

## IMPLANTAÇÃO DE UM SELO EDITORIAL NO CAMPUS PASSOS

Cleiton Hipólito ALVES<sup>1</sup>; Jean Borges MAIA<sup>2</sup>

### RESUMO

A proposta deste trabalho foi criar um Selo Editorial para o Instituto Federal do Sul de Minas - Campus Passos. O Selo é uma marca editorial responsável pela produção de livros e revistas. A intenção em desenvolver este selo foi difundir a produção da Pesquisa, Extensão e de Ensino do Campus para toda a comunidade acadêmica e também da região que integra a unidade de Passos, além de abertura à comunidade para realização de publicações e também proporcionar ao bolsista, uma experiência real de trabalho no Mercado Gráfico Editorial. Foi iniciado o *Compliance* do Selo, definido o método de produção das peças gráficas e iniciada a publicação das primeiras obras.

### Palavras-chave:

Divulgação científica; Editora; Publicação.

### 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).

A Pró-Reitoria de Extensão já vem realizando um trabalho de estímulo à produção bibliográfica na Instituição. Nos últimos dois anos foram publicados editais para seleção de trabalhos de pesquisa realizado por Servidores. No ano 2016, em decorrência da grave crise política e financeira, os recursos não foram disponibilizados. Ademais, 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 as 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 Orientador, IFSULDEMINAS – Campus Passos. E-mail: cleiton.alves@ifsulde Minas.edu.br.

2 Bolsista, PIBIEx IFSULDEMINAS – Campus Passos. E-mail: jeanmaiaa@gmail.com.

No ano 2016, na forma de um Projeto de Extensão sem fomento, foram desenvolvidos Marca, Logotipo e Identidade Visual para o Selo. Neste Projeto de Extensão, o objetivo foi construir as regras de funcionamento e produção, bem como iniciar as primeiras publicações e realizações de trabalhos diversos envolvendo Projeto Gráfico Visual. 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). O Campus Passos teve suporte para tais concepções.

Para o aluno bolsista, este projeto 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 e finalização de arquivo para Impressão *offset*.

A intenção deste projeto foi implantar um Selo Editorial para o Instituto Federal do Sul de Minas, Campus Passos, oferecendo às comunidades a possibilidade de realização tanto de Projetos Editoriais quanto também Projetos Visuais Gráficos, ampliando a disseminação do conhecimento produzido dentro da unidade e contribuindo também futuramente para publicações de materiais editoriais, solicitados conforme demanda da Comunidade, Instituições Públicas e/ou Privadas.

## 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 e também satisfazê-los em meio a mudanças e novos discursos que vão emergindo na sociedade de modo geral.

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 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) Registro de Marca:** em 2016, os alunos do Curso Técnico Subsequente em Comunicação Visual desenvolveram sete propostas de Selo Editorial. A Identidade Visual foi criada a partir de um Projeto Integrador que reuniu todas as disciplinas do quarto módulo do Curso. Nesta fase, os professores envolvidos neste projeto elegeram a Marca que vai representar hoje o Selo e solicitou 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.

**2) Compliance:** paralelo a ação de registro de marca, está em processo 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 que existam como a responsabilidade pela solicitação do ISBN para registro das publicações.

**3) Publicação:** mesmo sem o registro inicial da marca, o bolsista do Selo Editorial realizou a diagramação e distribuição *online* de suas primeiras obras e trabalhos de Projeto Gráfico Visual, atendendo demandas internas e externas. Inicialmente, a marca utilizada foi o IFSULDEMINAS. Medida esta importante como estratégia experimental para solução de dúvidas, identificação de falhas e dificuldades que poderiam aparecer durante o processo de produção de obras. A intenção inicial foi a publicação pelo Selo dos seguintes materiais: Boletim PIBID e Concurso de Monografias, produzido pela Pró-Reitoria de Extensão; Revista de Extensão, que já é produzida

pelos professores de Comunicação do Campus Passos; dois livros eletrônicos acadêmicos, um deles de professores do eixo Produção Cultural e Design e outro a ser definido pelo NIPE, além de demandas internas no desenvolvimento de peças gráficas para divulgação de Eventos Educacionais.

#### 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 apresentaram 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 Paranaíba/PR.** Trabalho apresentado no DT 2 – Publicidade e Propaganda do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 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.