

Revista laboratorial Baú: universo *vintage* e retrô explorado nas páginas da revista¹

Caroline Borges Coletto CORREIA²

Geysica Caetano REIS³

Karoline Messias FOGAÇA⁴

Elisa Ferreira Roseira LEONARDI⁵

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

Este paper objetiva apresentar a revista Baú, desenvolvida no primeiro semestre da disciplina de Revista Laboratório de 2013, por acadêmicas, do então terceiro ano de Comunicação Social -habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO). A proposta era desenvolver um produto, voltado para leitores da cidade de Guarapuava-PR, onde o conteúdo seria trabalhado trazendo temas do universo *vintage* e retrô, com uma linguagem atual. O objetivo era experimentar uma forma inovadora de trabalhar com a temática dentro do meio acadêmico. Os textos de cada editoria foram apresentados com uma abordagem contemporânea, inserindo o conteúdo antigo no contexto atual, trazendo em cada pauta um personagem envolvido ou que se interessasse pelos assuntos que seriam trabalhados.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; revista laboratório; produto comunicacional; revista; memória.

INTRODUÇÃO

O que podemos colocar dentro de um baú? Neste porta relíquias é possível guardar objetos que trazem consigo lembranças, histórias e sentimentos de um tempo vivido e eternizado. Foram justamente esses conceitos que nos nortearam na realização do projeto e a linha editorial da revista laboratorial Baú.

Em tempos de contemporaneidade, em que a velocidade e a grande quantidade de informações é cada vez mais rápida, as memórias se tornam mais efêmeras. Segundo o historiador francês Pierre Nora, essa aceleração transforma o presente em algo impalpável, que acaba não se consolidando em nossas mentes.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Jornalismo, modalidade Projeto de Revista Laboratório (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º ano do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: coletoc@gmail.com.

³ Estudante do 4º ano do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: geysica.reis@gmail.com.

⁴ Estudante do 4º ano do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: karolmf22@yahoo.com.br.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Jornalismo - Unicentro, email: elisaroseira@hotmail.com

A consequência disso é a perda da identidade do homem. Como alternativa para manter acesa a chama da memória, recorreremos a fotografias, coleções, visitas a museus e, também, preservamos tudo aquilo que de alguma maneira trará a tona recordações de tempos passados.

Nos debruçamos nestes princípios para desenvolver a revista. O universo *vintage* e retrô foram definidos como o que nos pautaria no desenvolvimento do produto do primeiro semestre da disciplina Revista Laboratório. Para que o trabalho tivesse coerência, que contasse com uma linha editorial sólida e que realmente englobasse o tema proposto, precisávamos pesquisar e conhecer as singularidades de cada uma dessas correntes.

Primeiro, buscamos diferenciar e compreender as duas tendências. As definições de cada uma delas. Para retrô, compreendemos:

O prefixo retrô sugere o termo retrógrado, dando a entender ‘olhar para trás’ e ‘contrário do habitual’. Pode-se considerar o retrô como um aspecto do pós-modernismo devido ao seu interesse pelas retomadas históricas [...] (MEGGS e PURVIS, 2009, p.617)

Para *vintage*, compreendemos:

A palavra *vintage* designa a colheitas de uvas, em que as condições de produção, como exemplo para o vinho do Porto, contribuem para uma qualidade singular do vinho. Sua origem ou significado vem de *vint*, relativo à safra de uvas [...] o termo foi incorporado para designar peças, como roupas ou acessórios que marcam uma época. A palavra define de forma mais elegante e eufemista ‘roupas velhas’ ou antigas[...] (CARVALHO, e SOUZA, 2010, p.139)

Ou seja, o *vintage* seria uma herança do tempo, aquilo que permaneceu da mesma forma desde sua criação. Já o retrô é uma releitura, relançamento, uma retrospectiva do passado.

Inicialmente, escolhemos o objeto que melhor representava nossa proposta, ou seja, o preservar, o manter e, também, o retomar. Em um baú podemos guardar tudo aquilo que julgamos importante e lembrar de maneira nostálgica ao abri-lo e tirar tudo que ali está guardado.

As pautas trabalhadas levaram em consideração justamente isso: o que está guardado no nosso baú e iremos trabalhar nesta edição? O que vamos experimentar? Este foi outro ponto explorado no projeto, a experimentação, visto que o meio acadêmico nos permite explorar ideias e iniciativas livres de vínculos mercadológicos e financeiros.

Propomo-nos a desenvolver um produto diferente do que já tínhamos realizados até então, permitindo que cada autor e matéria tivessem sua linguagem, sua fonte e seu projeto visual.

Mesmo com a experimentação, buscamos manter a qualidade, levando ao leitor curiosidades e informações sobre os temas desenvolvidos. Os textos de cada editoria foram apresentados com uma abordagem contemporânea, inserindo o conteúdo antigo no contexto atual, trazendo em cada pauta um personagem envolvido ou que se interessasse pelos assuntos a serem trabalhados.

OBJETIVO

Ao realizarmos o projeto para a disciplina de Revista Laboratório, do curso de Comunicação – Social – Jornalismo da Unicentro, objetivamos desenvolver um produto diferente do que circulava na cidade de Guarapuava-PR e que nos permitisse experimentar propostas distintas do que já havíamos realizado tanto nas escolhas das pautas quanto no projeto visual da revista. Juntando todas as propostas e ideias do grupo, nasceu a Baú.

Escolhemos trabalhar com editorias que despertassem interesse tanto de homens quanto mulheres, que abordasse assuntos de uma outra época no contexto atual, fazendo com que pessoas que conviveram de maneira direta com o tema tratado recordassem ao ler as matérias e que aqueles que não conviveram, pudessem conhecer mais sobre o assunto.

A equipe desenvolveu sete editorias: Decoração, Objetos, Moda, Música, Monumentos, Automóveis e Mais. Cada pauta foi trabalhada objetivando trazer curiosidades e informação para o leitor, principalmente o guarapuavano. Tudo isso em uma revista com uma identidade visual diferenciada, explorando detalhes, cores e fontes.

JUSTIFICATIVA

Pode-se observar que o universo retrô e *vintage* atrai as pessoas justamente por ser uma maneira de conquistar e cativar o público. Foi justamente isso que buscávamos desenvolver com a Baú, um sentimento saudosista e uma sensação nostálgica no leitor.

O engenheiro eletrônico e doutor em Filosofia e Psicologia Norman(2008) traduz esse sentimento nostálgico em seu texto:

Os sentimentos emocionais verdadeiros e duradouros levam muito tempo para serem cultivados: eles decorrem de interação prolongada. O que as pessoas amam e cuidam, o que desprezam e detestam? Aparência da superfície e utilidade comportamental desempenham papéis relativamente pequenos. O que realmente

importa é a história da interação, as associações que as pessoas têm com os objetos e as lembranças que eles evocam. (NORMAN, 2008. p.66)

Nos perguntamos de que forma o projeto seria relevante diante do público e nos deparamos com sentimentos como saudade, nostalgia, lembranças e memórias. Todos esses sentimentos seriam despertados no leitor ao folhear uma revista que traz em seu interior matérias sobre objetos, música e moda de outra época. Tudo isso nos levou a certeza de que experimentar um produto, tendo como base estes fatores (sentimento saudosista e nostálgico) a revistapoderia dar certo. Contamos ainda com o fato de que em Guarapuava não existia nenhum produto como a revista Baú.

A revista foi desenvolvida no formato *pocket*. A escolha se deve a praticidade, de ser de fácil manuseio e o leitor pode levá-la pra onde quiser, cabe dentro de bolsas, mochilas e pastas.

O fato de poder experimentar e idealizar um produto como este dentro da universidade, ambiente onde o acadêmico e futuro profissional pode conhecer e tentar novas técnicas, pensar em formas alternativas de se produzir, livre de vínculos mercadológicos e financeiros também foi um motivo importante para a escolha do projeto.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para começarmos a desenvolver um produto referente a disciplina de Revista Laboratório, precisávamos primeiro entender quais os procedimentos para produzir uma este veículo de comunicação.

Tendo como base o livro *A Arte de Editar Revistas*, de Fatima Ali, que dá dicas e comenta sobre uma boa fórmula editorial, princípios do design, como realizar uma reportagem clara, objetiva e completa, começamos nossas discussões sobre a revista do primeiro semestre.

Depois de definido o tema que iríamos explorar, desenvolvemos uma pesquisa de campo com cem pessoas, indagando se elas realmente estavam interessadas no tema abordado, nas opções de nome para o produto, nos assuntos e abordagens. A pesquisa foi realizada de forma quantitativa, em um modelo de enquete, com vinte questões abertas, aplicadas pela equipe durante sete dias. Este trabalho nos orientou para algumas questões que delinearam o perfil e a fórmula da revista.

Após lermos sobre o assunto e ter claro as definições de cada uma das duas correntes, *vintage* e *retrô*, escolhemos o nome da revista (Baú) e o que "iríamos retirar dele"

e trazer na edição. Daí nasceram as sete editorias abordadas na revista. Para o desenvolvimento de cada pauta, estudamos a história, buscamos personagens que trouxessem a matéria mais do que simples relatos, mas também a paixão por certos objetos guardados e também pessoas que nasceram em outras gerações e não tiveram contato com os temas abordados, mas, mesmo assim, se interessam por assuntos de outra época e os retomam nos dias atuais.

Além do conteúdo escrito, nos dedicamos a desenvolver uma diagramação para cada matéria, levando em consideração conceitos básicos do planejamento visual, como alinhamento, repetição, contraste e proximidade. O design gráfico da revista foi criado justamente para atrair a atenção do leitor com as formas, cores e tipografia diferenciada, visto que vivemos com tantos outros veículos de comunicação, este trabalho procurou desenvolver um meio impresso com um visual gráfico interessante e atraente:

É na diagramação que onde vai se concentrar todo o segredo do discurso gráfico, em que a tipografia mínima contida harmonicamente e padronizada, alia-se ao ritmo dado às mensagens (SILVA, 1985, p.13).

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O que a Baú oferece é uma proposta de revista, com um formato (pocket, meio A4, com 10,5x14,8cm) pensado para que o leitor possa levá-la consigo para onde quiser, reportando o antigo com um olhar atual. Em 32 páginas desenvolvemos sete editorias, que são elas:

Decoração

Para decorar um ambiente, há vários elementos que são essenciais e a iluminação é uma delas. Hoje o mercado oferece muitas opções de lustres, luminárias e abajures, para que cada um escolha como quer decorar a sua casa ou ambiente de trabalho, e com essa variedade de objetos, as peças antigas podem ser o principal destaque de um lugar. A arquiteta Eliane Alves Kruger Pacheco, já atua no mercado há 25 anos, explica como essas peças podem ser usadas de forma que a mistura do velho e o novo se tornem harmoniosas.

Mais

O sapato oxford já existe desde o século 17 e ainda está presentes no vestuário. Antes eram utilizados somente por homens e agora podemos encontrá-los nos pés das mulheres. A diversidade de tecidos, estampas e cores, possibilita que vejamos sua grande

variação estética com modelos com ou sem salto que podem ser combinados de muitas maneiras. Com a passagem muito rápida das tendências no mundo da moda, abordamos esse assunto pois o oxford se tornou um ícone que atravessa gerações.

Objetos

No início os equipamentos eram grandes e pesados. Com o avanço da tecnologia, elas diminuíram de tamanho, sendo possível carrega-las nas mãos. A câmera analógica, com filme como conhecemos hoje, foi criada no século 19. Depois disso, tornou-se popular com as pequenas câmeras de Eastman, que na época custavam 25 dólares.

A matéria aborda a história das máquinas fotográficas, partindo da câmara escura criada por Aristóteles até as que utilizam filme e cartão de memória. O enfoque deu-se nas memórias de quem utilizou ou ainda utiliza o equipamento, tanto profissionais quanto amadores.

Monumentos

A matéria intitulada “Monumentos: uma forma de preservação do passado” teve como principal objetivo mostrar a vida de algumas pessoas que fizeram parte da história de Guarapuava direta ou indiretamente e que receberam em homenagem à suas ações um monumento em algum lugar da cidade. A ideia surgiu a partir do pressuposto de que muitas pessoas veem os monumentos no dia a dia, mas não sabem quem foram e porque se tornaram ícones na cidade.

A pesquisa foi feita principalmente na Casa Benjamin C. Teixeira, museu documental da história de Guarapuava. Lá foram consultados alguns livros e jornais que apresentavam as histórias dos personagens. O responsável pelo museu, Murilo Walter Teixeira, foi uma das principais fontes e colaborador da matéria, pois além de ceder o material para pesquisa, ajudou com informações.

Pesquisas em artigos e entrevistas com uma das autoras fizeram parte do processo de produção da matéria. Foi procurada a Secretaria de Administração para obter a informação sobre as datas em que foram inaugurados dois dos monumentos (Padre Janssen e Luiz Daniel Cleve), porém mesmo depois de contato por telefone, pessoalmente e por e-mail as informações não foram obtidas.

Automóveis

Esta editoria é dedicada aos amantes dos automóveis, para isso foi realizada uma pesquisa a cerca da historicidade deles, desde o primeiro piloto a ser criado até a história de pessoas que possuem veem nos mais que uma utilidade, fazem dele é um hobby e uma paixão. Foram contadas duas histórias: de um colecionador de miniaturas de automóveis e outro que possui veículos originais que cuida como se fossem sua vida.

Música

Na editoria música é trabalhado o movimento Tropicália, ou Tropicalismo, que aconteceu no período da ditadura militar, na década de 1960. O movimento influenciou não só a música, mas também a cultura e sociedade da época. As canções deste período são consideradas atualmente clássicos da MPB.

A matéria busca contextualizar o Tropicalismo, os principais artistas da época e a influencia na atualidade. Para a produção, foi pesquisado no site oficial do movimento: tropicalia.com.br, entrevistas foram feitas.

Moda

A matéria Listas antigas, formas atuais teve com objetivo principal contar sobre a participação listras no cenário da moda. Elas surgiram há muito tempo e voltaram à tona no atual momento que em vivemos. A ideia foi dar destaque a algo que é comum nos dias atuais, mas que já foi marca registrada em outras décadas.

As referências foram baseadas em um artigo publicado pelo estilista e professor de história da Indumentária do Serviço Nacional de Aprendizado Comercial (Senac) João Braga e a principal fonte foi a consultora de moda de Guarapuava, Flavia Fadel Proche que deu sua opinião e dicas de como usar as listras.

Para o design gráfico da revista nos baseamos nos conceitos básicos do planejamento visual: contraste, alinhamento, repetição e proximidade. As bordas da capa e das páginas foram inspiradas nas revistas *Time* e *National Geographic*. Esse detalhe foi colocado para unir o conteúdo e ao mesmo tempo criar uma unidade visual.

Segundo Guimarães, a cor vermelha representa força, presença e calor. Por isso a escolhemos para destacar e chamar a atenção do leitor.

De acordo com Freitas, a cor amarela transmite energia, originalidade, iluminação e alerta. Ela foi escolhida para contrastar com a cor vermelha, quebrando a agressividade do vermelho e suavizando o efeito visual da revista.

Para cada matéria criamos uma identidade visual com cores, fontes e detalhes exclusivos.

6 CONSIDERAÇÕES

Com o fim deste projeto destacamos que o ambiente acadêmico realmente nos proporciona a possibilidade de desenvolver produtos diferenciados e perceber o que pode, ou não, dar certo e as dificuldades que podemos encontrar no desenvolvimento do trabalho.

É importante destacar que mesmo neste ambiente de experimentação, nos deparamos com diversas limitações e restrições, a financeira é uma delas, o que interfere, por exemplo, na quantidade de impressões e de cores que poderíamos utilizar na revista. Podemos perceber que o projeto visual realmente foi um ponto positivo do projeto, leitores elogiaram a produção que "conversa com o leitor" também com suas formas, traços, cores e fotos.

Quanto a escolha do tema, concluiu-se que realmente existe espaço para ele. Existe quem se interesse, um público é de idade variada, diversas classes sociais e abrange tanto homens quanto mulheres. Os textos foram produzidos com uma linguagem simples, o que não limitou a leitura.

A editoria Monumentos foi uma das mais elogiadas, o que nos permitiu perceber que o guarapuavano se interessa e lê sobre assuntos referentes à sua cidade e, quem sabe em projetos futuros, outros temas da cidade renderiam boas matérias, abordando a vida das pessoas que vivem em Guarapuava, suas histórias, suas particularidades, seu modo de levar a vida e também suas lembranças.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, Priscila A. e SOUZA, Maria I. P. Pin-ups: fotografias que encantam e seduzem. **Discursos fotográficos**. Londrina. Vol. 6, jan/jun 2010, pp. 119-144.

FREITAS, Ana K. M. D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Disponível em: <http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica_das_cores_em_comunicacao.pdf> Acessado em: 25 de jun de 2013.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. 3. Ed. São Paulo: Amnablume, 2000.

MEGGS, Philip B; PURVIS, Alston W. **História do Design Gráfico**. 4ª ed. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2009. 720 p .

NORA, Pierre. Entre memória e História: a problemática dos lugares. **Projeto História**, São Paulo, n. 10, dez. 1993.

NORMAN, Donald A. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2008. 278 p.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impresa**. São Paulo: Summus, 1985. 153 p.