocar da percepção do espectador, a concepção do lugar na relação dos corpos dos intérpretes "com a visão que temos desse lugar", e a produção de movimento sem uma construção definida.
11 a 12 Setembro, 18.00h, Parque de Serralves, Porto.

Parque da Cidade
Pare o carro, ande, corra, respire, olhe para o mar...
Todos os dias, Porto.

Destaques Search

www.universalmusic.nl
www.serralves.pt
www.hardclub.pt

23.59h Hard Club 18 Setembro

J Majik + MCE-LL
Nuno Forte
O projecto **Onda Bass** está de volta! Criado no sentido de contribuir para desenvolver as bases de um movimento urbano que se tem vindo a afirmar em volta do drum'n'bass, a próxima edição de 18 de Setembro, no Hard Club de Gola, apresenta um dos mais interessantes produtores e DJ de topo no Drum'n'Bass: J MAJIK, acompanhado pelo MC ELL. Para além de J Majik actua também Nuno Forte, uma referência em Portugal como DJ.
23.59h, Pré venda: €10 /dia: €12,50
18 Setembro, Hard Club

Lia Rodrigues & Companhia de Danças: "Áquilo De Que Somos Feitos"
Coreógrafa e directora da Companhia de Danças do Rio de Janeiro, Lia Rodrigues tem inscrito nas suas peças o seu envolvimento político, social e ético numa atitude inconformista na observação do nosso quotidiano. A peça é uma performance itinerante, onde corpos em intrigantes configurações traduzem ideias, convicções e críticas numa escultura de imagética colectiva. Os bailarinos aparecem e desaparecem em solos, duos e ensembles, vestidos ou nus, em silêncio ou conversando, as fronteiras do palco diluem-se convocando o espectador para o espaço de representação.
25 Setembro, 22.00h, Auditório de Serralves

Laura Fygi Um exclusivo do Casino da Póvoa.
A presença desta cantora holandesa não deve passar despercebida entre nós. Um nome de peso da música europeia. O seu último álbum intitula-se "The Latin Touch".
25 Setembro, Casino da Póvoa.

Zoot



Ano de lançamento: 2005
Tiragem: desconhecido
Periodicidade: tetra-anual
Distribuição: mundial
Meio: impresso
Formato: 24 cm x 30 cm
Sede: Lisboa

A revista Zoot, cujos conteúdos variam entre moda, fotografia, beleza, música, arte e design, é uma revista que visa a projecção de novos talentos de forma a que estes caminhem paralelamente com os já bem estabelecidos ícones do design. Os editores definem-na como uma plataforma cujo principal objectivo é a publicação de tudo aquilo que estes gostam de forma a que o possam partilhar com os seus leitores.

Com um conceito, novamente, distinto de todas as revistas apresentadas anteriormente, a revista Zoot optou por se destacar do restante mercado através de uma linguagem mais irreverente, sempre muito direccionada para a moda, com um formato muito fora do standard, onde pormenores como o papel, a cor e a própria edição dos conteúdos não foi descurada em nenhuma das suas páginas. Em oposição à revista *Search*, esta apresenta-se, claramente, com objectivos distintos. Se por um lado a *Search* pretendia ser um objecto de consulta rápida, um guia de bolso de fácil acesso e manuseamento, a Zoot procura o oposto. Com dimensões que ultrapassam a comum medida do A4, (ponto 6 do quadro de análise) papeis que variam entre 90 e 120gr e quase duzentas páginas editadas, esta revista torna-se um objecto de culto, com peso e dimensões que procuram o estatuto de objecto de colecção.



Considerando agora aspectos como a linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise) é pertinente começar esta análise pelo modelo. Neste sentido pode observar-se que o modelo é, à semelhança de todas as outras revistas analisadas até ao momento, um elemento imprescindível na composição fotográfica desta revista. Por outro lado, nota-se que o retrato, improvável enquanto fotografia de moda, é, também, fortemente explorado. Relativamente à atitude do modelo podem verificar-se situações distintas. Se por um lado se aposta numa atitude mais irreverente, de grande interacção com a câmara, por outro

lado é evidente uma vertente mais experimental no campo da fotografia de moda onde as variações de cor, de enquadramento, e a própria atitude do modelo são exploradas ao limite. No geral as poses verificam-se dinâmicas, há uma procura em registar o arrasto do movimento nas produções de cariz experimental e é esta diversidade de estilos presentes numa só revista que lhe conferem o aspecto contemporâneo experimental, como se vai perceber na sequência da análise seguinte.

Analisando agora a linguagem fotográfica explorada nesta revista, foram, novamente, tidos em conta aspectos como o enquadramento, a cor, a nitidez, entre outros. Começando pelo enquadramento, verificou-se que há uma tentativa em explorar o maior número de possibilidades. Quer a fotografia de estúdio quer a fotografia em cenário são exploradas nesta revista, já que numa só revista se podem contar mais de cinco produções distintas.



Com base nesta análise, concluiu-se que esta revista opta, como já foi referido, por uma linguagem simultaneamente contemporânea e experimental. A contemporaneidade é-lhe atribuída por factores como a atitude do modelo e a sua interacção com a câmara como, aliás, já foi explicitado acima, pelas variações de cor, pelos jogos entre o cenário e o coordenado apresentado, pela complexidade do cenário, e pela própria qualidade e nitidez atribuída à maioria das imagens produzidas. O aspecto experimental verifica-se, igualmente, em diversos factores. O enquadramento do modelo no espaço fotográfico é fortemente utilizado onde são explorados os cortes, isto é, o modelo não aparece obrigatoriamente de corpo inteiro, a descentralização do modelo como forma de não exercer foco principal no modelo, mas também na

restante composição, chegando até, em alguns casos, a prescindir-se da presença do modelo de forma a focar-se o enquadramento e o produto a divulgar.

Outros aspectos como o grão da imagem, o arrasto do movimento do modelo, a sobreposição de elementos do enquadramento ao próprio modelo captando esses elementos em primeiro plano e o modelo em segundo ou terceiro, a própria exploração da profundidade de campo são aspectos que acrescentam algo novo à fotografia de moda a que o público se habituou.

Passando agora à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise) pôde concluir-se que esta se apresenta com características contemporâneas e experimentais. O facto de em quase duzentas páginas de revista haja recurso exclusivo a tipografia não serifada é um indício da tentativa de aproximação de uma abordagem mais contemporânea, assim como a tentativa de marcar com um cunho próprio, isto é, evidenciar um estilo próprio quase como imagem de marca. Em relação às fontes tipográficas não se verificam grandes variações, o texto corrido utiliza sempre a mesma fonte tipográfica com uma ligeira variação no peso da fonte consoante o texto que se pretende destacar. A grande variação tipográfica e que, por isso, lhe confere o estatuto de



experimental é o facto de os títulos serem evidenciados e representados com tipografia ilustrativa. Foram explorados dois tipos de ilustração que se repetem nas várias páginas da revista sendo que uma das ilustrações se destina aos artigos de texto e a outra às produções fotográficas.

Aquilo que a distingue e onde esta revista se destaca das restantes é, precisamente na edição do layout (ponto 11 do quadro de análise). Neste caso pode compreender-se claramente a grelha, no entanto quer os elementos textuais, quer a imagem, quer os restantes elementos

gráficos usam a grelha como orientação base não seguindo, no entanto, rigorosamente as suas linhas. O texto é distribuído em colunas como é habitual na edição de texto, sendo que as caixas de texto são sempre apresentadas com uma cor de fundo registando-se, também, uma grande variação de cor, de caixa para caixa. Continuando, ainda, nas caixas de texto, estas, apesar de inseridas na coluna da grelha que lhes foi atribuída, apresentam-se desalinhas verticalmente em movimentos de rotação.

De página para página é, também, notória uma grande variação na terminação das colunas, isto é, as colunas de texto não têm início nem fim todas na mesma linha horizontal acabando por construir um escadado de caixas de texto na página.

Relativamente à composição e organização dos restantes elementos na página, pode verificar-se como comportamento padrão a atribuição de mais uma cor ao fundo da página, assim como a introdução de outros elementos gráficos com um intuito ilustrativo da página (ponto 12 do quadro de análise). Sem explorarem exaustivamente a distribuição de texto nas páginas e sem utilizarem demasiado texto na mesma página, estes elementos gráficos acabam por não representar um exagero na composição final e por não encherem demasiado a página com elementos decorativos. É neste contexto que se compreende o recurso a uma fonte tipográfica não serifada e sem grandes variações, de forma a que possa contrabalançar os restantes elementos decorativos e ornamentais da página. Todos os factores descritos, em conjunto, conseguem atribuir a este layout, novamente, a designação de contemporâneo e experimental.



Parq



Ano de lançamento: 2008
Tiragem: 20 000
Periodicidade: mensal
Distribuição: nacional
Meio: impresso / digital
Formato: 21 cm x 29.7 cm
Sede: Lisboa

A revista *Parq* é considerada a revista de cultura urbana de distribuição gratuita em Portugal. Conta apenas com trinta edições o que faz dela uma das mais recentes revistas e uma das poucas que abordam esta temática de cultura urbana em Portugal. No entanto, e em tão pouco tempo de existência esta revista já sofreu grandes alterações quer em termos de identidade, quer em termos de layout. Por esta razão serão analisadas as versões editadas mais recentemente.

Com um conceito inovador no que diz respeito às temáticas abordadas, esta revista consegue facilmente distinguir-se no mercado quer pelos conteúdos que reúne numa mesma publicação quer pelo seu design. As temáticas abordadas baseiam-se na moda, cultura urbana, lifestyle, beleza, design, arte e arquitectura e é por isso que, com tão poucos anos de existência, é considerada uma referência a nível nacional. Com uma periodicidade mensal, o objectivo desta revista é manter o leitor atento e informado sobre as últimas novidades da actualidade tendo como foco os pontos acima referidos.

Passando agora à análise da linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise), mais especificamente no que diz respeito ao modelo, pode constatar-se que nas produções de moda desenvolvidas pela *Parq*, o modelo é, à semelhança das restantes, elemento essencial e imprescindível na fotografia. No que diz respeito à atitude do modelo e à interacção com a câmara, verifica-se que, na grande maioria dos casos não existe interacção do modelo com a câmara, isto é, o foco do olhar do modelo



não está direccionado no sentido da câmara de forma a que a atitude do modelo aparente ser o mais natural possível.

No que diz respeito à atitude, nomeadamente em relação às poses, verifica-se que o modelo procura uma certa dinâmica que posteriormente se verifica pelo arrasto do movimento que estes criam nas poses.

O facto de o modelo se movimentar na fotografia permite uma interpretação diferente daquilo que se pretende evidenciar na fotografia de moda e permite, ainda, a quebra com o tradicional das produções de moda de forma a estabelecer uma relação de proximidade com um público alvo diferente do procurado por revistas como a *Vogue* ou a *Cosmopolitan*. Verifica-se ainda que, à semelhança da revista *Zoot*, analisada anteriormente, o modelo não aparece em todos os casos de corpo inteiro, sendo que são feitos cortes de forma a que se possa evidenciar determinadas peças mais relevantes.



Continuando na análise da linguagem fotográfica, e tendo em conta o aspecto geral da fotografia, podem atribuir-se dois estilos a estas produções, por um lado o estilo contemporâneo e por outro o carácter experimental. À semelhança da revista analisada anteriormente, a contemporaneidade está inerente à linguagem utilizada nestas fotografias por aspectos como o estudo das cores e combinações entre as cores e os elementos cénicos, a postura e a atitude do modelo em interacção com o espaço que o envolve, o próprio recurso a estúdio e cenário, assim como o recurso a fotografia a cores e a preto e branco. O aspecto experimental deve-se, essencialmente, à nitidez atribuída à fotografia e ao próprio trabalho de edição onde são exploradas as fotomontagens e os cortes na fotografia, de forma a que estas adquiram um aspecto mais dinâmico

que. A nitidez é, mais uma vez posta em causa pela exploração do arrasto das poses em movimento, assim como pela sobreposição de materiais no espaço real, como por exemplo a captação da fotografia através de vidro. Todas estas características, aliadas às características tipográficas e de layout a serem analisadas posteriormente, corroboram que esta revista não tem a preocupação de se aproximar tanto de um público de massas, mas sim de um público mais restrito, como, aliás se pode comprovar, igualmente através da comparação dos valores de tiragem da *Parq* em relação, por exemplo à revista *Happy*.

No que diz respeito à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise), aquilo que se constata é que esta revista, novamente à semelhança da revista *Zoot*, recorre exclusivamente a fontes tipográficas não serifadas por motivos, mais uma vez, semelhantes. A importância de se manter

está evidentemente presente em alguns spreads onde se percebe a existência da grelha, embora nem sempre sejam respeitados os limites por ela impostos, enquanto que noutros se denota uma certa anarquia no que diz respeito à organização dos conteúdos na página. Os títulos são espalhados pela página de forma algo aleatória, não consegue reconhecer-se uniformidade na disposição de imagens em relação às caixas de texto, da mesma forma que na mesma página são utilizadas caixas de texto com diferentes larguras, normalmente nunca coincidentes com outras já representadas, a própria sobreposição dos títulos com as imagens, das imagens entre si e com o texto, tudo isto são factores que contribuem para a distinção e adaptação desta revista em relação às restantes existentes no mercado.

Do DEMIKE STARE, duo formado pelo produtor de filmes RILEY WHITTAKER (que tem como PLAZA a metade dos FENDE COFFIN) e pelo digger profissional SEAN CANTY (ligado a escolas de estilos de reedições de acontecimentos psicológicos FINDER KEEPERS que, em Portugal, é distribuída pela loja Flax), são um excelente exemplo desse novo paradigma por razões que são mais do que evidentes. Os DEMIKE STARE arrancam

extremas agnosias do espectro "mod", também DEMIKE STARE geram a sua própria total liberdade, sem terem uma submissão de ideias e preocupando-se com uma linha de pensamento comum, uma ideia de percurso, de estado, de processo. É esse estado de espírito, que confundido na fronteira entre criação e apropriação, entre caridade e autoria, editando discos que incluem

Nesse aspecto, os DEMIKE STARE são mais do que outros estilos de música, como o R&B ou o BLUES. É o estilo de vida da tradição da veia Alton (que se atribui a uma brisa que há alguns séculos, provavelmente quando a Inglaterra aprendeu a equitativa os seus cidadãos com um cristianismo cada vez mais forte. Mas, na música que criam, CANTY e WHITTAKER percorrem caminhos próprios do século.

PRCA que soam como mini-álbuns e fazem das suas músicas verdadeiras danças de uma veia soulful. O meio é, talvez este seja o paradigma da música no presente: a eliminação total de fronteiras entre géneros, épocas e posicionamentos estéticos. O DEMIKE STARE foram inicialmente alinhados com a indústria da música, mas a sua abordagem é diferente. Eles não se preocupam em ser ou não, mas em fazer música que seja relevante. Eles não se preocupam em ser ou não, mas em fazer música que seja relevante.

A implosão da indústria da música, talvez este seja o paradigma da música no presente: a eliminação total de fronteiras entre géneros, épocas e posicionamentos estéticos. O DEMIKE STARE foram inicialmente alinhados com a indústria da música, mas a sua abordagem é diferente. Eles não se preocupam em ser ou não, mas em fazer música que seja relevante. Eles não se preocupam em ser ou não, mas em fazer música que seja relevante.

gaveta engendrada pelos gabinetes de marketing e mais libertos para o mergulho nos terrenos da invenção pura.

associada a um aspecto mais contemporâneo é notória, assim como a vontade de definir essa fonte tipográfica como uma imagem de marca. Desta vez em oposição a revistas como a *Zoot* e a *Search*, o texto não é contido em caixas de texto coloridas e a fonte tipográfica utilizada é representada num corpo que ronda os 14 ou 16 pontos, facto que contribui para o destaque da *Parq* em relação ao restante mercado.

Relativamente ao layout (ponto 11 do quadro de análise), a *Parq* pretende, também, impor o seu cunho pessoal num layout totalmente improvável em relação aos restantes analisados. No que diz respeito à grelha, esta

Cinema Florbela

Florbela

Fora do circuito comercial

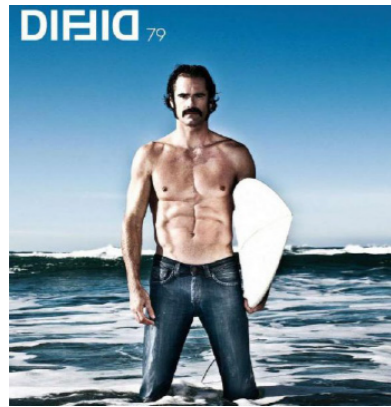
e no feminino

Depois de Quinze Pontos na Alma, VICENTE ALVES DO Ó assina o seu segundo filme, uma viagem ao coração da poesia de FLORBELA ESPANCA, interpretada por DALILA CARMO, num momento de writer's block e busca de inspiração.

T — Ágata Carvalho de Pinho

66 67

Dif



Ano de lançamento: 2002
Tiragem: 21 000
Periodicidade: mensal
Distribuição: nacional
Meio: impresso / digital
Formato: 23 cm x 28.5 cm
Sede: Lisboa

A revista *DIF* é diferente porque é feita por pessoas independentes que, todos os meses, divulgam novas ideias e talentos da moda, da música, das artes visuais, do design, das tecnologias, da arquitectura, das artes performativas e das artes do espectáculo. É o produto do trabalho e do empenho de uma equipa de jornalistas, críticos, produtores de moda, fotógrafos, designers, ilustradores, publicitários e distribuidores que, todos os meses, colocam a revista em vários pontos do país, dando a conhecer o que de melhor têm os dias e as noites da cultura urbana. É, à semelhança da *Parq*, uma revista de distribuição gratuita, distribuída em Portugal e editada por designers portugueses.

Começando por analisar a linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise), mais especificamente os aspectos relativos ao modelo, pode constatar-se que o modelo é, mais uma vez, parte integrante e indispensável na fotografia apesar de, no entanto, em alguns casos o modelo seja utilizado como acessório, facto que será justificado mais à frente.

Desta vez, em oposição às análises anteriores, o modelo tem um papel de interacção com a câmara embora as poses e a atitude continuem a ser complexas e ousadas.



Relativamente à linguagem fotográfica conclui-se que há uma maior tendência para a contemporaneidade por factores como a cor, o cenário, a composição, a improbabilidade contextual e a dinâmica dos movimentos como, aliás, já foi explicado nas análises anteriores. No entanto, o carácter experimental continua presente nestas produções no sentido em que em alguns casos a ilustração aparece como parte integrante da fotografia, fruto de um trabalho posterior de edição. Desta

forma, continua a verificar-se uma forte tendência para fotografias coloridas, cujos jogos entre as cores dos coordenados apresentados e os elementos compositores do cenário contribuem para a aproximação da sociedade contemporânea.

Verifica-se, também, uma maior tendência para a fotografia em cenário sendo que, em alguns casos, como foi o caso da fotografia com recurso à ilustração, também é explorada a fotografia de estúdio. Nesta revista



pode, também, verificar-se o congelamento do movimento em prol da valorização da nitidez da imagem. São, assim, notórias as preocupações com a produção de fotografias com grande qualidade técnica.

No que diz respeito à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise) podem constatar-se diferenças substanciais em relação às revistas analisadas anteriormente. Verifica-se claramente uma mistura entre fontes tipográficas serifadas e não serifadas de forma a permitir uma melhor leitura e melhor hierarquização da informação, sendo que os títulos são representados com fontes não serifadas e o texto com fontes serifadas, com breves alterações de peso de forma a evidenciar partes do texto de maior relevância ou que simplesmente necessitam de ser diferenciados do restante texto. Este recurso a dois tipos de fontes tipográficas que consigam uma melhor hierarquização dos elementos textuais permite uma melhor e mais clara organização dos conteúdos, levando a que esta revista seja reconhecida pela clareza do seu discurso e pela limpidez com que desenha as suas páginas acabando assim por assumir o seu cunho pessoal e destacar-se das restantes.

Vice



A *Vice* é, à semelhança das revistas de distribuição gratuita já descritas, uma revista que visa abordar a cultura urbana. Apesar de ser uma revista cujos conteúdos se aproximam das restantes revistas que se baseiam no mesmo conceito, esta revista apresenta uma série de particularidades que a distinguem das restantes. Estas particularidades são, essencialmente, vincadas pelo layout quer dos artigos onde é conjugado texto com imagem, como na edição das produções de moda que publica, e também pelo papel que utiliza.

No que diz respeito à linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise), mais concretamente ao modelo, consegue verificar-se a procura de um conceito mais experimental. As produções de moda pensadas para a *Vice* procuram, na maioria dos casos, uma adaptação a situações reais. Desta forma, nas situações em que a fotografia é produzida em cenário, o modelo assume uma posição de actor acabando por não interagir com a câmara.

Ano de lançamento: 1994
Tiragem: desconhecido
Periodicidade: bimestral
Distribuição: mundial
Meio: impresso
Formato: 21 cm x 29,7 cm
Sede: Porto



Neste contexto, o acto é responsável por narrar uma história de forma a que o espectador/leitor consiga captar a essência dessa história. Com base nisto conclui-se que as poses, nestes casos de fotografia de cenário, são pouco estudadas sendo que o objectivo é captar a espontaneidade das expressões representadas pelo modelo. No caso da fotografia de estúdio já se verifica uma interacção do modelo com a câmara, as poses aproximam-se mais das poses estudadas anteriormente, embora neste caso em particular o modelo seja mais irreverente nas poses de forma a conseguir atribuir à fotografia uma carga que, de outra forma, estaria negligenciada pela ausência de elementos de composição cénica no estúdio, recorrendo-se unicamente a um sem-fundo.

Relativamente ao aspecto global da fotografia produzida pela *Vice*, facilmente se conclui que estamos perante um estilo contemporâneo-experimental. Esta contemporaneidade verifica-se, mais uma vez e maioritariamente devido à fotografia de estúdio, na qualidade das imagens, na cor e no trabalho efectuado e pensado à volta da cor, na irreverência da atitude do modelo e na nitidez e clareza dos conteúdos apresentados nestas produções. Já o aspecto experimental na *Vice* assume um papel preponderante. Neste caso este estilo não é usado como complemento de um estilo contemporâneo mas sim independentemente. A grande maioria das produções estudadas por esta revista têm na experimentalidade a sua filosofia de vida, como se pode verificar em questões como a adaptação das produções a situações reais, isto é, a encenação de situações reais onde o modelo desempenha um papel representativo de um personagem, sem grandes preocupações com o aspecto final e com a compreensão do espectador/leitor daquilo que se pretende divulgar. A nitidez e procura pela clareza da imagem são,



também, descuradas nesta fotografia considerando-se de maior relevância o momento em que foi captado e o movimento que foi feito, evidenciando, assim a encenação.

Ainda relativamente à linguagem fotográfica, desta vez no que diz respeito à cor, a *Vice* opta, maioritariamente, por fotografia colorida sendo que, em alguns casos, pode explorar a fotografia a preto e branco, mais uma vez, mediante a encenação que pretender assumir para determinada produção.

Analisando, agora, os aspectos relativos à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise), esta verifica-se, no caso da *Vice*, menos complexa do que a sua linguagem fotográfica. Esta revista recorre aos dois tipos de fontes tipográficas, serifadas e não serifadas, sendo que as fontes serifadas se destinam ao texto corrido e as fontes não serifadas a títulos e textos de destaque. Neste contexto consegue verificar-se uma grande uniformidade e clareza de discurso, resultante da eficaz hierarquização das informações contidas nos elementos textuais. Em toda a revista podem contar-se apenas três fontes tipográficas, uma serifada, para o texto corrido onde se verificam ligeiras alterações de peso quando se pretende dar destaque a determinadas partes do texto, outra, não serifada, para os títulos dos artigos e para algumas partes do texto que necessitem de ser destacadas das caixas de texto, e ainda uma terceira fonte, também serifada e em modo itálico, que se destina



a subtítulos e introduções aos artigos e entrevistas. Esta simplicidade e contenção na utilização de fontes tipográficas permite uma maior facilidade na organização da informação no sentido em que potencia a uniformidade visual na revista contribuindo, assim, para um aspecto mais harmonioso, menos cansativo e, por sua vez, mais apelativo.

Relativamente ao layout (ponto 11 do quadro de análise), este, à semelhança da linguagem tipográfica, manteve-se sob linhas simples e pouco elaboradas. Consegue identificar-se claramente a grelha estudada para estas páginas e o motivo porque foi desenvolvida neste sentido. Os elementos textuais, maioritariamente o texto corrido, podem variar entre uma a duas colunas de texto, em caixas de texto justificado. Esta

organização permite uma melhor leitura e uma maior clareza em relação ao conteúdo abordado. O facto de, em nenhuma página, se recorrer à sobreposição de texto com imagem, é outro factor que contribui para a clareza deste design. Nos casos em que o texto se apresenta numa só coluna de texto, optou-se por aumentar a área de margem de forma a que esta coluna não se tornasse demasiado larga e, desta forma, potenciase uma pior leitura. Assim com uma só coluna mas, no entanto, mais estreita, consegue manter-se a qualidade e clareza na leitura, potenciada, pela grande área de margem que confere à página uma aspecto de leveza.

Esta revista possui, ainda, outra particularidade que se verifica no papel utilizado. A ideia de utilizar um papel baço, de grande absorção e com uma gramagem que ultrapassa a comumente utilizada na edição de revistas chegando, mesmo às 100gr, acaba por contribuir e por assumir um importante papel na distinção desta revista e na sua evidenciação no mercado.



Lux Woman



Ano de lançamento: 2001

Tiragem: 70 000

Periodicidade: mensal

Distribuição: nacional

Meio: impresso

Formato: 17 cm x 22 cm

23 cm x 29.7 cm

Sede: Barcarena

Aproximando-se, desta vez, do estilo de revistas como a *Vogue* e a *Cosmopolitan* a *Lux Woman* define-se como revista feminina com moda, beleza, lifestyle e informação para a mulher com atitude. Todos os meses o melhor das tendências do que se passa em Portugal e no mundo, numa perspectiva feminina e apelativa para a portuguesa que tem opinião. Estas, assim como outras características repetem-se em relação à revista *Cosmopolitan*, pelo que serão explicitadas de seguida.

Depois de distinguidas as temáticas abordadas por esta revista, procedeu-se à análise da linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise) onde se verificou que, à semelhança das restantes revistas analisadas, o modelo é parte integrante e imprescindível destas produções e moda. A interacção do modelo com a câmara ainda se verifica um factor privilegiado nestas produções apesar de, em alguns casos, já se verificar uma tentativa pelo afastamento deste estilo de fotografia mais convencional onde o modelo possa trabalhar as poses sem que, no entanto o seu olhar tenha que se fixar na câmara. Esta é uma característica que se verifica cada vez mais nas produções de moda contemporâneas com o intuito de aproximar estas produções de situações reais de forma a aproximar o espectador/leitor do contexto fotográfico.



Tendo em conta características como esta, facilmente se conclui a aproximação desta revista de um estilo contemporâneo e de uma tentativa constante de manter essa proximidade. Esta contemporaneidade verifica-se também no recurso a cenário e estúdio, inclusivamente, na mistura destes dois suportes na mesma produção. Este factor potencia a dinâmica das produções de forma a manter fixa a atenção do leitor pelo factor inesperado de diferentes ambientes. Na fotografia de estúdio verifica-se que o recurso a elementos de composição é, praticamente nulo, na medida em que se pretende privilegiar

o coordenado apresentado, enriquecido com poses dinâmicas e uma nitidez fotográfica incontestável pelo congelamento do movimento do modelo. Para isto, recorre-se, frequente e maioritariamente a fundos de cores neutras. Nestas produções não se verificam, também, preocupações em que o modelo apareça de corpo inteiro, especialmente na fotografia de cenário onde o factor mais relevante é a integração do modelo com o cenário de forma a conseguir a aproximação e



relação de empatia com o público que foi referida anteriormente. Relativamente à cor, continua a ser atribuída exclusividade à fotografia a cores. Esta tendência pretende o afastamento de uma estilo mais clássico como, aliás, já se verificou em características analisadas anteriormente, de forma a conseguir fidelizar o público a que se destina.

Referindo, agora a linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise), pode constatar-se, à semelhança das revistas semelhantes analisadas anteriormente, o recurso a uma grande variedade de fontes tipográficas desde fontes serifadas a não serifadas. Esta variedade pretende atribuir a esta revista, além de um estilo mais contemporâneo, uma dinamização e a aproximação de um público mais jovem e irreverente. O facto de jogar com diferentes fontes, diferentes pesos e diferentes cores, atribui-lhe um aspecto mais lúdico, de certa forma mais divertido e conseqüentemente, mais apelativo para o público a que se dirige. Esta tendência pretende, também, a distinção de conteúdos e a dinâmica na composição e organização desses mesmos conteúdos. Em oposição às características analisadas, por exemplo, na *Více*, a hierarquização dos conteúdos dá-se através destas diferentes fontes tipográficas aliadas a pesos e tamanhos diferentes.

comportamento / 122
 errar

ERRAR é humano

Sente que erra constantemente e não sabe o que fazer para evitar que isso aconteça? Leia este artigo e aprenda a lidar com os seus erros.

Por Leonilda Amado

Você já se encontra um pouco triste de morrer. Pense dois segundos em frente à lei e a pessoa que podia pagar com o cartão de crédito. Quando a conta chegou, sentiu um arrepio na espinha e pensou: "Não posso voltar a gastar tanto dinheiro!" Quando veio o momento de pagar, você não conseguiu nem olhar para o cartão de crédito e não teve vontade de fazer um cheque. Quando terminou de pagar, você ficou com um nó na garganta e não sabia mais o que fazer. Não se preocupe, isso acontece com todos nós. Não se preocupe, isso acontece com todos nós. Não se preocupe, isso acontece com todos nós.

OS ERROS CLÁSSICOS
 Preocupação que podemos antecipar os erros e evitar os erros. Um exemplo disso é o erro de não fazer o suficiente para evitar os erros. Um exemplo disso é o erro de não fazer o suficiente para evitar os erros.

OS ERROS AMOROSOS
 Outro exemplo disso é o erro de não fazer o suficiente para evitar os erros. Um exemplo disso é o erro de não fazer o suficiente para evitar os erros.

Upsi!
 Para ler
 "Upsi! A Psicologia da Culpa", de Nuno Amado, psicólogo.

No que diz respeito a características relacionadas com o layout (ponto 11 do quadro de análise), estas verificam-se, novamente muito aproximadas da *Cosmopolitan*. É impossível a dissociação da grelha em que foi editada a revista, o que permite uma melhor leitura e uma melhor organização dos conteúdos o que lhe confere um carácter mais clássico, no entanto, a constante necessidade de aproximação de uma aspecto contemporâneo leva a que , em determinados spreads, a informação seja organizada de uma forma algo anárquica, onde texto se sobrepõe a imagem e vice-versa, onde imagens se sobrepõem entre si e onde a grelha parece ter ficado esquecida. Nestas páginas verifica-se o carácter experimental presente nestas revistas, onde os editores tentam, a todo o custo, adaptar estas revistas a uma sociedade contemporânea e cosmopolita tentando, com estas experiências criar um estilo próprio que possa, de alguma forma, fidelizar o leitor.

Máxima

A revista *Máxima* continua intrinsecamente ligada a revistas como a *Cosmopolitan* ou a *Lux Woman* analisadas anteriormente. Com conteúdos que passam pela moda, bem-estar, lifestyle, beleza e actualidade, esta foi eleita, por diversas vezes a melhor revista feminina do ano, corroborando, assim, a sua afirmação de que todas as mulheres têm uma máxima. Com mais de 250 páginas em cada edição, esta torna-se a revista feminina, dentro das revistas do mesmo género, com maior diversidade de conteúdos.

Após a clarificação das temáticas abordadas por esta revista procedeu-se à análise da sua linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise), começando pela análise do modelo e da sua atitude. Na *Máxima* verifica-se, mais uma vez, o recurso indispensável à fotografia com modelo, fazendo deste parte indispensável da linguagem fotográfica explorada nesta revista. Neste caso consegue identificar-se uma grande diversidade de atitudes, isto é, nesta revista consegue verificar-se que o modelo assume diferentes comportamentos em relação à produção fotográfica para que está a trabalhar.



Ano de lançamento: 1988
 Tiragem: 70 000
 Periodicidade: mensal
 Distribuição: nacional
 Meio: impresso
 Formato: 17.7 cm x 23 cm
 23 cm x 29.7 cm
 Sede: Lisboa



Em alguns casos, na grande maioria de fotografia de estúdio, verifica-se que o modelo assume uma relação com a câmara sendo que o seu olhar não é desviado da objectiva. Verifica-se uma forte interacção com a câmara, com recurso a expressões fortes, de forma a conseguir prender a atenção do espectador/leitor. Neste caso concreto são exploradas as poses mais dinâmicas embora estáticas. Na fotografia de cenário as poses são exploradas de forma semelhante embora com a diferença da interacção do modelo com a câmara. Neste caso consegue verificar-se que são exploradas as poses dinâmicas embora estáticas potenciadas, ainda pelo congelamento dos movimentos.

No que diz respeito aos enquadramentos, é evidente a abordagem a fotografia de estúdio e de cenário como já foi, aliás, referido anteriormente. Se na fotografia de estúdio se verificam características semelhantes às analisadas nas revistas anteriores como o congelamento dos movimentos, a nitidez da imagem e os enquadramentos onde o modelo aparece, maioritariamente, de corpo inteiro, é na fotografia de cenário que se verificam as maiores diferenças em relação às restantes revistas analisadas. Verifica-se, então, que a *Máxima* caminha para a evolução do seu estilo fotográfico tentando uma abordagem mais experimental em algumas produções fotográficas de cenário.



Na maioria dos casos a sua fotografia de cenário aproxima-se, igualmente, da linguagem explorada pelas outras revistas, no entanto, a *Máxima* procura uma adaptação às novas tendências fotográficas e mostra-se receptiva a um estilo diferente e ainda pouco explorado por revistas mais comerciais. Este estilo caracteriza-se pela encenação de cenas mais próximas da realidade, sem grandes produções em termos de coordenado, maquilhagem e cenário, onde os modelos não interagem com a câmara mas sim entre si, onde o movimento é explorado até ao limite em arrastamentos e, conseqüentemente, na perda de nitidez da imagem. Desta forma conseguem atribuir-se, com facilidade, dois estilos à linguagem fotográfica desta revista, o estilo contemporâneo abordado na maioria das produções onde prevalece a nitidez das imagens, as poses dinâmicas embora congeladas, a prevalência de cores fortes e de contrastes e, por outro lado

carácter experimental abordado em produções que visam a aproximação de encenações aproximadas da realidade com movimentos arrastados e poucas preocupações de produção, enquadramentos, poses e maquilhagem.

Ainda em relação à linguagem fotográfica verifica-se, mais uma vez, que a fotografia colorida tem uma presença preponderante nestas produções como forma de se manter directamente ligada a uma linguagem contemporânea.

No que diz respeito à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise) pode verificar-se, novamente, o recurso a uma grande variedade de fontes tipográficas numa mistura de fontes serifadas com fontes não serifadas. Este recurso verifica-se como tentativa de aproximação de um público concreto como forma de estabelecer uma relação empática com o leitor atribuindo à revista uma maior dinâmica na organização dos conteúdos. Enquanto uma das

revistas líder de vendas no mercado português considera-se que esta medida, aliada a todas as outras referidas anteriormente, tem uma contribuição muito positiva na propagação da revista, assim como na fidelização de leitores. A dinâmica e a contemporaneidade inerentes a este tipo de abordagem permitem que o público se vincule a este tipo de revistas.

Relativamente ao layout (ponto 11 do quadro de análise), as características voltam a repetir-se em relação às revistas do género,

analisadas anteriormente. As características clássicas são evidentes pela compreensão da grelha em que são organizados os conteúdos e pelo cumprimento dos limites por ela impostos. Porém, à semelhança da *Lux Woman*, são evidentes as tentativas de aproximação de uma linguagem mais contemporânea que se verifica em páginas onde os conteúdos são organizados de forma algo aleatória, com sobreposições de imagem com texto e de imagens entre si, assim como a mistura de diferentes fontes tipográficas com diferentes pesos, resultando numa composição menos harmoniosa, factor que, no entanto, e por não ter elementos textuais muito extensos, acaba por não perder legibilidade.

Edit

Em oposição ao estilo analisado nas últimas duas revistas surge a *Edit*, uma revista inteiramente nacional que se assume como uma revista de moda tanto feminina como masculina, abordando, também, temas como a arquitectura, o cinema e o design. É por si só uma revista que prima pela diferença e pela distinção num mercado saturado de revistas de moda e lifestyle. Esta distinção verifica-se desde a linguagem fotográfica, passando pela edição de conteúdos até à própria exploração do papel. Sendo uma das mais recentes revistas de moda do mercado a *Edit* mostra uma grande preocupação em destacar-se de todos os moldes de comportamento habituais nas revistas já existentes através de uma linguagem e estilo únicos como será explicitado de seguida.

Começando pela linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise), mais concretamente pelo estilo abordado, verifica-se uma linguagem contemporânea, no entanto procurando uma certa influência classicista. A contemporaneidade consegue verificar-se pela exploração das poses, explorando a dinâmica dos movimentos apesar de, no final o movimento se apresentar congelado de forma a manter a nitidez da imagem.



Ano de lançamento: 2008

Tiragem: 18 000

Periodicidade: mensal

Distribuição: nacional

Meio: impresso

Formato: 21 cm x 28 cm

Sede: Lisboa



Por outro lado, as características de cariz clássico verificam-se em vários aspectos a começar pela cor. Embora, na maioria dos casos se faça recurso à fotografia colorida, a exploração de cores na composição corrobora a diferença mencionada anteriormente face às revistas analisadas anteriormente. Verifica-se, portanto, a tentativa de manter uma certa monocromia no aspecto global das produções, isto é, não se verifica a utilização de diferentes cores quer no coordenado apresentado pelo modelo, quer na composição do cenário e seus elementos constituintes. Esta característica verifica-se na grande maioria das produções feitas por esta revista. Uma outra característica que aproxima estas produções de um aspecto mais clássico é o recurso a fotografia a preto e branco.

Esta característica não se verificou em nenhuma das revistas até agora analisadas e é, também, um dos factores de aproximação da *Edit* de um estilo mais clássico.

No que diz respeito ao modelo e à sua atitude no contexto fotográfico verifica-se o recurso a poses dinâmicas embora estáticas, isto é, o movimento não é muito explorado da mesma forma que não é explorado o arrastamento do movimento. Pode constatar-se, também, que o modelo explora de formas diferentes a interacção com a câmara na medida em que, dependendo do contexto cénico explorado na produção fotográfica em questão, o modelo pode, ou não, interagir com a câmara de forma a conseguir uma maior relação de empatia com o público.



Relativamente ao enquadramento, conclui-se que a *Edit* se preocupa em manter a uniformidade no sentido de impor o seu cunho pessoal, já que pretende uma diferenciação do restante mercado. Neste sentido recorre exclusivamente a fotografia de cenário podendo, assim, diferenciar umas produções das outras através da complexidade da composição cénica.

No que diz respeito à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise) a *Edit* tenta, mais uma vez distinguir-se do mercado saturado das revistas de moda. Verifica-se claramente o recurso exclusivo a uma única fonte tipográfica não serifada com o intuito de impor uma linguagem contemporânea e, desta forma, conseguir, também, uma melhor legibilidade e uniformidade na edição dos conteúdos. A hierarquização dos conteúdos textuais dá-se pela utilização de diferentes

pesos e tamanhos da mesma fonte. Estes factores permitem, também, a facilitação na edição de conteúdos assim como a clareza do discurso, a simplicidade do design e, por sua vez, a empatia com um público saturado do design habitual. Estas características mantêm a *Edit* no topo da contemporaneidade pela genialidade da abordagem clássico-contemporânea.



No layout (ponto 11 do quadro de análise) as escolhas desta revista reflectem, mais uma vez, as conclusões referidas anteriormente. Verifica-se, novamente a influência clássica da organização dos conteúdos sem transposição dos limites impostos pela grelha, onde as sobreposições não acontecem e onde texto e imagem se organizam de forma clara e concisa, onde se compreende claramente a hierarquização, isto é, aquilo que se pretende destacar daquilo que é acessório, e onde texto e imagem conseguem manter um equilíbrio de complementaridade entre si.

Outra particularidade que potencia a distinção desta revista do restante mercado é o recurso a dois tipos de papel na mesma edição. Nas suas edições esta revista apresenta um capítulo destinado à agenda cultural que se destaca dos restantes conteúdos pela apresentação de um papel sem brilho, onde as páginas são impressas com uma cor de fundo acinzentada de forma a potenciar a aproximação do aspecto de jornal.

Umbigo



Ano de lançamento: 2002

Tiragem: desconhecido

Periodicidade: trimestral

Distribuição: nacional

Meio: impresso

Formato: 22.5 cm x 31.5 cm

Sede: Lisboa

Novamente com um conceito novo e distinto de todos os outros, a *Umbigo* é uma revista que se define como um conceito, como uma nova filosofia editorial. Os editores acrescentam que esta revista nasceu com o objectivo de fazer renascer um hedonismo peculiar, mas esta vai mais fundo. No início, ao focar a sua atenção na presença do corpo na arte, representou uma revolução na realidade editorial portuguesa, abrindo algumas mentes e dando espaço para que jovens e talentosos artistas emergissem. Com o passar do tempo, este conceito evoluiu e a revista transformou-se num laboratório de tendências contemporâneas, especializando-se em temas de cultura, artes, música e moda à medida que se foram tornando numa publicação de culto. Desde o design fresco e sofisticado à qualidade de impressão, dos textos bem construídos a um sentido de objecto de design, a *Umbigo* é um meio de comunicação que se distingue de todos os outros.

Começando, então a análise pela linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise) e especificando no modelo pode constatar-se que o modelo é, também nesta revista, um elemento imprescindível na comunicação da moda. No que diz respeito à atitude verifica-se que não há interacção do modelo com a câmara. Este distanciamento do leitor pretende uma maior proximidade das situações retratadas, isto no caso da fotografia de cenário. Na fotografia de estúdio esta característica também se verifica resultando de forma diferente no espectador. O facto de o modelo, fora de um contexto cénico, não dirigir o olhar para a objectiva pretende uma abordagem mais irreverente e menos expectável com o intuito de não mostrar ao espectador/leitor, mais daquilo que está habituado a ver.



É neste contexto que se considera pertinente analisar o estilo da linguagem fotográfica explorado pela *Umbigo*. Com base nas características descritas e nas que serão analisadas de seguida, pode concluir-se que a *Umbigo* pretende uma abordagem simultaneamente contemporânea e experimental.

A contemporaneidade encontra-se nas características descritas referentes ao modelo, assim como em características semelhantes às analisadas nas revistas anteriores como a cor da composição quer cénica quer de coordenado quer de maquilhagem, a nitidez atribuída à imagem, os movimentos congelados e a dinâmica estaticidade das poses. Por outro lado, a experimentalidade verifica-se na irreverência dos contextos cénicos, na composição de alguns cenários, na improbabilidade contextual, na relação do cenário com o coordenado a apresentar, assim como, no arrastamento de alguns movimentos especialmente na fotografia de cenário. A fotografia colorida continua a assumir o seu papel de mentora da contemporaneidade, sendo que, todas as produções de moda feitas pela *Umbigo* mantêm a uniformidade na representação da fotografia a cores.



No que diz respeito à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise) pode verificar-se que, à semelhança da *Edit*, a *Umbigo* recorre exclusivamente a fontes não serifadas. Com um estilo muito próprio, esta revista tende a manter a uniformidade nas caixas de texto corrido utilizando, ao longo de toda a revista, a mesma fontes tipográfica para este tipo de texto. A grande diferença está nos elementos textuais de

destaque como os títulos dos artigos. Estes são representados sempre com fontes tipográficas distintas, normalmente adaptadas ao tipo de artigo que está a ser abordado podendo variar entre fontes mais caligráficas a fontes com um aspecto mais tecnológico. Esta diferenciação pretende criar uma dinâmica na edição dos conteúdos e transparecer que os editores têm a preocupação de personalizar o design de cada artigo envolvendo-se nele intrinsecamente.

Relativamente ao layout e à edição dos conteúdos (ponto 11 do quadro de análise) pode claramente definir-se este estilo como experimental. Com algumas características contemporâneas que se verificam em alguns artigos onde, principalmente, o texto é editado em função da grelha imposta, a *Umbigo* prima, na grande maioria dos casos, por um design arrojado e desprovido de grandes limitações. Como se pode verificar em algumas páginas, as caixas de texto são trabalhadas geometricamente, a apresentação do texto em colunas é utilizada embora de forma pouco uniforme. Verifica-se uma grande, e quase indispensável, sobreposição de conteúdos, texto com imagem, imagens entre si, caixas de texto com fundo colorido ou sem fundo. Todos os factores descritos anteriormente conferem à *Umbigo* um aspecto, incontestável de experimentalidade e é, precisamente, a isto que os editores pretendem habituar o leitor. A improbabilidade da composição gráfica, aliada ao factor surpresa inerente à viragem da página, fazem com que a *Umbigo* seja uma das revistas de moda mais irreverentes e, por isso, mais distinta do mercado dos editoriais de moda. Falando, ainda de outro factor que contribui para o realce desta revista nas prateleiras do quiosque é o seu formato, igualmente pouco convencional e as capas onde são exploradas, sempre, produções mais arrojadas e totalmente improváveis.

Relativamente à ilustração (ponto 12 do quadro de análise), verifica-se que a *Umbigo*, além de todos os outros factores que faz questão de evidenciar, faz também recurso, ainda que um pouco experimental, à ilustração e à introdução desta técnica na edição dos seus conteúdos. Ainda numa fase muito experimental, pode verificar-se um grande esforço em introduzir elementos ilustrativos nas suas páginas.



Happy



Ano de lançamento: 2006

Tiragem: 130 000

Periodicidade: mensal

Distribuição: nacional

Meio: impresso

Formato: 23 cm x 29.7 cm

Sede: Lisboa

Mais próxima, desta vez, das revistas femininas analisadas como a *Vogue*, a *Máxima*, entre outras, a *Happy* é a mais recente revista neste tipo de registo. Com temáticas que vão desde a moda, como não podia deixar de ser, até à beleza, lifestyle, bem-estar e actualidade, esta revista consegue, de uma forma mais irreverente, destacar-se das restantes já analisadas. Características como a cor, as produções fotográficas e a composição gráfica na organização dos conteúdos, definem a identidade desta revista que, ao contrário da maioria, não teve que sofrer com a mudança dos tempos, não tendo que adaptar o seu estilo a uma sociedade contemporânea, a contemporaneidade já nasceu com ela.

Neste contexto, falando de contemporaneidade, é pertinente abordar a linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise) explorada na *Happy* já que, enquanto revista que nasceu nos tempos modernos deve assumir o reflexo dos tempos em que foi criada. Por esta razão, a contemporaneidade é-lhe inerente e pode verificar-se em vários aspectos da sua linguagem fotográfica. A exploração das cores em misturas improváveis de elementos cénicos com maquilhagem e o coordenado apresentado pelos modelos são o primeiro motivo que leva à associação imediata desta revista com a contemporaneidade.



Relativamente ao modelo pode constatar-se que, à semelhança das restantes, a *Happy* não dispensa a presença do modelo nas suas produções fotográficas pelo que este se mantém como parte indispensável na fotografia. No que diz respeito às poses e à atitude do modelo, pode verificar-se, mais uma vez, a influência das tendências contemporâneas neste aspecto. Aqui verifica-se que não há a preocupação em manter a uniformidade na atitude, já que o modelo assume uma

postura mais descontraída podendo ou não interagir com a câmara, pelo que, este factor não se revela muito explorado. As poses são dinâmicas, valorizando as assimetrias e o equilíbrio, assim como factores externos como o vento, embora todo este dinamismo seja representado em modo congelado. Mesmo para esta revista a nitidez da imagem continua a ser um dos factores mais importantes como definição de qualidade.



Relativamente aos enquadramentos já se verifica uma maior preocupação com a uniformidade. Neste caso a *Happy* recorre exclusivamente a fotografia de estúdio, sendo que o estúdio pode ser complementado com elementos decorativos de composição cénica. Esta uniformidade permite a qualidade das imagens, tão privilegiada por esta revista, assim como a uniformidade das suas produções de umas edições para as outras.

No que diz respeito à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise) esta revista, apesar de recorrer a uma grande diversidade de fontes tipográficas, desde fontes serifadas a não serifadas, consegue revelar uma certa uniformidade na forma como são usadas estas diferentes fontes. Ao contrário da anarquia organizacional presente noutras revistas como já foi analisado, a *Happy* consegue manter a coerência no discurso nos diferentes capítulos através da atribuição de uma combinação de fontes tipográficas em cada um deles. Desta forma, cada capítulo ou artigo são organizados de forma independente conjugando apenas três fontes tipográficas entre si. Esta característica possibilita que não haja uma grande mistura de fontes de forma a potenciar a legibilidade e a facilidade na organização dos conteúdos.

Relativamente ao layout (ponto 11 do quadro de análise), e seguindo o contexto da organização de conteúdos, a *Happy*, enquanto revista que nasceu na época em que pretende integrar-se, opta por uma organização mais ousada. Seguindo à risca a tendência contemporânea, esta destaca-se por conseguir manter-se fiel aos limites da grelha quer na edição de texto quer na edição de imagem, quer na edição dos dois elementos em conjunto. Neste layout são frequentemente utilizadas as caixas de texto coloridas como forma de destacar algumas partes do texto ou simplesmente como forma de obter contraste com a sobreposição de texto com imagem. Esta característica das caixas de texto coloridas tem-se verificado uma característica muito própria da *Happy* servindo, mesmo, como imagem de marca da revista. Outra característica muito peculiar e quase exclusiva desta revista é a rotação destas caixas de texto coloridas, nas situações em que são utilizadas, isto é, a *Happy* tem revelado esta característica também quase como um marco da sua personalidade permitindo que se distinga das revistas semelhantes.



Elle

A *Elle*, assim como a *Máxima* e a *Activa*, são as revistas, no que diz respeito às edições portuguesas, que mais se assemelham umas com as outras. Estas semelhanças verificam-se quer em termos conceptuais, quer em termos de conteúdos abordados, quer na linguagem fotográfica e tipográfica, quer, mesmo, na edição dos conteúdos. Se forem colocadas lado a lado umas com as outras, se não houver referência ao nome, dificilmente se distingue uma *Elle* de uma *Máxima* ou uma *Máxima* de uma *Activa*. Estas semelhanças são bastante evidentes como será possível constatar com a análise descrita de seguida. Esta semelhança verifica-se, até, na descrição que os editores fazem da própria revista que, à semelhança da *Máxima*, não passa de uma afirmação de que a revista, neste caso a *Elle*, é “a revista de moda mais vendida no mundo”.

Tendo em conta estes factores, na análise relativa à linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise), facilmente se conclui que o estilo predominante é o contemporâneo. Este estilo verifica-se na atitude dos modelos, na exploração das cores, na prevalência da nitidez das imagens, nas poses dinâmicas embora congeladas, na prevalência de cores fortes e no trabalho de contrastes. A edição dos conteúdos e a combinação dos elementos cénicos acabam, também, por ser um factor importante na definição da contemporaneidade.



Relativamente ao modelo, mais uma vez aproximando-se das revistas analisadas, este assume um papel preponderante na linguagem fotográfica sendo, mesmo indispensável a sua presença nas produções desta revista. No que diz respeito às poses, volta a verificar-se uma tendência para as poses dinâmicas, favorecendo o equilíbrio e as assimetrias, sendo, no entanto, representadas em movimentos congelados. Todo o dinamismo das poses, e a instabilidade do modelo, os factores



Ano de lançamento: 1945
 Tiragem: 60 000
 Periodicidade: mensal
 Distribuição: mundial
 Meio: impresso
 Formato: 17 cm x 23 cm
 23 cm x 29,7 cm
 Sede: Lisboa

ambientar como o vento, entre outros, são apresentados de forma estática, factor potenciado pelo congelamento dos movimentos. Relativamente à atitude do modelo pode constatar-se que não há interacção com a câmara em nenhuma das produções apresentadas. Esta particularidade verifica-se em todas as produções feitas para a *Elle* e, mais uma vez se constata que esta característica se deve à associação da encenação produzida à realidade e a cenários semelhantes na realidade da vida quotidiana da mulher contemporânea.



Relativamente ao enquadramento, verifica-se o recurso a fotografia, tanto de cenário como de estúdio, dando especial relevância à fotografia de cenário. Esta característica, associada à atitude do modelo de não interacção com a câmara potenciam a aproximação de situações reais, provocando uma sensação e uma relação de empatia do espectador/leitor com a revista.

Referindo, agora a linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise), pode constatar-se, à semelhança das revistas semelhantes analisadas anteriormente, o recurso a uma grande variedade de fontes tipográficas desde fontes serifadas a não serifadas. Esta variedade pretende atribuir a esta revista, além de um estilo mais contemporâneo, uma dinamização e a aproximação de um público mais jovem e irreverente. O facto de jogar com diferentes fontes, diferentes pesos e diferentes cores, atribui-lhe um aspecto mais lúdico e consequentemente, mais apelativo para o público a que se dirige. Esta tendência pretende, também, a distinção de conteúdos e a dinâmica na composição e organização desses mesmos conteúdos. Em oposição às

características analisadas, por exemplo, na *Edit*, a hierarquização dos conteúdos dá-se através destas diferentes fontes tipográficas aliadas a pesos e tamanhos diferentes.

Enquanto uma das revistas de referência no mercado português considera-se que estas medidas, aliada a todas as outras referidas anteriormente, têm uma contribuição muito positiva na propagação da revista, assim como na fidelização de leitores. A dinâmica e a contemporaneidade inerentes a este tipo de abordagem permitem que o público se vincule a este tipo de revistas.

No que diz respeito a características relacionadas com o layout (ponto 11 do quadro de análise), estas verificam-se, novamente, muito próximas de revistas como a *Cosmopolitan* ou a *Máxima*, ou a *Lux Woman*. É impossível a dissociação da grelha em que foi editada a revista, o que permite uma melhor leitura e uma melhor organização dos conteúdos conferindo-lhe, assim, um carácter mais clássico, no entanto, a constante necessidade de aproximação de uma aspecto contemporâneo leva a que, em determinados spreads, se verifique uma certa anarquia no que diz respeito à organização dos conteúdos, sendo que texto se sobrepõe a imagem e vice-versa, onde imagens se sobrepõem entre si e onde a grelha parece ter ficado esquecida. Nestas páginas verifica-se o carácter experimental presente nestas revistas, onde os editores tentam, a todo o custo, adaptar estas revistas a uma sociedade contemporânea e cosmopolita tentando, com estas experiências criar um estilo próprio que possa, de alguma forma, fidelizar o leitor.



Activa



Ano de lançamento: 1990
Tiragem: 90 000
Periodicidade: mensal
Distribuição: nacional
Meio: impresso
Formato: 17 cm x 21.5 cm
23 cm x 29.7 cm
Sede: Paço D'Arcos

A revista *Activa* revela-se, mais uma vez, intrinsecamente ligada a revistas como a *Cosmopolitan*, a *Lux Woman* ou a *Máxima*, analisadas anteriormente. Com conteúdos que passam pela moda, bem-estar, lifestyle, beleza e actualidade, esta é uma das revistas mais recentes dentro deste tipo de publicações em Portugal e conta já com um grande número de assinantes. O slogan desta revista, “tudo o que você é” dirige-se de forma directa à mulher contemporânea, dinâmica e activa definindo, assim o seu público alvo.

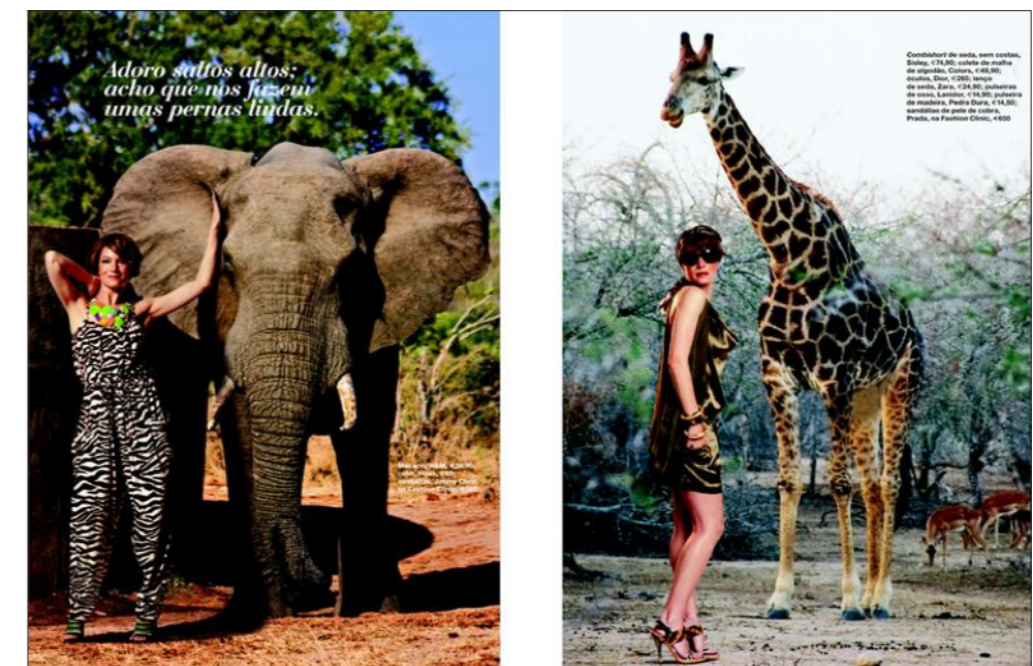
Com base neste facto de se dirigir especificamente para um público, pode constatar-se que a linguagem fotográfica da *Activa* corre, também nesse sentido. No que diz respeito ao modelo a *Activa* opta por recorrer, nas suas produções de moda, a pessoas reais, figuras públicas portuguesas como forma de criar maior empatia com o espectador, de haver uma maior associação das produções de moda a situações da vida real, e como forma de, mais uma vez, associar estas produções às mulheres activas a que se destina. Na atitude dos modelos pode verificar-se uma grande interacção com a câmara como forma de aproximação do espectador, exploração de poses dinâmicas, embora estáticas à semelhança de revistas como a *Máxima*, por exemplo.



No que diz respeito ao estilo abordado na *Activa*, ainda relativamente à linguagem fotográfica (ponto 9 do quadro de análise), pode constatar-se uma forte influência do estilo contemporâneo. À semelhança das outras revistas analisadas este factor pode verificar-se na nitidez das imagens, na exploração das cores, nomeadamente o recurso, sempre a fundos de cor, no caso da fotografia de estúdio, as poses, bem como os cortes das imagens. Ao contrário de um estilo mais clássico verificado, por exemplo,

na revista *Vogue* onde o modelo aparece sempre de corpo inteiro, na *Activa* os cortes são explorados como forma de criar imagens mais fortes e com mais impacto no espectador/leitor.

Ainda relativamente à linguagem fotográfica mas abordando a questão dos enquadramentos (ponto 9, alíneas c. e d. do quadro de análise) pode constatar-se que esta revista opta por recorrer a quer a fotografia de cenário quer a fotografia de estúdio. Na grande maioria dos casos, como já foi explicitado no início desta análise, o papel de modelo é atribuído a figuras públicas de forma a que as suas produções fotográficas se aproximem, o mais possível de um contexto real, no entanto, nas edições de maior dimensão (ponto 6 do quadro de análise), a *Activa* apresenta duas produções fotográficas, uma com a figura pública referente à



edição em questão e outra, normalmente de cenário, dentro do estilo das produções realizadas para as outras revistas semelhantes, com modelos profissionais, onde questões como enquadramento, cor, e poses se mantêm fieis aos parâmetros analisados anteriormente.

Ainda em relação à linguagem fotográfica verifica-se, mais uma vez, que a fotografia colorida tem uma presença preponderante nestas produções como forma de se manter directamente ligada a uma linguagem contemporânea.

Analisando, agora, as questões referentes à linguagem tipográfica (ponto 10 do quadro de análise), são evidentes as semelhanças com, por exemplo, a revista *Elle* analisada anteriormente. O recurso a uma grande

variedade de fontes tipográficas desde fontes serifadas a não serifadas são o factor mais imediato de parença entre estas duas revistas. Esta variedade pretende atribuir a esta revista, além de um estilo mais contemporâneo, uma dinamização e a aproximação de um público mais jovem e irreverente, da mulher "Activa". O facto de jogar com diferentes fontes, diferentes pesos e diferentes cores, atribui-lhe uma certa ludicidade que pretende resultar numa revista mais apelativa para o público a que se dirige. Esta tendência pretende, também, a distinção de conteúdos e a dinâmica na composição e organização desses mesmos conteúdos. Em oposição às características analisadas, por exemplo, na *Vice* que recorre unicamente a duas fontes tipográficas, sempre não serifadas, a hierarquização dos conteúdos na *Activa* dá-se através destas diferentes fontes tipográficas aliadas a pesos e tamanhos diferentes.



Defenda-se do mau olhado

Os portugueses vivem paralisados pelo invejo?, afirmou o filósofo José Gil. Formos perceber se era possível escapar ao 'destino' nacional de invejados...
Por Catarina Fonseca

SEMPRE ME ASSUMI COMO UMA INVEJOSA DE primeira-idade, porque acho-me idiossincrasid ali sobressair-se facilmente a estar com um príncipe como a Letícia de Espanha. Quando sai da arena da televisão não me obcecaram uma almeida verde a dizer: "Invej", que, pronto, aché um bonito homem, mas não. Quando me casava não tinha este artigo também aché um bonito homem porque, juntamente com a abdução, há falta de mim uma profundi da inveja, mas mais sangante de que os outros (oubar deca). Primeiro lição a inveja é o único pecado impossível. Segundo a inveja é de ser uma palavra do pice, pegueira em último grau ou mesmo viciada em sexo, mas inveja é que não? Primeiro diste não à obra, não sem antes perguntar porque é que não podemos começar pela Luciana (porque que fica para o mês dos namorados). Primeiro pergunta ligas a uma amiga professora para perguntar se os meus alunos tinham inveja dos bores. "Não comete a Paróia do Bore e do Capão", disse ela. "Nada anda há um hora além de dois meus alunos. Um dos meus alunos tem inveja do bores além de ficar a vida negra. O outro não almoça com a sua habida de bores além de apertar com ele. Um mês depois, o primeiro meu aluno continua meu aluno, e o segundo meu aluno já é bores além".

Desloque antes que eu pudesse perguntar onde é que cataram o bores e o bores, mas percebe que nada depende do pecado, tudo depende de que fazemos com ele. Primeiro cataram o bores. Certo, apesar de tudo, descobri que me acastaram um artigo com um parágrafo de segunda paragrafo de dois, mais dois alunos meus filósofos. A propósito de inveja e do bores...

Relativamente ao layout, (ponto 11 do quadro de análise) as características voltam a repetir-se em relação às revistas, com o mesmo objectivo, analisadas anteriormente. As características clássicas são evidentes pela compreensão da grelha em que são organizados os conteúdos e pelo cumprimento dos limites por ela impostos. Porém, à semelhança da *Elle* e de outras revistas analisadas, são evidentes as tentativas de aproximação de uma linguagem mais contemporânea que se verifica em páginas onde os conteúdos são organizados de forma algo aleatória, com sobreposições de imagem com texto e de imagens entre si, assim como a mistura de diferentes fontes tipográficas com diferentes pesos, resultando numa composição menos harmoniosa, factor que, no entanto, e por lhe atribuir um aspecto mais informal como forma de contrabalanço com a formalidade e responsabilidade do quotidiano da mulher contemporânea.

Metro

O Jornal é um meio de comunicação impresso, geralmente um produto derivado do conjunto de actividades de entre as quais se destaca o jornalismo. As características principais de um jornal são: o uso de "papel de imprensa", mais barato e de menor qualidade em relação aos utilizados por outros suportes impressos, a linguagem própria, dentro daquilo que se entende por linguagem jornalística, assim como linguagem gráfica, e é um meio de comunicação de massas, um bem consumido pelas massas. Os jornais têm conteúdo genérico, pois publicam notícias e opiniões que abrangem os mais diversos interesses sociais. No entanto, há também jornais com conteúdos especializados, nomeadamente em economia, negócios ou desporto, entre outros. A periodicidade mais comum dos jornais é a diária, mas existem também aqueles com periodicidade semanal, quinzenal e mensal.

O jornal Metro revela-se, aqui, como um dos primeiros jornais que surgiram com um objectivo diferente do jornal habitual. Este jornal surge, pela primeira vez, como jornal de distribuição gratuita, a nível mundial e este factor implica uma série de outras ponderações no que diz respeito a questões como a organização dos conteúdos, a quantidade de informação disponível e a própria tiragem. Enquanto jornal gratuito, o objectivo deste jornal será atingir as massas de forma irreversível, facto que se confirma pelo sucesso confirmado deste jornal a nível mundial.



metro focus www.readmetro.com

Aroma de leste: a China está a saborear café

O café está a fazer furor na China, o país onde mais se bebe chá. O toneladas de grãos crescem na província de Yunnan e os produtores ocidentais abrem lojas nas cidades. Os chineses preferem Americano ou Espresso?

metro mundo www.readmetro.com

Mais esforços de combate ao HIV

EUA comprometidos com o objetivo de erradicar doença na próxima geração • Conferência internacional sobre VIH/sida em Washington

4 mortos na Catalunha

Plantífero

Suspeito em tribunal

78

Serviço pode respeito

Atentados matam 107

Químicas preocupam

Hotel Porto Nobre

Relativamente à linguagem fotográfica, neste tipo de suporte a tipologia fotográfica mais comum é baseada na fotografia documental que, como já foi descrito anteriormente, se revela uma fotografia cujo principal objectivo é a evidência da realidade. É frequentemente associada



MÚSICA
THE BLACK MAMBA DESTILAM O SEU VENENO

GRANDE LISTRA

Médicos alvo de fiscalização

Inspeção Geral das Atividades Económicas deteta irregularidades em prestações de serviços de par de emprego com contratos de trabalho

Questão lateral

Música Jaz no Jardim Botânico

Sérgio H. Coimbra

LICENCIATURAS INFORMÁTICA ENGENHARIA MULTIMÉDIA

INSCRIÇÕES ABERTAS!

Ano de lançamento: 1995
Tiragem: 130 000
Periodicidade: diária
Distribuição: mundial
Meio: impresso
Formato: 27,8 cm x 34 cm
Sede: Lisboa

à captação de certos momentos e de acontecimentos com um fim documental. Um outro conceito fortemente associado à fotografia documental é o conceito de fotografia social como forma de documentar, arquivar determinado acontecimento como um testemunho. Este tipo de fotografia é geralmente associado à imprensa, de acordo respeitante destes parâmetros.

Podem, também identificar-se características que vão, precisamente, na direcção oposta da tipologia estudada anteriormente que foca a fotografia de moda. Ao contrário desta, a fotografia documental não necessita de qualquer tipo de produção, seja a nível de cenário, ou de maquilhagem. Nesta fotografia os modelos não são actores nem representam uma cena pré-definida, os modelos representam, sim, a realidade em que se encontram no momento do disparo fotográfico. Aqui não há a representação de papéis, mas sim a representação pura de uma realidade. A mensagem que aqui pretende ser transmitida está, desta vez, dependente do cenário imposto por essa realidade ou do modelo interveniente.



Analisando, agora, as características referentes à linguagem tipográfica, esta revela-se, também, organizada segundo uma certa consistência e coerência gráfica. Neste contexto pode verificar-se que, à semelhança de algumas revistas analisadas anteriormente, também o jornal pretende uma adaptação àquilo que representa a linguagem gráfica contemporânea. Com base nisto pode verificar-se, claramente, o recurso a fontes tipográficas serifadas e não serifadas numa mesma edição. As fontes tipográficas serifadas são, na maioria dos casos, fontes exclusivamente destinadas ao texto corrido. O classicismo inerente a este tipo

de fontes, associado ao contexto histórico do jornal e ao seu objectivo principal enquanto meio de comunicação, permitem uma identificação do leitor com um aspecto gráfico que lhe é familiar. Neste tipo de suportes o leitor consegue, facilmente, estabelecer uma relação de identificação com um passado próximo e é esta sensação de familiaridade, associado a factores como o preço e a distribuição, que fazem do jornal um dos suportes de comunicação com mais sucesso em todo o mundo.

Pode ainda verificar-se que estas fontes tipográficas serifadas são também, em alguns casos associadas a headlines, a frases de destaque e títulos referentes a determinados artigos e é neste contexto que se misturam e alteram protagonismo com as fontes tipográficas não serifadas. Pode também verificar-se o recurso a diferentes pesos nestas fontes tipográficas como forma de potenciar a organização e a hierarquização dos conteúdos.



No que diz respeito ao layout e à organização de conteúdos, aquilo que se verifica, imediatamente, é o aspecto associado a um certo classicismo. Esta associação advém da imposição de uma grelha de construção que é seguida em pormenor e onde todos os conteúdos são organizados de forma coesa dentro dos seus limites. Ao contrário de algumas revistas analisadas anteriormente, nos jornais são raros os casos onde imagem e texto se sobrepõem sendo que, quando isso acontece, continua a conseguir identificar-se a estrutura da grelha de construção fazendo com que essa sobreposição resulte numa composição harmoniosa. Pode verificar-se, ainda, o recurso relativamente frequente, a caixas de texto coloridas como forma de dinamização da página e

como forma de conseguir organizar de forma perceptível e legível, mais que um artigo por página.

Neste caso específico do jornal Metro, assim como acontece noutros jornais de distribuição gratuita como é o caso do jornal Destak, a publicidade é, também, um elemento constituinte dos seus conteúdos pelo que é um elemento indispensável aquando da organização dos conteúdos. Estes anúncios são indispensáveis na medida em que, uma vez que se pretende que estes jornais sejam de distribuição gratuita, a publicidade será aquilo que garante os fundos aos quais se recorre para produção destes jornais.

Foram, também, analisados uma série de outros jornais, no entanto, sendo que na sua generalidade, os jornais portugueses apresentam muitas características em comum, considerou-se que, como forma de não desenvolver um discurso repetitivo, seria dispensável a análise detalhada de cada um desses jornais, pelo que serão apresentadas algumas capas referentes a esses jornais analisados neste projecto.



The Sartorialist



O projecto *The Sartorialist* foi criado pelo fotógrafo Scott Schuman com o objectivo de criar um diálogo sobre o mundo da moda e a sua relação com o quotidiano, com o dia-a-dia das pessoas. Este projecto teve início com a criação de um blog onde o fotógrafo publicava as fotografias que tirava às pessoas na rua. Depressa atingiu proporções inesperadas, e a sua abordagem de várias cidades do mundo teve o seu importante contributo para esta propagação, e daí surgiu a necessidade de se criar o livro com o mesmo nome do projecto. Neste livro são publicadas e reunidas uma série de fotografias captadas em várias cidades do mundo como forma de documentação daquilo que se veste em todo o mundo.

A edição deste livro prima pela simplicidade e pelo realce das fotografias, isto é, foi editado de forma a que a essência deste projecto fosse o principal foco de atenção. Tudo o que sejam elementos textuais de suporte às imagens ocupa o seu lugar numa página separada das fotografias. Não são feitas sobreposições de conteúdos, as fotografias são o que são e assumem o seu papel de protagonistas em cada uma das páginas, sem terem interferência de qualquer outro elemento, nem margem, nem texto nem qualquer outro elemento gráfico.



Os elementos textuais, enquanto elementos secundários deste projecto são representados numa rede de preto acabando por se assumir com um cinza claro de forma a não criar demasiado contraste com as páginas. Apenas os títulos e os elementos de maior destaque como o nome da cidade em questão estão representados num tom alaranjado de forma a comunicar claramente a cidade do mundo abordada naquele

capítulo. A simplicidade e a objectividade da exposição dos dados recolhidos e da organização dos conteúdos são os factores que mais influência exerceram na concretização do projecto a expor nesta tese.



Street View



O projecto *Street View* é, à semelhança do *The Sartorialist*, um projecto de documentação do estilo urbano também desenvolvido em diferentes cidades do mundo. Com um ponto de vista mais urbano, o editor da revista *Nylon* deu origem a este projecto com o objectivo de revelar uma perspectiva da *street fashion* ainda pouco explorada. Ao longo destas páginas carregadas de fotografias de pessoas apanhadas na rua, Marvin Scott Jarrett aborda as pessoas e confronta-as com uma série de questões que atribuem a este projecto uma análise e uma percepção dos espaços relacionados com a *street fashion* muito interessante e pertinente. As questões variam entre opiniões pessoais acerca do estilo da própria pessoa o que as obriga a uma avaliação, embora inesperada, do seu próprio estilo e dos elementos que as inspiram. A sua opinião acerca das cidades onde se encontram é também uma questão colocada nesta pequena entrevista que revela perspectivas muito interessantes e pertinentes no que diz respeito a este tema. Na medida em que se aborda neste projecto a *street fashion*, considera-se muito pertinente uma questão que avalie a perspectiva sobre a própria cidade, das pessoas que frequentam as ruas.



A atitude das pessoas abordadas neste projecto é também um importante factor no sentido em que acaba por revelar um pouco da sua relação com a própria cidade onde se encontram. A relação de proximidade que mantêm com a cidade onde se encontram revela o grau de conforto que sentem neste tipo de abordagem daí a sua atitude mais ou menos descontraída. Neste livro a parte editorial acaba por ser semelhante ao livro apresentado anteriormente optando, no entanto, por uma linguagem mais urbana que

se revela na fonte tipográfica utilizada nos títulos dos separadores que definem a cidade a que se refere. As características evidentemente plásticas destes títulos, remetem, imediatamente, para um contexto mais urbano, para as pinturas de rua, para a arte urbana. Os restantes elementos textuais são representados de forma muito simples, numa única coluna, de forma a não interferir com a essência das imagens apresentadas.





*Clarificação de
conteúdos*

Definição dos suportes em estudo

O objectivo deste projecto, como já foi referido, visa a exploração do tema da Street Fashion através da fotografia e das formas como essas imagens podem ser organizadas de forma, simultaneamente, temática e visual no âmbito do design editorial.

Antes de mais, o objectivo deste projecto de investigação será testar vários modelos de design onde o conteúdo possa ser fotografado, organizado e desenhado através do recurso a suportes à base de impressão como forma de, como já foi referido, conseguir distanciar-se dos suportes comumente explorados para apresentação deste tipo de temáticas, normalmente de cariz digital, relacionados com a web.

O papel do designer não é, necessariamente, limitado à criação de soluções visuais mas implica, invariavelmente, uma contribuição na forma como os conteúdos são coleccionados, categorizados e organizados. As soluções visuais são, por sua vez, uma reflexão das escolhas editoriais sendo dirigidas, maioritariamente, por essas escolhas, podendo, algumas vezes, verificar-se a inversão de papéis. Desta forma, durante as várias fases de concepção deste projecto, optou-se por assumir diversos papéis no que diz respeito a esta organização, nomeadamente o papel de editor, de fotógrafo e de designer.

Com base nisto, e na análise anterior acerca dos suportes existentes, analisou-se e ponderou-se quais seriam os melhores formatos impressos para exploração deste projecto. Neste contexto considerou-se que um dos suportes pertinentes seria a abordagem em forma de revista / publicação periódica. Devido à sua periodicidade mais lenta, a revista ou publicação periódica permite a difusão dos conteúdos podendo, mesmo, alcançar um certo distanciamento em relação aos acontecimentos que podem, por sua vez, proporcionar uma reflexão mais fundamental. Por outro lado, graças à regularidade da sua publicação, a revista também se insere na própria corrente de novas ideias, das tendências recentes, das últimas descobertas. Por outro lado levantaram-se questões como os custos da impressão que, por se tratar de um suporte cuja periodicidade é mais lenta, implica melhores acabamentos traduzindo-se num objecto menos efémero do que o jornal, por exemplo. este factor traduz-se numa menor tiragem de forma a que seja possível contrabalançar os custos de impressão e acabamentos com uma menor tiragem levando a que a sua distribuição atinja um público mais restrito.

Em oposição a estas questões, onde por um lado temos a questão de produzir um objecto menos efémero que o público quererá manter e guardar, por outro lado isso implica custos acrescidos na produção, ponderou-se a abordagem em forma de jornal.

Esta abordagem em forma de jornal vai permitir a ponderação destes factores apresentando-se com outros valores que se opõem a estes apresentados na revista. Estes factores opostos revelam-se em questões como a tiragem, os custos de impressão e a distribuição. Se por um lado a revista, enquanto suporte quase de colecção, com acabamentos cuidados e por isso maiores custos de impressão e, consequentemente, menor tiragem, o jornal apresenta-se como objecto mais efémero, com uma menor preocupação com acabamentos, recurso a materiais menos cuidados permitindo por isso uma maior tiragem com custos de impressão significativamente mais baixos o que leva a que haja uma maior distribuição, por meios mais variados conseguindo, assim atingir um maior número de pessoas. A contrapartida reflecte-se exclusivamente na sua efemeridade e no facto de se tornar um objecto mais descartável.

Em oposição a estas duas versões e, desta vez, com ponderações diferentes, optou-se pelo desenvolvimento de um livro. O livro apresenta-se como um suporte mais conhecido pelo leitor/espectador, embora presente, também uma grande diversidade de tipologias. O que pretende ser explorado situa-se na tipologia de obra de expressão estética podendo apresentar-se com uma dualidade de interesses. Se, por um lado se revela uma fonte inegável de informações acerca de um assunto preciso, por outro lado apresenta-se como fenómeno social, revelando-se, também, um objecto de pesquisa em si mesmo. Para além de uma história específica exprime-se, implicitamente, uma sociedade - a do autor e a que ele observa. Neste contexto o livro surge como objecto onde pretende ser reunida uma recolha mais exaustiva no que diz respeito ao tema em análise, potenciando a eternidade de um objecto que pode, eventualmente, ser utilizado como objecto de pesquisa por outras pessoas anulando, assim, o carácter efémero do jornal e o carácter do coleccionismo associado à revista. A questão da periodicidade deixa de ser explorada, neste contexto, dando especial importância aos acabamentos de forma a que se possa produzir um objecto com uma durabilidade o maior possível sem contar com edições futuras frequentes.

Primeiros testes visuais

Nesta sequência, a fase seguinte será a de experimentação fotográfica e enquadramento do modelo com os espaços. Para isso foram efectuados testes fotográficos com uma só pessoa em diferentes lugares da Baixa do Porto, de modo a perceber de que forma os espaços poderiam vir a ser explorados.

Esta fase tem como objectivo a exploração dos fundos fotográficos que a cidade permite, assim como a atitude do modelo que, embora tenha sido sempre o mesmo, nesta fase de testes, já foi um contributo importante para compreender as diferenças na atitude em função da zona onde estava. Como se pode verificar nos exemplos apresentados,



existem, claramente fundos que desfavorecem na totalidade todo o objectivo do projecto que parte por mostrar a forma como as pessoas se vestem. A complexidade dos fundos, como se pode perceber na imagem da direita, pode comprometer o objectivo principal da fotografia que é registar a forma como as pessoas se vestem no Porto. É evidente que a nitidez dos fundos é muito importante no sentido em que é necessária a identificação da cidade em estudo, por outro lado, essa nitidez, não pode de todo prejudicar o objectivo da fotografia. Desta forma, e através deste estudo conclui-se que a melhor forma de planejar estas fotografias sem desfavorecer nenhuma das partes será optar por fundos mais neutros de forma a que se consiga dar igual relevância às duas partes constituintes da fotografia e, por isso, recorrer a uma técnica de profundidade de campo de forma a que o fundo apareça com menos nitidez sem que deixe de ser possível a compreensão do fundo em que são enquadradas as fotografias.

Considerou-se também da maior relevância uma especial atenção a factores externos como as sombras e outro tipo de elementos que possam prejudicar a fotografia. No caso das sombras é essencial que não apareçam sombras de elementos que não estão presentes na fotografia de forma a que não haja a presença de elementos que possam criar alguma ambiguidade na imagem.



Definição de meios | formatos | enquadramentos

Na sequência do primeiro teste relativo ao enquadramento do modelo na cidade é necessário definir outro tipo de enquadramento. De início considerou-se a hipótese de se estabelecer um paralelismo entre a cidade e um ambiente acolhedor. Uma vez que um dos objectivos do projecto seria, também, analisar a interacção das pessoas com o espaço e já que dessa interacção dependia a relação de proximidade com a zona onde se encontravam, considerou-se a hipótese da construção de um palco, algo semelhante a um ambiente *lounge vintage* onde as pessoas pudessem sentar-se e disfrutar da experiência da entrevista e deste projecto de uma forma mais descontraída. Este palco basear-se-ia numa plataforma móvel com capacidade para ser deslocada de zona para zona com facilidade. Esta plataforma, como forma de aproximação ao ambiente *lounge* já referido, seria constituída por uma tapete, com um sofá onde o entrevistado pudesse sentar-se e relaxar no momento da entrevista. Outro dos objectivos desta plataforma seria, também analisar a interacção das pessoas com o ambiente criado nessa plataforma e constatar se a sua relação com aquela zona da cidade poderia estar relacionada com a sua atitude perante o palco. Esta plataforma chegou a ser concretizada, no entanto, aquando do processo de testes desta plataforma, a receptividade do público teve um resultado muito negativo pelo que se considerou que a melhor opção seria fazer uma abordagem mais casual que não obrigasse as pessoas a assumirem uma posição de grande destaque em circunstâncias menos habituais de forma a não lhes causar grande desconforto.





Sendo que esta plataforma deixou de ser uma hipótese viável para a abordagem das pessoas a conclusão a que se chegou, no que diz respeito aos enquadramentos fotográficos, voltou à conclusão relativa à primeira fase de testes. Um alinhamento fotográfico vertical, de forma a conseguir valorizar todos os elementos, quer a pessoa, quer o ambiente envolvente, sem que haja mais informação do que a estritamente necessária. O que se pretende é que não se perca a objectividade do foco principal que consiste na forma como as pessoas se vestem, isto é, sem que elementos externos ao contexto que se pretende captar, interfiram com aquilo que se quer evidenciar. É com base nesta ideia de evidência que se efectuou mais um teste fotográfico, agora focando essencialmente naquilo que as pessoas vestem. Neste teste tentou dar-se principal destaque a determinadas partes da indumentária das pessoas através de fotografias de pormenor dessas partes, fossem elas centradas num acessório, no calçado ou em algum pormenor específico da própria roupa.



Esta abordagem do foco no detalhe, revelou-se uma abordagem interessante no contexto, referido anteriormente, de livro. Este livro, enquanto obra de expressão estética e enquanto objecto de consulta, meio de pesquisa, e, conseqüentemente objecto cuidado, associado à ideia de eternidade, por sua vez associada à possibilidade de outras edições não frequentes, pretende a reunião de uma amostra significativa daquilo que é a Street Fashion no Porto de forma a que possa ter uma certa fiabilidade em termos de conteúdo facilitando a credibilidade da sua consulta. Desta forma, considerou-se que esta abordagem do detalhe em paralelo com a fotografia de corpo inteiro, seria uma forma de acrescentar valor ao material apresentado no sentido em que se disponibiliza informação mais detalhada dentro daquilo que se explora neste projecto.



No que diz respeito à produção destas fotografias considerou-se que seria mais oportuno e conveniente que estas fossem desenvolvidas por fotógrafos profissionais. Esta ponderação partiu da limitação de meios fotográficos disponíveis para este projecto e, com o intuito de não ficar aquém do objectivo do projecto optou-se por fazer uma recolha exaustiva com os meios limitados que nos eram disponíveis de forma a que fosse possível ter material suficiente para o desenvolvimento fiável do projecto. Por outro lado, e de forma a não comprometer a qualidade do material produzido, ponderou-se a requisição de colaboração profissional no sentido de melhor simular aquilo que será o resultado real deste projecto. Desta forma, esta colaboração permitiu a recolha de uma amostra que consegue reflectir da melhor forma, aquilo que será o trabalho desenvolvido por um profissional da fotografia com os meios necessários a que os objectivos descritos anteriormente sejam cumpridos da melhor forma. A colaboração foi feita pelo fotógrafo *Fred Gomes* que recolheu uma amostra de fotografia de corpo inteiro e de pormenor de forma a que possa ser enquadrada em todos os suportes a abordar.



Estruturação da entrevista

A entrevista foi abordada neste projecto como um método essencial na recolha de dados o que fez com que o seu desenvolvimento e estruturação requeressem uma atenção e uma concentração especial.

Inicialmente, e tendo em conta o tipo de objectivos que foram estruturados, a entrevista tinha como objectivo uma reunião de opiniões e de hábitos em relação à forma de vestir das pessoas. Com base nisto recorreu-se a uma entrevista semiestruturada, onde as questões estavam relativamente ordenadas, podendo, na sequência da conversa alterar a sua ordem sem retirar qualquer sentido ao objectivo final. Com base nisto as questões colocadas na primeira fase de testes das entrevistas, além das informações básicas acerca da identidade da pessoa, como o nome a idade e a profissão, baseavam-se nos seguintes pontos:

- pensa muito no que vai vestir antes de sair de casa?
- o seu local de trabalho influencia a forma como se veste?
- o seu estado de espírito e os seus comportamentos definem, de alguma forma, aquilo que veste ou é aquilo que veste que define o seu estado de espírito e os seus comportamentos?
- este local onde estamos influenciou a forma de se vestir hoje?
- veste-se de forma diferente para trabalhar e para sair à noite ou num contexto de lazer?
- o seu gosto musical influencia a forma como se veste?

Depois de estruturada esta entrevista, e aproveitando o contexto de aula de discussão de ideias entre colegas, optou-se por testar esta entrevista nesse contexto, sendo que os resultados ficaram muito aquém do esperado. Foram projectadas as questões de forma a que todos pudessem ter acesso a estas em simultâneo, no entanto as respostas não tiveram qualquer tipo de desenvolvimento além do sim e não o que levou a uma reestruturação da entrevista.

Com base nisto, esta entrevista foi repensada pelo que se chegou a uma segunda entrevista, desta vez, duas entrevistas diferentes, adaptadas às diferentes horas do dia em que seriam feitas.

Dotada de uma maior complexidade de forma a exigir respostas mais elaboradas, esta entrevista era constituída pelas seguintes questões, sempre tendo início com a identificação do entrevistado através do nome, idade e profissão:

- mora no Porto?
- trabalha no Porto?

- o seu ambiente de trabalho influencia a forma como se veste?
- costuma pensar muito no que vai vestir antes de sair de casa?
- quanto tempo demorou a escolher o que traz vestido hoje?
- onde encontra a sua inspiração?
- em que sentido os seus amigos ou colegas de trabalho influenciam a forma como se veste?
- qual é a sua zona favorita do Porto?
- costuma vir muito a esta zona?
- qual a sua relação com este lugar?
- se estivesse num lugar diferente estaria vestido/a de forma diferente?
- fale-me de alguma coisa que traga hoje, uma peça de roupa ou um acessório, que tenha para si algum significado especial.

Para a noite, foi estruturada uma outra entrevista que correspondesse ao contexto em questão, de lazer e descontração na noite do Porto:

- mora no Porto?
- trabalha no Porto?
- costuma pensar muito no que vai vestir antes de sair de casa?
- quanto tempo demorou a escolher o que traz vestido hoje?
- onde encontra a sua inspiração?
- em que sentido os seus amigos influenciam a forma como se veste?
- o seu gosto musical tem alguma influência na forma como se veste?
- qual é a sua zona favorita no Porto?
- costuma vir muito a esta zona?
- qual a sua relação com este lugar?
- se estivesse num lugar diferente estaria vestido/a de forma diferente?
- fale-me de alguma coisa que traga hoje, uma peça de roupa ou um acessório, que tenha para si algum significado especial.

Depois de reestruturada esta nova entrevista, recorreu-se a um novo teste, desta vez já na rua, a pessoas que frequentassem a zona abordada. Este teste de entrevista foi realizado a par dos primeiros testes fotográficos e, mais uma vez, os resultados não corresponderam ao esperado. Além de serem questões demasiado complexas e que, por isso, exigiam respostas mais longas do que seria de esperar, outro factor que não favoreceu este tipo de entrevista foi o facto de, na maioria dos casos, as pessoas não poderem dispensar de tanto tempo para responder a estas questões, assim como o factor do inesperado inibia os entrevistados de responderem de forma clara às questões efectuadas.

Desta forma, foi estruturada uma nova entrevista, desta vez com questões mais simples, de respostas directas e objectivas e que abrangessem, igualmente a temática da cidade aliada ao estilo pessoal de cada um. Desta forma, as questões estruturadas, para que pudessem ter respostas claras e objectivas, teriam, elas próprias que se apresentar de forma clara

e objectiva pelo que se concluiu que a melhor estrutura de entrevista fosse a seguinte:

- nome / idade / profissão
- mora no Porto?
- trabalha no Porto?
- descreva o seu estilo em três palavras ou menos
- onde encontra a sua inspiração?
- qual a sua zona favorita do Porto?
- descreva o Porto em três palavras ou menos
- fale-me de alguma coisa que traga hoje, uma peça de roupa ou um acessório, que tenha para si algum significado especial.

Esta entrevista foi igualmente submetida a um teste que, desta vez, correspondeu exactamente às expectativas criadas. A objectividade das questões deu origem a respostas claras e concisas, o entrevistado não se mostrou relutante nem impaciente no que diz respeito ao tempo da entrevista, as respostas foram dadas com mais naturalidade já que as questões foram colocadas com clareza suficiente para não deixar dúvidas ao entrevistado e para que não hesitasse em responder, o que deu origem a respostas mais espontâneas.

A última questão surgiu como inspiração de um projecto chamado *Meanings and Attachments* de Maa Rahna, uma designer de jóias que procurava nas jóias das pessoas o seu significado através de entrevistas realizadas a essas pessoas. As respostas obtidas ultrapassaram de tal forma as expectativas criadas que a designer teve necessidade de criar este projecto onde publica as fotografias das pessoas com a jóia em questão, seguida da entrevista realizada.

Definição de conteúdos

Como foi já referido anteriormente, o objectivo deste projecto partirá da exploração do tema da Street Fashion através da fotografia e das formas como essas imagens podem ser organizadas de forma, simultaneamente, temática e visual no âmbito do design editorial. Para isto serão explorados diferentes suportes impressos nomeadamente a revista, o jornal e o livro.

Como salienta Jeremy Leslie, as revistas, suportes de divulgação e publicação de conteúdos, são portadoras de um formato único e representantes de um meio de informação que alia elementos essenciais como a portabilidade, a combinação de texto com imagens, a repetição e a tactibilidade. Têm, ainda, a capacidade de serem renováveis e relevantes, e são estes factores que contribuem para que as revistas mantenham a sua posição na vanguarda da comunicação moderna e que foram a principal razão para a escolha deste suporte.

No que diz respeito aos conteúdos seleccionados para a revista, torna-se evidente que serão essencialmente as fotografias captadas pelas ruas do Porto, às pessoas que as frequentam. Estas fotografias serão captadas em alturas distintas do dia, mais concretamente dia e noite. Relativamente às entrevistas realizadas às pessoas aquando da colecção das fotografias, destas entrevistas serão apenas publicados os elementos relativos à identificação das pessoas, isto é, o nome a idade e a profissão, assim como as respostas relativas ao Porto. As restantes respostas não serão publicadas por duas razões distintas. No que diz respeito às respostas relativas ao estilo, considerou-se que nada o descreveria melhor do que a própria imagem, pelo que se considerou que seria redundante e desnecessária tal repetição. No que diz respeito à questão da peça de especial significado, o facto de não se especificar o tipo de peça que deveria ser avaliada, assim como o factor do inesperado, fez com que as respostas não correspondessem ao que seria esperado, que tinha a ver com as respostas obtidas no projecto da designer de jóias Mah Rana. Estas respostas foram, na sua grande maioria, comprometidas por factores como a pressa, o inesperado e a inibição.

Na sequência desta temática, e com a, cada vez maior, importância que se dá à moda, considerou-se relevante que, em cada edição desta revista, constasse uma entrevista a pessoas que trabalhem a moda, que tenham na moda a sua profissão, de forma a que se compreenda a perspectiva destas pessoas acerca da street fashion no Porto. As questões nesta entrevista visam uma clarificação do trabalho desenvolvido por essas pessoas que poderão ser, desde designer a consultores de moda, assim como a evidência da sua perspectiva relativamente à temática explorada, porque uma perspectiva profissional consegue manter uma série de diferenças relativamente à perspectiva das restantes pessoas entrevistadas neste projecto. As primeiras profissionais

da moda seleccionadas para este projecto foram as irmãs, Diana e Marlene Vinha que criaram em conjunto o primeiro gabinete de consultoria de imagem no Porto.

O jornal, por sua vez, enquanto objecto mais efémero, com uma menor preocupação com acabamentos, recurso a materiais menos cuidados permitindo por isso uma maior tiragem com custos de impressão significativamente mais baixos levando a que haja uma maior distribuição, por meios mais variados conseguindo, assim atingir um maior número de pessoas, será organizado de forma distinta. No que diz respeito aos conteúdos, este é, igualmente, indissociável da fotografia surgindo como um novo conceito de jornal onde o conteúdo é unicamente fotográfico. Nesta abordagem, o objectivo será promover o desvínculo do conceito habitual de jornal onde são editados texto e imagem, sendo que cada uma das partes assume um papel preponderante no objecto final. Desta vez o jornal surge com as características físicas do jornal, materiais simples, preferencialmente de baixo custo, contrabalançando com conteúdos exclusivos à imagem. O objectivo será criar um jornal onde o texto não é parte integrante deste objecto aparecendo exclusivamente nas referências da ficha técnica e num pequeno texto introdutório. No restante jornal são editadas as imagens recolhidas, numa composição bem fiel à grelha de construção, de forma a que as imagens possam constituir o conteúdo fundamental a comunicar neste suporte. As fotografias são, também, complementadas com informação básica sobre os seus intervenientes, nomeadamente, informações como nome, idade e profissão.

Por outro lado, o livro enquanto objecto associado ao conceito de eternidade, este surge como objecto onde pretende ser reunida uma recolha mais exhaustiva no que diz respeito ao tema em análise, potenciando a eternidade de um objecto que pode, eventualmente, ser utilizado como objecto de pesquisa por outras pessoas anulando, assim, o carácter efémero do jornal e o carácter do coleccionismo associado à revista. Desta forma, os conteúdos abordados neste livro partem da recolha fotográfica realizada, focando numa abordagem mais detalhada e mais pormenorizada deste conteúdo fotográfico. Neste livro a recolha fotográfica realizada será editada de forma a que cada pessoa, cada imagem tenha um papel fundamental e individual na página em que foi colocada. Além da fotografia de corpo inteiro que assumirá o papel de protagonista da sua página sendo apresentada sem margem nem elementos externos, esta será complementada, na página paralela, por uma fotografia de pormenor que destaque uma das partes do coordenado da pessoa fotografada. Com este realce de uma parte da indumentária apresentada pretende atribuir-se à fotografia uma maior relevância, assim como disponibilizar informação mais detalhada, embora exclusivamente visual, daquilo que pretende ser explorado que, neste caso se centra na Street Fashion.

O nome

As considerações relativas ao nome passaram por duas fases distintas. Inicialmente, as considerações deste aspecto tão importante coincidiram com a fase de ponderação de utilização da plataforma com o sofá, do ambiente *lounge* transportado para a rua. Nesse contexto considerou-se pertinente uma relação entre a plataforma, que no fundo funcionaria como elemento de identificação imediata do projecto, e a própria temática da moda. Desta forma, aproveitando a multiplicidade de sentidos que a língua portuguesa pode dar a uma só palavra, foi ponderada a palavra “Sessenta” como possível nome para este projecto. Este nome corresponde a essa multiplicidade de sentidos na medida em que se relaciona com o conceito de sentar, insinuando uma suposição que poderá criar alguma curiosidade no leitor. Desconstruindo a palavra, “se senta” seria a suposição mencionada, deixando em aberto uma questão que caberia ao espectador/leitor interpretar à sua maneira. Por outro lado a palavra “sessenta” está directamente relacionada com uma das medidas da mulher perfeita pré-definidas, há muitos anos, medidas essas oitenta e seis referente ao peito, o sessenta referente à cintura e o oitenta e seis, novamente, referente à anca. No entanto, na sequência da exclusão da ideia da plataforma, este nome deixaria de fazer sentido, sendo que lhe faltaria o elemento físico que funcionaria como elemento de identificação do projecto, o que levou a novas considerações e a uma nova forma de pensar na questão do nome.

Desta forma foi necessário partir do início, sendo que seria essencial reavaliar todo o material até então recolhido de forma a verificar se haveria algum elemento que pudesse servir de inspiração para este nome. Esta reavaliação dos dados recolhidos levou às entrevistas feitas às pessoas, mais especificamente às respostas que estas deram em relação à descrição da cidade em três palavras, isto porque se considerou que o novo nome deveria estar relacionado com os dois conceitos principais que são a cidade do Porto e a street fashion. Com base nisto, e avaliando as respostas dadas à questão mencionada anteriormente, concluiu-se que as respostas com maior número de repetições resultaram nas palavras bonito, histórico, antigo, rústico e tradicional. Tendo em conta estas caracterizações do Porto e sendo que as expressões antigo, rústico, histórico e tradicional remetem para um contexto de antiguidade, surgiu a oportunidade de remeter realmente à antiguidade secular da cidade, às suas origens, e procurar uma expressão latina que pudesse descrever o objectivo pretendido, e foi nesta sequência que se chegou à expressão *inurbe*, expressão latina que significa “na cidade”. Tendo em conta o significado da palavra e aproveitando a sua desconstrução, pode facilmente associar-se a sílaba *in* ao conceito de in/out tão característico da moda e as sílabas *urbe* que remetem imediatamente para o conceito de urbano, já que a palavra urbano advém precisamente do latim. Desta forma concluiu-se que o nome mais apropriado para esta revista com este conceito seria “Inurbe”.

Considerações sobre formato

O formato é uma das características mais peculiares das revistas pela sua capacidade de versatilidade. A capacidade de exploração de diferentes formatos nas revistas é uma das características que faz das revistas um dos mais impactantes meios de comunicação, e é também o que as faz realçar em relação às outras revistas. Neste caso concreto a exploração de diferentes formatos foi conclusivo, também, para a definição dos formatos abordado nos outros suportes como será confirmado mais à frente.



É com base nesta teoria que o formato foi um dos factores mais explorados no desenvolvimento desta revista. Nos primeiros testes impressos foram experimentados três formatos distintos. Numa primeira abordagem, numa tentativa de afastamento dos formatos convencionais, baseados no formato A4, a tentativa foi de adaptar os conteúdos a um formato com medidas aproximadas do A4, mas, no entanto com uma largura de página maior. Um outro formato testado no desenvolvimento desta revista correspondia, em termos de proporções, ao formato apresentado na imagem acima, embora com dimensões inferiores. O objectivo seria

criar a revista num formato que desse privilégio à portabilidade. O facto de ser uma revista num formato mais pequeno permitia uma melhor funcionalidade e, conseqüentemente, uma melhor portabilidade, seria mais fácil de guardar, de manusear e de transportar, no entanto, o impacto que conferia às imagens não correspondia ao impacto previsto. As fotografias numa dimensão inferior acabavam por perder a força, e pelo seu formato pocket remetia, inevitavelmente, para as revistas quase descartáveis, com um formato semelhante, existentes no mercado.

Foi ainda testado um terceiro formato, agora com dimensões superiores ao primeiro formato apresentado, mais aproximado das dimensões de um A3 embora com ligeiras diferenças. Este formato foi explorado com o objectivo de criar um maior impacto no leitor através de um formato pouco convencional. Este novo formato sofreu, igualmente de algumas fragilidades nomeadamente no que diz respeito a factores como a portabilidade e a maleabilidade que ficam, obviamente, comprometidas num formato maior. outro factor que desfavoreceu este formato foi o facto de este se revelar numa revista muito pesada o que reforça problemas como a portabilidade. No que diz respeito ao impacto provocado nas fotografias, considerou-se que seria um factor que acabaria por perder qualidades em relação à primeira opção apresentada na medida em que para privilegiar de um impacto mais forte teria de suportar uma série de outros problemas.



Na sequência da exploração destes formatos para a abordagem da revista, constatou-se que cada um dos formatos excluídos para a revista, podiam perfeitamente enquadrar-se nos outros suportes que pretendiam ser explorados, com os devidos ajustes e adaptações.

Neste sentido, considerou-se que a abordagem do jornal, tendo em conta o formato habitual em que são desenvolvidos e desenhados os jornais, formato standardizado por tabloide - 27,94 cm x 43,18cm - devia ser desenvolvido num formato mais aproximado da terceira opção apresentada no contexto da revista. Foi explorado, inicialmente, o formato tabloide, no entanto, rapidamente se constatou que, devido aos seus conteúdos tão distintos daquilo que são os conteúdos habituais dos jornais diários, também o formato deveria diferir ligeiramente do formato utilizado na maioria dos jornais. Desta forma optou-se por um formato ligeiramente mais pequeno cujas medidas são exactamente os 29 cm x 39 cm com o objectivo de conseguir evidenciar essa distinção

39 cm



29 cm

no formato habitualmente explorado nos jornais e, igualmente, no sentido de conseguir explorar um formato que permitisse da melhor forma a exploração do material fotográfico em composições versáteis facto para o qual este formato contribuiu pelo facto de não ser desenvolvido com uma distinção tão grande entre altura e largura da página.

Relativamente ao livro, como já foi referido, este inspirou-se, igualmente, na segunda opção ponderada para a abordagem de revista. O objectivo aqui seria a produção de um objecto cuja portabilidade fosse

o valor de maior relevância, aliado ao factor do conteúdo de exploração mais exhaustiva e pormenorizada. Com base nisto a ideia principal seria criar um livro de bolso, de fácil consulta que pudesse ser utilizado, simultaneamente, como objecto de culto e como objecto de pesquisa aliando a questão da portabilidade ao fácil manuseamento permitindo a facilidade e o conforto na sua utilização, já que objectivamente seria um objecto com um conteúdo bastante extenso. Desta forma, com o objectivo de criar um livro com um formato de bolso, a dimensão explorada nesta abordagem foi correspondente ao formato A6 - 10,5cm x 14,8cm.



14,8cm

10,5cm

Considerações sobre papel

Um dos objectivos iniciais deste projecto seria estabelecer uma relação de proximidade com o leitor, factor que seria privilegiado, não só pela fotografia das pessoas que frequentam as ruas e que fazem da cidade o que ela é, mas também pelo facto da exploração de suportes de distribuição gratuita. Este factor permitiria o fácil acesso a todas as pessoas de todos os estratos sociais de todas as zonas do Porto.

Estes suportes de distribuição gratuita seriam relativos ao jornal e à revista que, tendo edições mais frequentes, poderiam chegar, mais rapidamente, ao público alvo. Tendo em conta este factor, uma das principais preocupações teria de passar pela escolha de materiais que não fossem muito dispendiosos ao ponto de dar prejuízo a estes suportes.

Relativamente à revista, um outro factor que contribuiu muito positivamente para a definição do papel a utilizar foi a tentativa de aproximação de um aspecto mais urbano. Tendo isto em conta, a ponderação passou por papel reciclado, por uma série de fine papers, no entanto, e depois de analisar algumas publicações que tivessem por base factores como a portabilidade e a distribuição gratuita, nomeadamente algumas revistas e catálogos, como já foi referido, optou-se por utilizar papel de croqui fabriano por características que lhe são muito peculiares. Em primeiro lugar, a primeira preocupação foi o preço deste papel que, por ser um papel com uma qualidade associada à baixa qualidade destinada a desenhos rápidos e, por isso, potencialmente mais descartáveis constitui um factor importante na ponderação final. Outro factor importante tem a ver com a gramagem das folhas. Depois de analisar algumas publicações, concluiu-se que a melhor forma de favorecer o factor da portabilidade, conferindo maior leveza à revista seria optar por um papel de baixa gramagem, que pela sua constituição fosse mais leve de forma a que o facto de a revista ser constituída por muitas páginas não fosse um factor de desvalorização da mesma, pelo que a gramagem do papel escolhido é de 90gr. Outro factor importante foi a cor do papel. O facto de ser um papel num tom mais cru com uma tonalidade mais amarelada, fez com que as fotografias ficassem com uma temperatura de cor ligeiramente mais quente, o que provoca no leitor uma sensação de maior conforto. A própria textura do papel foi um factor importante a considerar na medida em que diminui significativamente o brilho que advém da impressão aproximando a revista do aspecto mais urbano pretendido.

No que diz respeito ao papel seleccionado para a capa da revista, foram igualmente consideradas diferentes hipóteses. Inicialmente, e como forma de aproximação desse contexto mais urbano, foi explorado o

papel kraft de 300gr por factores como a cor, que permitia essa contextualização com o ambiente urbano, muito aproximada ao cartão o que acaba por conferir à revista um carácter algo descartável. Outro factor importante estava na plasticidade que este papel confere à impressão. Devido à sua superfície muito lisa, este papel acaba por adquirir um certo brilho na impressão que lhe dá características plásticas muito curiosas. No entanto, e por ser um papel com uma cor relativamente escura, foi eliminado enquanto opção uma vez que o contraste com os tons mais escuros era quase inexistente e, uma vez que os brancos da fotografia assumem a cor do papel em questão, as fotografias acabavam por ficar demasiado escuras. Desta forma, optou-se por uma cartolina nacional, também ela num tom mais cru, com um tom mais amarelado de forma a conferir à imagem um contraste mais quente. Esta cartolina, embora ligeiramente menos espessa, com 220 gr foi considerada a opção ideal por quebrar com os altos contrastes do branco, sem, por outro lado, desfavorecer a imagem e assumindo assim as suas características de capa semi-rígida.

Foi ainda utilizado um outro tipo de papel com o objectivo de estabelecer uma separação dos elementos textuais das imagens. Como foi observado nas revistas e livros analisados, há constantemente uma preocupação na inserção de conteúdos textuais em páginas que são maioritariamente compostas por imagens. Neste contexto, concluiu-se que a melhor forma de ultrapassar esta questão sem interferir com o essencial das imagens apresentadas seria a sobreposição dos elementos textuais às imagens recorrendo a um papel semitransparente, onde fosse possível conter os elementos textuais sem que estes interferissem com as imagens. Para este efeito foi utilizado papel de engenharia de 90gr que serviu como forma de representação de todos os elementos textuais presentes na revista nomeadamente na capa.

Relativamente ao jornal, o papel não representou complexidade na escolha. O objectivo desta abordagem partia de conseguir atribuir ao jornal o aspecto comum nos jornais habituais. Neste caso em concreto, a diferença seria marcada pela improbabilidade do conteúdo no contexto de jornal, sendo que em Portugal não se verificam, ainda, jornais cujo conteúdo se baseia, exclusivamente em imagens. Desta forma, o papel escolhido para esta abordagem foi o papel de jornal de 50 gr com o intuito de conseguir manter a proximidade desta abordagem com os jornais comuns. Nesta fase do projecto, no entanto, tendo em conta as dificuldades de impressão de um único exemplar de amostra, foi obrigatório recorrer à impressão digital o que levou a que o papel utilizado sofresse uma pequena alteração passando a ser utilizado, nesta única amostra, papel reciclado de 90gr. O objectivo do projecto, aquando da sua publicação, será a utilização do papel de jornal de 50gr, no entanto, nesta amostra em concreto, foi obrigatório o recurso a outro tipo de papel.

Relativamente ao livro as ponderações foram, por sua vez, mais cuidadas. Nesta abordagem o objectivo partia por criar um objecto com maior durabilidade, resistência e que, simultaneamente se aproximasse do aspecto mais urbano que lhe é conferido pelas fotografias tiradas na rua. Para isso procurou descobrir-se um papel que se adaptasse às características definidas acima de forma a potenciar a durabilidade do objecto e, simultaneamente, o aspecto descomprometido e desprezioso de uma publicação com um aspecto mais urbano. Com base nisto, considerou-se a utilização de diferentes tipos de papel passando por papel couché de 100gr, papel de croqui fabriano de 90gr e papel cavalinho de 120gr. A primeira opção foi considerada por ser intrinsecamente associada à tipologia que pretende ser explorada neste suporte de livro com grande durabilidade e de fácil manuseamento, no entanto, este papel apresentou algumas características que se afastavam do contexto urbano que se pretendia, nomeadamente associadas ao brilho. Desta forma, considerou-se que este papel não seria adequado para esta abordagem ponderando-se, assim, o recurso ao papel de croqui fabriano de 90 gr. Este papel consegue a pretendida aproximação ao aspecto mais urbano que pretende ser explorado nesta abordagem pelo seu aspecto texturado, sem brilho e ligeiramente amarelecido, no entanto, considerou-se que a sua gramagem não seria adequada a esta abordagem no sentido em que acabava por desfavorecer a durabilidade que se pretende atribuir a este suporte. Como tentativa de solucionar todas estas questões optou-se, por fim, por explorar o papel cavalinho de 120gr. Este papel, pelas suas características físicas como a suave textura, a cor ligeiramente amarelecida, a falta de brilho potenciada pela sua capacidade de absorção e a sua gramagem, consegue resolver todas as questões ponderadas nos papéis anteriores. A questão do aspecto urbano é, desta vez, possível pelo tom deste papel, assim como pela sua textura e capacidade de absorção da tinta reduzindo significativamente o brilho proveniente da impressão e, por outro lado, a questão da durabilidade é, também, solucionada pela alta gramatura deste papel que, com 120gr, consegue atribuir uma maior durabilidade ao objecto facilitando o seu manuseamento pela suavidade do papel.

Considerações sobre fonte tipográfica

A fonte tipográfica, como na maioria dos projectos, é um dos elementos fundamentais na definição da identidade dos projectos apresentados. Com base nisto foram efectuados uma série de testes até se conseguir alcançar as fontes tipográficas mais adequadas para cada uma das abordagens deste projecto.

Inicialmente, através de uma pesquisa relativa à tipografia encontrada nas ruas do porto, fachadas de lojas, cartazes entre outros suportes, foram realizados os primeiros estudos. A par destes estudos foram realizados, igualmente, testes de cor a fim de se compreender quais as cores predominantes em cada uma das zonas, de forma a poder chegar-se ao resultado mais preciso relativamente a cada uma destas zonas.

Com base nesta caracterização e nesta análise das fontes tipográficas presentes nas ruas do Porto, o desafio passa por tentar adaptar uma fonte tipográfica a cada um dos suportes em estudo neste projecto, de forma a que cada suporte possa comunicar correctamente a mensagem pretendida através de uma fonte tipográfica que se adeque perfeitamente às suas características formais e conceptuais. Desta forma, depois desta análise das fontes tipográficas com mais impacto nas ruas do Porto concluiu-se que, na abordagem da revista, enquanto suporte urbano de distribuição gratuita a questão da fonte tipográfica adequada devia resultar numa conjugação de dois elementos, a fonte tipográfica de representação de todos os elementos textuais e uma combinação de imagens recolhidas deste arquivo referido anteriormente que resultasse num logótipo para a revista onde o conceito de urbanismo estivesse bem vincado. A fonte tipográfica seleccionada para esta abordagem foi a fonte Absara pela sua grande diversidade de pesos, facto que permitiu a adaptação a todos os tipos de elementos textuais presentes na revista.

Esta variedade de pesos permitiu uma adaptação da mesma fonte tipográfica aos mais diversos contextos o que permitiu a utilização de uma só fonte em toda a revista. Os pesos utilizados, apesar de apresentarem uma grande variedade, resumiram-se a apenas três, sendo que os títulos estão representados com Absara Thin, variação serifada desta fonte, os textos estão representados com Absarasans - Thin, variação não serifada desta fonte com o peso mais fino desta tipologia, e as questões colocadas nas entrevistas que são representadas com Absarasans - LightItalic, variação não serifada desta fonte desta vez em itálico.

Outra razão para a escolha desta fonte tipográfica baseia-se nas suas características formais. A simplicidade das suas formas aliadas à elegância das formas mais orgânicas pelo seu carácter mais arredondado, aliado à tipologia serifada com um aspecto igualmente simples e





elegante, embora mais impactante e robusto, conseguiram aliar numa só fonte tipográfica todas as características mais acentuadas do estudo realizado às diferentes zonas.

No que diz respeito ao jornal as ponderações acabaram por ser diferentes. O jornal, enquanto objecto mais efémero, com uma menor preocupação com acabamentos, recurso a materiais menos cuidados permitindo por isso uma maior tiragem com custos de impressão significativamente mais baixos, pretende ser o mais aproximado possível da linguagem gráfica do jornal comum. Com base nisto a fonte tipográfica escolhida para esta abordagem não podia, de forma nenhuma, dissociar-se daquilo que é o aspecto comum de jornal. Para isso foram exploradas as fontes tipográficas utilizadas nos logótipos dos jornais portugueses onde se pode, claramente concluir que não existe uma uniformidade na linguagem comunicativa dos jornais. As fontes serifadas são já pouco utilizadas verificando-se uma tendência para a adaptação, também, dos jornais à era contemporânea, assim como se verifica nas revistas. As fontes serifadas representantes do logótipo são ainda utilizadas por alguns jornais, mais especificamente em jornais mais conservadores, que privilegiam um layout mais clássico com o objectivo de se dirigirem a um público mais restrito, como é o exemplo do *Expresso*, do *Diário de Notícias* e do *Público*. Neste contexto, e uma vez que o jornal explorado neste projecto explora conteúdos pouco explorados em suportes como estes, optou-se por contrabalançar dois aspectos. Por um lado optou-se por conteúdos improváveis para o tipo de suporte explorado conjugados com um layout inovador, e por outro lado pretendeu contrabalançar-se estas características mais inesperadas por parte do público com uma fonte serifada para representar o logótipo do jornal. Com isto o que se pretende é, simultaneamente uma aproximação de um aspecto mais contemporâneo através dos conteúdos e da sua edição com recurso a uma fonte tipográfica não serifada para representação de pequenos textos e legendas, e uma aproximação de um aspecto mais clássico através do recurso a uma fonte serifada condensada, com caracteres maiúsculos de forma a conseguir impor a força do nome do jornal na composição da capa. Esta fonte utilizada como logótipo para o jornal, *Onyx*, pretende uma aproximação ao classicismo associado a jornais como o *Público* ou o *Expresso*, que acaba por ser contrabalançado com a contemporaneidade da fonte não serifada, *Omnes*, utilizada nos elementos textuais presentes no interior do jornal.

Relativamente ao livro, e por se falar de um suporte com alguma liberdade para o design e a edição de conteúdos por se verificar versátil em relação ao formato e por não ser intrinsecamente associado a um passado histórico, a fonte utilizada para este suporte baseou-se no conceito de livro de bolso que poderia funcionar quase como um diário, um suporte de consulta simples e imediata. Neste contexto optou-se por uma fonte

desenhada manualmente, isto é, com características facilmente associáveis ao desenho manual de caracteres, no entanto, dactilográficos, acabando por ser uma fonte manuscrita embora com um aspecto dactilográfico. Esta fonte tipográfica, *Mostly Mono*, foi utilizada com caracteres maiúsculos, à semelhança do jornal de forma a conseguir evidenciar, com o peso necessário, o nome do projecto. O aspecto mais plástico conferido pela fonte manuscrita, neste caso, contribui para um aspecto mais informal, associado à ideia de livro de bolso, de diário, com o objectivo de estabelecer uma relação de maior proximidade com o público e, simultaneamente, manter a associação a um contexto mais urbano, à semelhança da abordagem explorada na revista. No interior do livro, os breves elementos textuais são representados, à semelhança do jornal, por uma fonte tipográfica de linhas simples e claras, *Omnes*, com um peso muito leve, de forma a que possa minimizar a sua interferência com as imagens representadas e de forma a potenciar, simultaneamente, a clareza dos textos e a sua legibilidade.

Considerações sobre organização e layout

A importância da comunicação aliada ao poder do documento impresso permitiu uma proliferação das publicações desde os livros aos jornais, até às revistas o que levou, por sua vez, à sobrecarga visual que invade as estantes das livrarias e dos quiosques com o objectivo de concluir qual a mais apelativa e são factores como estes que estão por trás da comunicação visual.

Começando pela abordagem da revista procedeu-se à realização de alguns testes de organização de conteúdos. Numa primeira fase recorreu-se a um método de destaque de algumas frases mais relevantes da entrevista realizada às pessoas, conjugando essas frases com a totalidade dos textos provenientes destas entrevistas. Nesta fase a entrevista ainda correspondia ao primeiro teste de entrevista pelo que, a quantidade de texto presente em cada uma das páginas seria maior. Neste sentido, foi utilizado texto simulado, uma vez que o objectivo seria planejar qual poderia ser a orientação dos textos em relação às fotografias. Foram igualmente testadas fontes tipográficas distintas na tentativa de verificar qual seria a fonte que teria melhor legibilidade quer em termos das frases de destaque quer em termos de texto.



No primeiro exemplo, além da segmentação da fotografia nas três partes que mereciam maior destaque, tentou criar-se uma certa dinâmica entre os diferentes elementos de texto. Tentou dar-se um maior destaque ao nome da pessoa distribuindo o texto correspondente à entrevista em três colunas. A variação na altura das colunas pretende privilegiar o dinamismo e a flexibilidade de organização com o objectivo que quebrar uma certa monotonia, característica pela uniformidade recorrente neste tipo de editoriais. Na segunda opção optou-se por privilegiar uma das frases mais marcantes da entrevista realizada, sem recorrer a sobreposições nem grandes variações na organização. O restante texto foi organizado de forma mais uniforme de forma a permitir uma melhor legibilidade de conteúdos. Na terceira opção deu-se, novamente, relevância à frase de maior destaque na entrevista, no entanto, relativamente à orientação do restante texto, optou-se pela distinção entre questões e respostas de forma a clarificar os conteúdos, distinção feita também pela diferença nas cores utilizadas. No que diz respeito à organização deste elemento textual optou-se pela utilização de uma só caixa de texto de forma a acompanhar o alinhamento da frase de destaque.

A seguinte opção, por sua vez, já explora todos os elementos de forma mais ousada. Em primeiro lugar a fotografia deixa de ser segmentada e passa a aparecer na totalidade de forma a que possa compreender-se na íntegra aquilo que realmente se veste, no entanto, deixa de ocupar a totalidade da página para passar a alinhar-se à página da esquerda,

deixando margens significativas tanto na parte superior como na parte inferior da página de forma a quebrar com a previsibilidade das organizações habituais. No que diz respeito aos elementos textuais continua a dar-se destaque à citação mais relevante de toda a entrevista, optando no entanto pela sobreposição desta frase com a imagem com o objectivo de estabelecer uma relação entre imagem e texto e avaliar de que forma essa relação pode provocar no leitor uma sensação positiva ou negativa. O restante texto continua a distinguir questões de respostas e mantém-se no alinhamento da fotografia de forma a manter a confortável uniformidade que permite uma melhor legibilidade de conteúdos. Qualquer uma destas hipóteses foi abandonada à partida por se considerar que em todas elas se registavam falhas muito específicas numas em relação a problemas com a legibilidade, noutras com problemas relativos ao seccionamento da fotografia, noutras pela excessiva ousadia que à partida pretendia ser um elemento dinamizador e que no fundo, passou a ser um elemento de desconforto. Na sequência dos testes anteriores, houve a necessidade de se explorar a questão da organização de conteúdos de forma diferente. Numa fase inicial, a primeira decisão a tomar seria o resumo das entrevistas, isto é, tentar descobrir um sistema que permitisse a organização das respostas dadas na entrevista embora de forma reduzida. Desta forma, a entrevista foi reduzida a questões chave com respostas directas e concisas. Todas estas respostas, bem como a informação acerca da identidade dos entrevistados foi, então, reunida numa só coluna, utilizando a fonte tipográfica já mencionada no capítulo referente a este tema, sendo que as questões se realçam das respostas através da utilização de um peso diferente dessa mesma fonte.



Nesta nova abordagem era pretendido obter uma linguagem mais clara, mais simples e mais directa, sendo que não há sobreposição de elementos, já que os elementos textuais estão claramente distinguidos da imagem, assumindo, como foi já descrito nas características de revistas já produzidas, um carácter de legenda, funcionando como um



complemento da imagem, já que é a imagem que pretende comunicar a principal mensagem. No entanto, e como se verificou nas opções anteriores, também esta experiência ficou aquém das expectativas criadas, pelas inúmeras fragilidades que apresentava, principalmente por não conseguir comunicar o conceito da moda de rua, aliada a um design mais urbano e descomprometido.

Ainda, paralelamente a esta hipótese considerada, foram testados os três diferente formatos referenciados no capítulo relativo às considerações sobre o formato, sendo que o formato acordado unanimemente como sendo o mais apropriado para este tipo de revista foi o formato cujas dimensões correspondem a 25cm por 29,7cm.



Desta forma, voltou a redesenhar-se a revista, desta vez concentrada num aspecto mais urbano, onde as grelhas são mais versáteis e os layouts mais ousados. O objectivo seria optar por uma versão mais descontraída e que conseguisse comunicar essa relação da moda de rua com a cidade específica onde acontece.



Associado a este contexto surge então o conceito de fanzine ao qual estão normalmente associadas características como o facto de ser uma publicação não profissional e não oficial, normalmente produzida por fãs de um fenómeno cultural específico para o usufruto de outros que partilhem os mesmo interesses. Com este forte *background* podia concluir-se que esta forma de organização de conteúdos seria a que melhor se adaptaria, em termos formais, aos conceitos a desenvolver, já que haveria uma maior liberdade e desprendimento de regras e compromissos. Assim, com os objectivos centrados neste conceito foram realizados mais uma série de testes onde foram explorados a versatilidade das grelhas na organização de conteúdos, sendo que a grande maioria das páginas conseguia ser organizada, embora de forma totalmente distinta, através da mesma grelha. O objectivo nesta fase seria de provocar no leitor uma certa curiosidade, sendo que, esta edição menos convencional acaba por comunicar uma certa ludicidade adjacente a este conceito de revista. Nesta fase as alterações passaram desde a capa até à última página da revista o que significa que, nesta fase, a revista foi totalmente redesenhada com formas simples aliadas à introdução de elementos gráficos.



O principal elemento gráfico que vai ter, então uma certa continuidade em toda a revista é, precisamente o círculo magenta. Este elemento parte do filtro aplicado na imagem de ampliação da imagem até se compreender claramente o pixel de cor em que é composta. Este filtro foi aplicado com o objectivo de não se assumir uma cara concreta para a capa da revista. O magenta, sendo uma das cores que compõem este pixel de cor, já que entre elas estão também o ciano, o amarelo e o preto - CMYK - seria a que se aproximava mais do objectivo pretendido uma vez que é a cor que exerce



maior contraste enquanto sobreposta a outros elementos e também por ser, dentro da classe dos rosas, aquele que se aproxima menos do conceito de feminilidade precisamente pela força do seu contraste.

Neste teste optou-se por recorrer a separadores que seccionassem a divisão dos conteúdos sendo que estes conteúdos seriam divididos de acordo com as respostas dadas às questões. Desta forma a revista seria seccionada em quatro partes distintas uma parte relativa às respostas dadas sobre o Porto, outra relativa à inspiração e ainda outra relativa ao estilo. A quarta secção desta revista daria lugar à entrevista realizada ao estúdio de consultoria de imagem Pretty Exquisite. Estes separadores contavam com uma das fotografias recolhidas, ainda que a duas cores de forma a que não se perca o foco naquilo que este separador tenta comunicar. Este conta também com a junção das respostas mais unânimes de toda a recolha como forma de resumo das respostas recolhidas.



Todas estas características tentaram ser abordadas através de factores como a sobreposição de elementos, quer textuais, quer fotográficos quer, até mesmo, gráficos. Um outro factor que contribuiu para esta característica menos formal concentrou-se no tipo de organização onde a organização das fotografias varia, de página para página, tentando evitar uma repetição, a não ser nos casos onde a organização de conteúdos é mais simplificada e são apenas apresentadas duas fotografias por spread com os elementos textuais sobrepostos subtilmente, de forma a não comprometer nem interferir na essência da imagem, à semelhança do que é feito na maioria das revistas analisadas anteriormente. A versatilidade e o carácter pouco convencional tão característico da fanzine é essencialmente o que se pretende comunicar com este tipo de abordagem. No entanto, e como já tinha sido constatado anteriormente, o excesso de variações na organização dos conteúdos, acaba por trazer fragilidades à revista nomeadamente no sentido em que a falta de um sistema, ou de uma sequência de certa repetição, acaba por retirar à revista características essenciais como a legibilidade, assim como acaba por criar no leitor uma sensação de

desconforto que o leva a perder o foco naquilo que a revista quer comunicar, acabando mesmo por perder o interesse. Considera-se então essencial para a fidelização do leitor, uma certa coerência de página para página.

Na sequência desta abordagem para a revista que, no final, acabou por se considerar pouco apropriada para o tipo de linguagem pretendida, optou-se por recorrer ao mesmo tipo de composição associada, desta vez, ao contexto do jornal. O objectivo do jornal, neste projecto era, numa fase inicial, conseguir criar um objecto que conseguisse organizar, da melhor forma, os conteúdos recolhidos, maioritariamente fotográficos, numa composição que não alterasse a identidade do jornal habitual potenciando, por outro lado, um aspecto mais informal em relação àquele que habitualmente se vê nos jornais.

O jornal é, habitualmente, utilizado como suporte de edição de notícias onde o texto é um elemento fundamental na sua edição e onde a imagem assume um papel de acessório, funcionando quase, ela própria, como legenda do texto ou da notícia a que corresponde. Nesta abordagem, como aliás já foi evidenciado, o objectivo será recorrer às características formais do jornal comum onde, no entanto, os conteúdos serão exclusivamente fotográficos.

Para isso, considerou-se, em primeiro lugar, o tipo de conteúdos que fariam parte desta abordagem. Desta forma considerou-se que, uma vez que o jornal pretende ter uma periodicidade maior em relação à revista, a entrevista mais extensa aos nomes relacionados com a moda e com a cidade do Porto que se considerou pertinente na abordagem da revista, nesta abordagem seria pouco pertinente. Este jornal, com edições semanais, pretende expor claramente a realidade da Street Fashion no Porto, sem que este foco se perca com outro tipo de conteúdos mais acessórios. A ideia será criar um objecto que, pelas características já definidas em capítulos anteriores, seja um suporte de cariz mais descartável potenciando a constante adaptação à evolução do street style, assim como a captação da sua imensa diversidade. Com base nisto, tentou adaptar-se o último layout referente à revista com algumas adaptações ao aspecto, habitualmente associado ao jornal pelo que, os elementos gráficos coloridos a magenta passaram a não fazer parte deste layout. Nesta abordagem pretendia, à semelhança da revista, efectuar-se uma separação dos conteúdos em função das respostas dadas às questões da entrevista. Essa separação seria feita por separadores representados com uma fotografia a preto e branco, por se considerar que poderia resultar numa plasticidade interessante na abordagem do jornal, composta paralelamente à reunião das expressões mais repetidas pelos entrevistados em resposta às questões da entrevista.

A composição e organização dos restantes conteúdos, fotografia e elementos textuais, seguiram a mesma linha do exemplo aplicado à revista

sem, no entanto, recorrer aos elementos gráficos, como já tinha sido referido anteriormente. Desta forma os elementos textuais, compostos pelas expressões consideradas mais interessantes na definição das pessoas em relação às questões em causa, acabaram por ser compostos em sobreposição com as imagens de forma a que pudesse compreender-se, com facilidade, a pessoa a quem correspondia a resposta. Cada um destes capítulos pretendia reunir as respostas consideradas mais interessantes e que pudessem, de alguma forma, acrescentar algum valor em termos de conteúdo a este jornal. No entanto, e após várias tentativas



de adaptação deste layout a esta abordagem considerou-se que este layout apresentava uma série de fragilidades a este suporte que estavam, principalmente relacionadas com a questão da legibilidade e com o facto de o jornal ser um suporte de grandes dimensões que poderia acabar por adquirir outro valor que não o esperado pela utilização das imagens a preencher a totalidade da página.

No que diz respeito ao livro, este suporte surge como inspiração do projecto "The Sartorialist" sem que, no entanto, houvesse uma grande proximidade de conteúdos. Com este objectivo em mente, e uma vez que a periodicidade corresponderia a cada uma das estações do ano, considerou-se a hipótese de que cada uma destas edições, por terem uma periodicidade menor que permite uma pesquisa mais intensiva e pormenorizada, abordasse uma temática específica. Desto destas temáticas considerou-se, por exemplo associado ao Verão, uma edição dedicada a estampados onde a principal preocupação fossem os estampados que acabam por colorir a cidade nesta estação do ano, no Inverno, por outro lado, uma edição dedicada só a chapéus ou só a cachecóis e lenços, onde seriam explorado ao máximo pormenor cada um destes temas numa recolha exaustiva de material.



Neste contexto considerou-se uma abordagem onde esta recolha fosse composta em fotografias de corpo inteiro que pudessem evidenciar a temática abordada, sendo que, cada página corresponderia a uma única pessoa, numa recolha que rondaria os cinquenta exemplos relativos a cada tema. No entanto, e após o trabalho com o fotógrafo profissional que colaborou neste projecto, considerou-se que esta abordagem, que visa a análise de diferentes temáticas em cada uma das suas edições, deveria ser explorada de forma diferente pelo que se concluiu que a melhor forma de evidenciar, no todo de um look registado numa fotografia de corpo inteiro, seria a conjugação dessa fotografia que captasse o look na sua integridade com a evidenciação do detalhe que pretende ser abordado em cada uma das edições. Desta forma, considerou-se que a melhor forma de resolver esta abordagem temática será estabelecer o paralelismo entre a fotografia de corpo inteiro com a fotografia do detalhe relevante do look para a temática explorada numa composição onde cada fotografia corresponderia à totalidade de cada página já que o formato explorado pretende corresponder às dimensões de livro de bolso - 10cm x 15cm.



*Considerações sobre
objecto final*

Considerações Finais



Depois de desenvolvidos e analisados todos os testes referidos anteriormente, considera-se essencial evidenciar o resultado final em que convergiram os testes realizados.

Relativamente à revista e com base nas conclusões retiradas da última hipótese apresentada, o objectivo passou a ter o seu foco na coerência da organização dos conteúdos, assim como na clareza, na legibilidade, na dinâmica e no factor diferença, a fim de se conseguir um realce em relação ao material já existente relativamente ao tema.

Desta forma o primeiro passo foi em direcção à organização das fotografias, pelo que se concluiu que, se as fotografias desempenham o papel principal neste palco, há que dar-lhes o realce e a importância que estas merecem. Enquanto revista representante da street fashion no Porto, considera-se que as fotografias serão o elemento de principal foco nesta abordagem. Desta forma, deixa de haver variações quer de formato quer de orientação, e as fotografias passam a ser representadas todas com as mesmas dimensões, uma fotografia por página, preenchendo-a até aos seus limites não deixando espaço para margem.

No que diz respeito à organização dos conteúdos no geral, esta revista foi seccionada em três partes distintas às quais correspondem as fotografias de dia, a entrevista às consultoras de imagem da Pretty Exquisite Image Consulting, e as fotografias de noite.

Relativamente aos elementos textuais, como forma de não cometer o erro de comprometer a essência das imagens com elementos textuais que desempenham unicamente um papel de legenda e de complemento àquilo que a própria imagem não consegue comunicar, optou-se pela organização de todos os elementos textuais num pequeno pedaço de papel que teria a funcionalidade de uma etiqueta que poderia, eventualmente, ser arrancada, caso se considerasse um elemento perturbador. Desta forma, e com o objectivo de não se impor à imagem, optou-se pelo papel de engenharia de 80gr para esta função. A sua semitransparência, associada ao facto de ser utilizado um pequeno pedaço de papel onde apenas constam informações sobre a identidade da pessoa assim como o seu ponto de vista em relação à cidade do Porto, pretende uma dissociação da imagem de forma a não comprometer a sua essência.

À semelhança do que acontece com estes complementares elementos textuais, optou-se por seguir uma sequência lógica onde todos os restantes elementos textuais são igualmente editados neste tipo de papel criando assim a coerência necessária para prender a atenção do

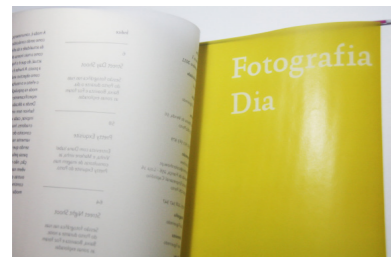
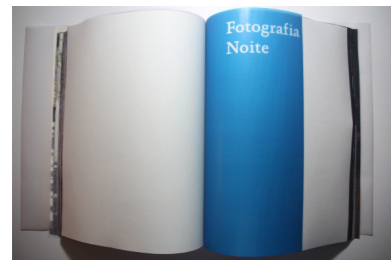
leitor já que, apesar de esta sequência se repetir em todas as páginas, o factor que privilegia a diferença que é a utilização de dois tipos de papel no mesmo objecto, acaba por desempenhar uma multiplicidade de



funções, por um lado no que diz respeito ao factor diferença que seria um factor de grande ponderação tendo em conta a saturação do mercado nesta área, o factor fidelização do leitor que é também um importante factor na propagação e divulgação da revista e o factor da legibilidade que privilegia, igualmente, a fidelização do leitor.

No que diz respeito aos separadores, também estes recorrem ao papel de engenharia, uma vez que não são imagem nem fotografia. Estes têm uma particularidade que tem a ver com a distinção dos capítulos por cores. De acordo com o dicionário das cores do nosso tempo, obra de Michel Pastoureau, optou-se por definir como separador das fotografias de dia a cor amarela, uma vez que, como o autor indica, o amarelo é associado à cor da luz e do calor, é a mais luminosa das cores, é a cor do sol, da alegria e da energia. Já para o separador referente às fotografias de noite optou-se pela cor azul já que, como afirma Pastoureau, o azul é a cor da noite e da sombra, ao mesmo tempo que é associada à calma, ao relaxamento e à despreocupação, daí a associação às fotografias de noite. No que diz respeito à entrevista realizada às consultoras de imagem da Pretty Exquisite, a cor seleccionada para este separador foi o rosa, mais concretamente o magenta já que, como defende Pastoureau, o rosa, apesar de, na sua opinião ser, juntamente com o laranja, uma das cores mais feias na cadeia de cores conhecidas pela sua incapacidade de reprodução dos tons da natureza, é unanimemente classificado como uma das cores favoritas da população mundial juntamente com o amarelo e o azul.

Relativamente à capa, e numa tentativa de aproximação do aspecto urbano que faltava conferir a esta revista, a capa será composta por uma das fotografias escolhidas de entre as que constam na revista sendo que o nome, enquanto elemento textual, será impresso e apresentado no papel de engenharia, de forma a manter a coerência em relação ao restante conteúdo. Esta aproximação do aspecto urbano será dada através do nome Inurbe, que será constituído por uma montagem fotográfica daquilo que são as tipografias mais características da cidade. Para isso recorreu-se ao arquivo já realizado e tentou encontrar-se uma forma de adaptar as fontes tipográficas recolhidas como definição desta revista que trata a moda nas ruas do Porto.

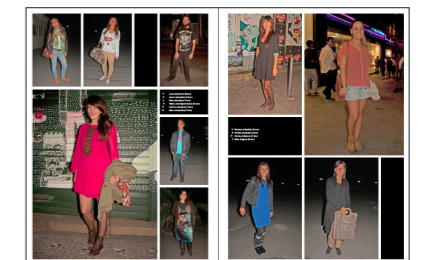
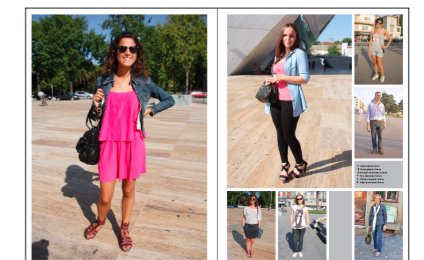


O jornal, enquanto suporte com edições mais frequentes, maior tiragem e por isso acessível a um público menos restrito, explorou questões diferente em relação à revista. Enquanto na abordagem da revista o objectivo seria dar ênfase à imagem optando por uma composição que ocupasse a totalidade da página factor que, no total, acabou por resultar num objecto de grande dimensão, isto é, com muitas páginas, resultando, por sua vez, num objecto de produção mais cara levando a que a sua produção seja feita em menor quantidade, o objectivo do jornal é relativamente oposto. Nesta abordagem, aquilo que se pretende é que este jornal seja um objecto acessível a uma população massificada, aquilo que se pretende é que este jornal chegue ao maior número possível de pessoas, factor que é facilitado pelo facto de este jornal ser, à semelhança da revista embora com um resultado distinto, um jornal de distribuição gratuita que pretende ser distribuído em todos os locais onde habitualmente se distribuem este tipo de jornais, nomeadamente, paragens de metro, autocarro, cafés, escolas, locais de serviço público, etc. Desta forma, e com base neste tipo de preocupações, aquilo que se pretende é que, numa mesma edição, este jornal consiga apresentar o maior número possível de imagens no menor número de páginas possível. Este objectivo tem, evidentemente, a seu favor

a dimensão do jornal que, por ser um objecto de maiores dimensões, permite uma composição de várias imagens na mesma página, sem que cada uma das imagens perca a sua identidade e a sua força. Para isto recorreu-se a uma grelha simples de sete colunas de forma a que seja possível explorar o maior número possível de variações na composição. Com base nisto, estas variações na composição traduzem-se em variações na dimensão das fotografias potenciando um encaixe entre si de forma a que seja possível uma leitura clara e objectiva das imagens apresentadas e, por outro lado, permitindo uma economia de páginas que resulta na possibilidade do aumento da tiragem. Nestas composições são, também, apresentadas algumas imagens que ocupam a totalidade da folha com o objectivo de estabelecer um ponto de quebra no layout de forma a atribuir maior dinamismo à composição como forma de garantir a fidelização do leitor.



Esta composição conta, também, com alguns elementos gráficos que são, desta vez introduzidos no layout com um objectivo concreto que se baseia no preenchimento, propositado dos espaços em branco. Uma vez que se definiu, à partida, que as imagens apresentadas assumiriam um formato vertical, esta composição segundo a grelha definida, apesar da exploração de diferentes dimensões de imagem para imagem, revelaram-se, inevitavelmente, presentes alguns espaços em branco nas páginas facto que se optou por resolver através da inserção de pequenas caixas de cor neutra que preenchessem esse espaço de forma a que toda a página fique preenchida deixando apenas em branco o espaço relativo à margem e às goteiras. Desta forma torna-se possível a compreensão perfeita da grelha de composição, à semelhança da edição habitual dos jornais, factor que potencia, então, esta aproximação do design e da linguagem habitual do jornal comum. Relativamente aos elementos textuais que, neste suporte, à semelhança da revista, se resumem à informação básica relativa às pessoas como nome, idade e profissão, são representados numa fonte tipográfica de linhas simples,



claras e arredondadas, não serifada, respondendo à tendência que se verifica actualmente no design de jornais, de forma a permitir uma melhor leitura e uma maior clareza na sua comunicação. Este factor é, ainda, valorizado pelo facto de se apresentar em preto nas caixas correspondentes às fotografias de dia que se apresentam num tom acinzentado, e em branco nas caixas correspondentes às fotografias de noite que se apresentam a preto. Esta separação das fotografias de dia e das fotografias de noite é, também, uma forma de organização dos conteúdos sem que seja necessário recorrer a um separador.

No que diz respeito ao livro a edição deste suporte baseou-se num conceito mais simples e, por isso, mais concreto e imediato. Como já foi explicitado anteriormente, este livro surge como objecto onde pretende ser reunida uma recolha mais exaustiva no que diz respeito ao tema em análise, potenciando a eternidade de um objecto que pode, eventualmente, ser utilizado como objecto de pesquisa por outras pessoas anulando, assim, o carácter efémero do jornal e o carácter de coleccionismo associado à revista. Com base nos conteúdos já definidos anteriormente onde este livro pretende evidenciar o detalhe na fotografia de forma a evidenciar o tema abordado, já que as suas edições pretendem corresponder a temáticas específicas, considerou-se pertinente a organização destes conteúdos de forma distinta em relação aos outros suportes explorados. Tendo em conta o formato reduzido que pretende funcionar como livro de bolso, considerou-se que as fotografias deviam ser organizadas de forma a preencherem a totalidade da página, tanto na fotografia de corpo inteiro como na fotografia de detalhe de forma a que estas assumam o seu papel de protagonistas neste livro e consigam, simultaneamente, interagir entre si sem elementos externos que podiam revelar-se perturbadores.



Cátia, estudante, 21 anos

As fotografias são feitas, originalmente, com o objectivo pretendido pelo que, se considerou necessário a produção de diferentes fotografias, uma de corpo inteiro e outra do detalhe de forma a obter uma melhor nitidez daquilo que se pretende evidenciar, facto pelo qual, neste livro de amostra, as fotografias utilizadas foram as fotografias produzidas pelo fotógrafo profissional que colaborou na realização deste projecto, uma vez que as fotografias utilizadas nos outros suportes não haviam sido produzidas com este intuito e a ampliação do pormenor utilizando a mesma fotografia acabaria por resultar numa aspecto que não correspondia ao pretendido.

Os elementos textuais voltam a ser referentes à informação básica de cada uma das pessoas entrevistadas e é organizado de forma a que a sua interferência com a imagem seja o menor possível. Desta forma, optou-se por recorrer, à semelhança do jornal, por uma fonte tipográfica de linhas simples, claras e arredondadas, não serifada, permitindo, assim, uma melhor leitura e uma maior clareza na comunicação dos conteúdos textuais. Estes elementos textuais sobrepõem-se a uma caixa de cor branca, onde se privilegia o jogo de transparências, de forma a que não haja interrupção da imagem por nenhum elemento gráfico. Esta abordagem repete-se na revista e visa a evidenciar a imagem em prol de todos os restantes conteúdos, uma vez que a imagem constitui o elemento mais importante desta representação. Os elementos textuais são, ainda, sobrepostos à fotografia de detalhe de forma a permitir uma melhor legibilidade, uma vez que se privilegia a imagem e os elementos textuais são sobrepostos a esta numa caixa de cor branca com transparência. Desta forma, o facto de a imagem de detalhe ter menos elementos que podem, neste caso funcionar como ruído na imagem prejudicando a leitura, considerou-se que a sobreposição do texto a estas imagens potenciará a melhor legibilidade e a clareza do texto.



Rute, economista, 26 anos

Conclusão

O objectivo deste projecto passou pela exploração do tema da Street Fashion no Porto através da fotografia e das formas como as imagens fotográficas podem ser organizadas de uma forma, simultaneamente, temática e visual no âmbito do design editorial. Desta forma, o intuito deste projecto de investigação passou testar várias formas, modelos de design, onde os conteúdos pudessem ser fotografados, organizados e desenhados recorrendo a diferentes tipos de suportes impressos.

No que diz respeito à revista pode concluir-se que a conjugação de materiais distintos com um layout simples e claro beneficia a comunicação e a objectividade da mensagem que a revista pretende transmitir de contraste, irreverência, objectividade, urbanismo e simplicidade. As fotografias editadas sem margem, até ao limite da página, acabam por conferir à revista a força e o impacto pretendidos, assim como a evidenciação dos elementos pretendidos que serão a forma como as pessoas se vestem.

A utilização do papel de engenharia para representação dos elementos de texto acabam por cumprir, da melhor forma, os objectivos para o qual foram utilizados, de não interferência com as imagens, de forma a poderem funcionar mais como legendas. O facto de estarem num papel diferente do utilizado na restante revista confere a esta publicação, a dinâmica pretendida e é o factor principal para a evidenciação da revista no mercado das publicações de moda.

A sua periodicidade mensal é outro dos factores que acabam por contribuir para que esta revista se torne um objecto de culto, que o leitor queira guardar com o objectivo de compreender a continuidade das suas edições. Por outro lado, o recurso a materiais mais complexos, o grande número de páginas e os acabamentos necessários acabam por resultar numa menor quantidade na tiragem o que acaba por contribuir para que esta revista não seja tão acessível ao público a que se destina.

Relativamente ao jornal pode concluir-se que o recurso a material de baixa qualidade, associado a um design claro, simples e muito versátil acaba por resultar num objecto muito coeso, ele próprio, pelo tipo de conteúdos que apresenta, muito distinto do jornal comum, mas por outro lado com uma linguagem tão acessível e familiar que consegue fidelizar o leitor. A composição e organização das fotografias na página, jogando com diferentes dimensões e uma composição muito variada de página para página, constituiu, também, um importante factor na dinamização do design associado ao jornal potenciando, desta forma, a aproximação de um aspecto mais contemporâneo e, consequentemente, de uma sociedade, também ela, contemporânea.

A utilização de papel de jornal, ou papel de imprensa, neste suporte permitiu a aproximação de uma linguagem muito semelhante à linguagem do jornal comum, contribuindo, também, para a aceitação deste suporte pelo público a que se destina.

A sua periodicidade semanal, conjugada com os materiais de baixa qualidade acabam por conferir a este suporte um aspecto e uma tendência para se tornar mais descartável, à semelhança dos habituais jornais de distribuição gratuita. No entanto, este recurso a materiais de baixa qualidade permite uma economia nestes materiais acabando por potenciar uma tiragem maior em relação à revista, facto que contribui para a propagação deste suporte conseguindo, assim, que este seja acessível a um público massificado e a uma distribuição alargada em relação à revista.

Por sua vez o livro, acaba por se revelar um objecto que vem contrariar algumas das ponderações consideradas nos dois suportes anteriores. O livro, enquanto obra de expressão estética pode apresentar-se com uma dualidade de interesses. Por um lado revela-se uma fonte inegável de informações acerca de um assunto preciso, neste caso de Street Fashion, por outro lado apresenta-se como fenómeno social, revelando-se, também, um objecto de pesquisa em si mesmo. Neste contexto o livro surge como objecto onde pretende ser reunida uma recolha mais exhaustiva no que diz respeito ao tema em análise, potenciando a eternidade de um objecto que pode, eventualmente, ser utilizado como objecto de pesquisa por outras pessoas anulando, assim, o carácter efémero do jornal e o carácter do coleccionismo associado à revista.

A questão da periodicidade passa a ser explorada em quatro edições anuais, correspondentes a cada uma das estações do ano, privilegiando-se, desta forma, a importância dos acabamentos de forma a que se possa produzir um objecto com uma durabilidade o maior possível. Os materiais utilizados potenciam, também, esta durabilidade que pretende atribuir-se a este suporte por serem materiais mais resistentes de forma a suportarem o desgaste inerente ao seu manuseamento.

Com base nisto, pode concluir-se que as abordagens e soluções apresentadas neste projecto serão as mais adequadas para a edição impressa de conteúdos relativos à Street Fashion, sendo que, todos os factores, favoráveis ou não, devem ser ponderados na decisão final.

Referenciação bibliográfica

- Baldwin, J. & Roberts, L. (2006). *Visual Communication*. Lausanne: Ava.
- Baudrillard, J. (1981). *A sociedade de consumo*. São Paulo: Edições 70.
- Bhaskaran, L. (2006). *Qué es el diseño editorial?*. Barcelona: Indexbooks.
- Bonnici, P. & Proud, L. (1998). *Designing with photographs*. Nova Iorque: RotoVision.
- Cantista, I., Martins, F., Rodrigues, P. & Xiau Lu, P. (2010). Valores e consumo de moda de mulheres chinesas e portuguesas. In Cantista, I. (coord.), Martins, F. (coord.), Rodrigues, P. (coord.), Alvim, M. (coord.). *A moda num mundo global* (pp. 95-113). Rio de Janeiro: Vida econômica.
- Douglas, M. & Isherwood, B. (2004). *O mundo dos bens*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Du Roselle, B. (1980). *La mode*. Paris: Imprimerie Nationale.
- Duarte, C. (2004). *Moda*. Lisboa: Quimera.
- Duarte, C. (2005). *Moda Portuguesa*. Lisboa: Quimera.
- Espiña, Y. (2010). A moda entre a estética e a ética, uma perspectiva global. *A moda num mundo global*, 68-77. Porto: Vida econômica.
- Faggiani, K. (2006). *O poder do design*. Brasília: Thesaurus editora.
- Flusser, V. (1998). *Ensaio sobre a fotografia*. Lisboa: Relógio d'água.
- Foges, C. (1995). *Diseño de revistas*. Barcelona: Indexbooks
- Frascara, J. (1997). *Diseño gráfico para la gente*. Buenos Aires: Edicio
- Fromm, E. (1982). *Ter e ser*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Giddens, A. (1994). *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras: Celta.
- Güel, V. (1944). *Consideraciones sobre el concepto de la moda en el arte*. Barcelona.
- Heller, S. (2005). *The education of a graphic designer*. Nova Iorque: RotoVision
- Higham, W. (2009). *The next big thing*. Londres: Kogan Page.
- Infopédia. (s.d.). Infopédia-enciclopédia e dicionários porto editora. Retirado em Janeiro 31, 2011 de <http://www.infopedia.pt/>.
- Jarrett, M. (2010). *Street View*. Nova Iorque: Universe Publishing.
- Joly, M. (1994). *Introdução à análise da imagem*. Lisboa: Edições 70.
- Ladesma, M. (2003). *El diseño gráfico - una voz pública*. Buenos Aires: Editorial Argonauta.
- Langford, M. (2003). *Fotografía básica*. Lisboa: Dinalivro.
- Laver, J. (2005). *A roupa e a moda-uma história concisa*. Londres: Thames&Hudson Ltd.
- Lehnert, G. (2000). *História da moda do século XX*. Colónia: Köne-man.
- Leslie, J. (2005). *Novo design de revistas*. Barcelona: Gustavo Gil.
- Marshal, H. (1990). *Diseño fotográfico*. Barcelona: GustavoGili.
- Mendes, V. & Haye, A. (1999). *20th century fashion*. Londres: Thames&Hudson Ltd.
- Noble, I. & Bestley, R. (2007). *Visual Research*. Lausanne: Ava.
- Raymond, M. (2010). *Tendências*. Barcelona: Promopress.
- Santa, L. (2009). *Graphic fashion design, illustration & trends*. Barcelona: Promopress.
- Schuman, S. (2009). *The Sartorialist*. Londres: Penguin books.
- Sihablamosdediseño. (2004). *Estamos hablando de diseño editorial*. Barcelona: IndexBook.
- Solomon, M. (2005). *Comportamento do consumidor comprando, possuindo e sendo*. Porto Alegre: Bookman. • Frascara, J. (1988). *Diseño gráfico e comunicacion*. Buenos Aires: Ediciones infinito. nes infinito.
- Teixeira, M. (2000). *A moda do século - 1900-2000*. Lisboa: Museu Nacional do Traje.