



11ª Jornada Científica e Tecnológica do IFSULDEMINAS & 8º Simpósio de Pós-Graduação

SELO EDITORIAL CAMPUS PASSOS (LUME EDITORA – 2018)

Samara Barbosa dos REIS¹; Cleiton Hipólito ALVES²

RESUMO

No ano 2017 foi dado início ao projeto de extensão “Implantação de um Selo Editorial”, onde houve a realização de atividades editoriais diversas, desde pequenas demandas locais, gráfico-visuais à diagramação de livros, revistas e informes dos Campi. A intenção em dar sequencia neste projeto, agora com nome e registro próprio foi difundir a produção da Pesquisa, Extensão e de Ensino do Campus para a comunidade acadêmica e externa. Nesta nova etapa foi dada sequencia nos trabalhos previamente executados e iniciados, continuação no desenvolvimento do *Compliance* da Lume Editora (normas e regulamentações), definição do método de produção e registro ISBN, o início da aquisição do registro além do atendimento de demandas internas e externas de projetos gráficos e audiovisuais.

Palavras-chave:

Divulgação Científica; Editora; Publicação; Projeto Gráfico Editorial; Comunicação.

1. INTRODUÇÃO

Uma editora é muito mais do que as rotativas que produzem os livros. O principal elemento é sua marca, a identidade que une simbolicamente as produções com o público leitor. Veja o caso, por exemplo, da editora Record, que tem um dos principais parques gráficos do Brasil. A existência da editora não depende exclusivamente do maquinário que produz os livros. É possível terceirizar as produções, mas jamais abrir mão dos caracteres distintivos da marca (nome, logotipo e conceito). Agora o Campus Passos conta então com a Lume Editora, criada através do Projeto de Extensão executado em anos posteriores (2016-2017).

A Pró-Reitoria de Extensão já vem realizando um trabalho de estímulo à produção bibliográfica na Instituição. Anteriormente, os livros publicados foram entregues com a marca de Editora terceirizada, que foi contratada para desenvolver o Projeto Gráfico Editorial. Pensando nisso, concluiu-se que existem vantagens em ter o Selo Editorial próprio:

- a) estabelecimento de uma regularidade em publicações com baixo custo operacional;
- b) fortalecimento da Instituição e do Campus como referência em produções gráfico-visuais;
- c) quando houver recursos disponíveis para impressão, o custo operacional para a produção do material físico será bem menor, já que o projeto gráfico e a diagramação eletrônica já foram elaborados pelo próprio Instituto.

¹ Bolsista, PIBIEx IFSULDEMINAS – Campus Passos. E-mail: samara.reis99.sb@gmail.com.

² Orientador, IFSULDEMINAS – Campus Passos. E-mail: cleiton.alves@ifsuldeminas.edu.br.

De 2016 a 2018, através de Projetos de Extensão, foram desenvolvidos Nome, Logotipo e Identidade Visual para o Selo. Neste Projeto, o objetivo foi então dar continuidade na construção das regras de funcionamento e produção da Editora, bem como dar sequência nas publicações e realizações dos trabalhos. Para QUESSADA (2003), toda imagem é fulminante, atrai a convicção, pode gerar a fé, pois mobiliza a crença, mas não apenas o apelo visual, mas um conjunto com imagem e texto, pois QUESSADA (2003), também complementa que “o poder da publicidade encontra sua origem numa concepção singular e industrial da primeira de todas as mídias: a linguagem” (p. 119).

Para o aluno bolsista, este projeto de extensão se traduziu na oportunidade de colocar em práticas os diversos saberes apreendidos ao longo do curso de Comunicação Visual e/ou Produção Publicitária, como, por exemplo, realização de Projeto Gráfico Editorial, *Naming* e Logotipo para peças gráficas e virtuais, Diagramação Eletrônica, Finalização de Arquivo para Impressão Offset, Produção e Edição de Áudio diversos. O Campus Passos possui suporte para tais concepções.

A intenção deste projeto foi dar sequência nas ações executadas anteriormente e “abrir portas” para o campus Passos, oferecendo à comunidade a possibilidade da realização tanto de Projetos Editoriais quanto também Projetos Visuais Gráficos e Audiobooks, ampliando a disseminação do conhecimento produzido dentro da unidade e contribuindo também futuramente para publicações de materiais editoriais e comunicacionais, solicitados conforme as demandas internas e externas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na confecção de uma mídia impressa ou digital, não basta apenas reunir o conteúdo, realizar a montagem (diagramação) e publicar o material. Existe uma série de estudos aplicados para a correta confecção do mesmo e adequação ao público-alvo, almejando o sucesso na transmissão do conteúdo. Conforme BIAZON e CLEMENTINO (2013), para que a comunicação tenha sentido e tenha o efeito desejado é necessário que as necessidades do público de interesse sejam identificadas pela empresa que tentará satisfazê-la, por isso, é necessário que as empresas estejam atentas aos seus clientes e/ou *prospects* a fim de desenvolver estratégias para conquistá-los.

A Diagramação e criação de um Projeto Editorial Gráfico precisam estar em harmonia com as imagens capturadas e seguir uma padronização então criada para todas as páginas componentes da revista e seu *layout*, além da aplicação dos anúncios publicitários existentes em publicações, utilizando como suporte principal para criação do Projeto Gráfico Editorial, o Logotipo e Nome criados para o produto, que nortearão o conceito. O bolsista foi instruído em sala de aula para tal.

WHITE (2003), explica que:

A essência do design multipágina (impressos) ou multiimpressão (web) é a repetição rítmica de um padrão básico que dê à publicação sua coerência visual característica. A estrutura dá previsibilidade, de modo que o observador/leitor, por intuir a organização fundamental da peça, tem uma sensação de ordem e até deduz a hierarquia de valores comparativos do material. Se você conceber um padrão que reflita e exponha visualmente a

estrutura que sustenta cada matéria, não só ganhará em variedade para a publicação (o que é desejável) como conseguirá uma variedade que faça sentido (o que é ainda melhor) e comunicará as ideias em cada artigo com maior eficácia (o que é melhor de tudo). (WHITE, Jan V., 2003, p. 43).

Outros autores como VILLAS-BOAS (2002), trazem uma contribuição no que se refere às peculiaridades do ensino artes, destacando a sua importância por ser uma área do conhecimento interdisciplinar por natureza, com a visão multifacetada, dada à dimensão cultural complexa que representa, segundo mesmo autor, artes somadas ao suporte oferecido pelas das novas TICs, que poderá suprir muitas das deficiências do processo de aprendizagem.

Por consequência, para a realização deste projeto, outros conhecimentos de comunicação se fizeram necessários para que tudo ocorresse de acordo com as características e necessidades das publicações. Por isso, este projeto se baseou em uma proposta de integração de conhecimento e vivência dos estudos apreendidos em sala de aula para aplicação em produtos reais.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Este Projeto de Extensão foi desenvolvido de acordo com as seguintes fases:

1) Divulgação da Marca: em ano posterior os alunos do curso técnico em Comunicação Visual desenvolveram propostas de Nome e Logotipo para o Selo Editorial. A Identidade Visual foi criada a partir de um Projeto Integrador que reuniu todas as disciplinas do quarto módulo do Curso. Os professores envolvidos neste projeto definiram a Marca que agora vai representar a Lume Editora e então solicitar ao ELITT o registro de marca junto ao INPI. Para atender a essa proposta, informações e contatos iniciais já foram feitos com o Escritório de Inovação do Campus (ELITT).

2) Compliance: paralelo a ação de registro de marca, está em processo final de desenvolvimento o *Compliance* do Selo. Trata-se de um conjunto de regras e normas de funcionamento. Ao final desta fase, haverá um grupo de documentos que vão normatizar, entre outras coisas, critérios de publicação, definição de modelos de termos como, cessão de direitos autorais e, resolver dúvidas sobre a solicitação de ISBN para registro das publicações.

3) Publicação: dando sequência às ações executadas no projeto anterior, foram realizados trabalhos de Projeto Gráfico Visual, Projeto Gráfico Editorial e Identidade Visual Corporativa, atendendo as demandas internas do Campus e externas solicitadas. Foi posto em prática, em conjunto, a divulgação da marca Lume Editora, pertencente ao campus Passos. A medida foi importante como estratégia experimental ao bolsista para solucionar dúvidas, identificar falhas e dificuldades que apareceram durante o processo de produção das obras. A intenção foi a publicação, através da Editora, dos materiais de divulgação e informes extensionistas produzidos pela Pró-Reitoria de Extensão; livros eletrônicos acadêmicos e produção dos professores do eixo Produção Cultural e Design. Futuramente será definido com o NIPE a produção de um compêndio dos Projetos de Pesquisa e

Extensão locais. Deverá ser realizada também publicação em Áudio, pondo em prática o uso de tais equipamentos, atualizando a infraestrutura de nosso Laboratório de Rádio e TV do Campus, para as futuras produções do gênero com maior suporte e qualidade de produção.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com o desenvolvimento deste projeto, o conseguimos perceber a importância da análise e estudo técnico de Editoriais ao realizar a diagramação das publicações. Percebemos que a pesquisa detalhada, de acordo com o segmento do público-alvo, foi fundamental para delinear os Projetos Gráficos Editoriais. O bolsista aprendeu a trabalhar com cronograma e *deadlines*, discutir opiniões, tomar decisões, debater ideias e técnicas, além de ampliar seu senso crítico. Percebeu a complexidade em realizar um Projeto Gráfico Editorial, além da importância em colaborar com a publicação de informações direcionadas à inserção da Comunidade nas ações Institucionais.

De maneira geral foi desenvolvido um trabalho dentro de suas percepções, limitações e linguagens. Com o passar do tempo e na realização dos trabalhos, o bolsista evoluiu em seu modo de tratar e visualizar as possibilidades criativas e toda a responsabilidade envolvida. A produção das publicações realizadas se apresentou como satisfatória. Foi um resultado assertivo e produtivo.

5. CONCLUSÕES

O resultado final se mostrou adequado pois cumpriu a maior parte dos objetivos iniciais, desenvolvendo as capacidades intelectuais e técnicas do bolsista, além das publicações. Este projeto possibilitou vivenciar na prática alguma das atividades que o mercado de trabalho exigirá de um profissional da área de Comunicação, além de colaborar com a contribuição do Campus Passos com a realização das publicações, reforçando e valorizando então uma das premissas deste Instituto.

REFERÊNCIAS

BIAZON, Victor Vinicius; CLEMENTINO, Adriana dos Santos; SILVA, Priscila Pereira Florentino. **Comunicação Mercadológica e o Marketing de Serviços: Estudo Sobre O Espaço Gourmet - Talent** Escola De Profissões de Paranavaí/PR. Trabalho apresentado no DT 2 – Publicidade e Propaganda do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, em 2013.

QUESSADA, Dominique. **O Poder da Publicidade na Sociedade Consumida pelas Marcas: como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões.** Tradução de Joana Angélica D'Avila Melo. São Paulo: Futura, 2003.

VILLA-BOAS, A. **Design Gráfico: identidade e cultura.** Rio de Janeiro: 2AB 2002.

V. WHITE, J. **Edição e Design.** São Paulo: JSN Editora – 2AB, 2003.