



Centro Universitário de Brasília Centro Universitário de Brasília - UniCEUB

Faculdade FATECS

**OLIVIA ZANDONAI IGNACIO
YASMIN MÔNIK MARQUES FERNANDES**

AIR PLAN MAGAZINE

DIAGRAMAÇÃO PARA UMA REVISTA DE TURISMO

**Brasília
2016**

OLIVIA ZANDONAI IGNACIO

YASMIN MÔNİK MARQUES FERNANDES

AIR PLAN MAGAZINE

Diagramação para uma revista de Turismo

Trabalho acadêmico apresentado no Centro Universitário de Brasília (UniCeub), desenvolvido como pré-requisito para obtenção do Certificado de Conclusão de Curso de graduação na área de Design Gráfico.

Professora orientadora: Aline Parada

**Brasília
2016**

OLIVIA ZANDONAI IGNACIO

YASMIN MÔNIK MARQUES FERNANDES

AIR PLAN MAGAZINE

Diagramação para uma revista de Turismo

Trabalho acadêmico apresentado no Centro Universitário de Brasília (UniCeub), desenvolvido como pré-requisito para obtenção do Certificado de Conclusão de Curso de graduação na área de Design Gráfico. Orientadora: Aline Parada.

Brasília, 21 de Junho de 2016.

Banca Examinadora

Prof. Aline Parada, M.Sc.
ORIENTADORA

Prof. Bruno Nalon, M.Sc.
AVALIADOR

Prof. Cláudia Busato, Esp.
AVALIADOR

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaríamos de agradecer a Deus por dar-nos forças todos os dias! Graças a Ele, estamos hoje aqui, concretizando mais um passo importante em nossas vidas.

Gostaríamos de agradecer a professora Aline, que nos orientou com paciência e bom humor, sempre escutando nossas ideias e guiando-nos pelo caminho correto. Obrigada professora Aline!

Agradecemos a todos os professores que nos acompanharam nesse caminho, durante nossa formação. O tcc só pôde ser finalizado graças ao bom desempenho para conosco.

Agradecemos também aos nossos familiares e amigos que confiaram na gente e sempre apoiaram-nos com palavras de fé e motivação!

Muito obrigada a todos!

RESUMO

Após longas jornadas de estudos e/ou trabalho, a melhor opção para desfrutar das férias é fazendo uma viagem, seja nacional ou internacional. A população brasileira ama relaxar e festejar e nada melhor do que uma pequena revista para atizar o desejo cultural. Seja uma viagem de carro, ônibus ou avião, pode-se dizer que cada um desses meios possui o seu próprio encanto. Mas o mais importante a ser discutido aqui não é o meio, e sim a experiência sensorial, as emoções despertadas de acordo com cada local e situação. Com a revista Air Plan, o objetivo principal é trabalhar com a experiência sensorial e tentar alcançar o público da melhor maneira possível causando neles uma sensação de bem estar, relaxamento, curiosidade e interesse através das páginas. Para análise da construção da revista, será feito o uso de definições essenciais de design, logomarca, logotipo, cores, tipografia e diagramação. Fez-se, também, o uso da metodologia de Don Koberg e Jim Bagnall, metodologia esta citada no trabalho de Mestrado, da Janaina Fuentes Panizza, “Metodologia e Processo Criativo de Comunicação Visual”, na qual visa o embasamento teórico, pesquisa documental e bibliográfica e periódicos.

Palavras-chave: Design. Diagramação. Revista.

ABSTRACT

After long hours of work and/or study, the better option to enjoy vacations is making a trip, be to a national or international place. The Brazilian people loves to relax and to party, and nothing better than a little magazine to incite the cultural desire. Be a travel of car, bus or airplane, can say that each one of those ways have the own charm. But the most thing to be discussed here it's not the way and yes the sensory experience, the emotions aroused according with each local and situation. With the Air Plan Magazine, the main goals is work with the sensory experience and try to reach the public in the best possible way, causing in them a sensation of welfare, comfort, curiosity, relaxation and interest through the pages. To analysis of magazine's building, will be done the use of essential definitions as design, logo, colors, typography and diagramming. It was also made, the use of methodology from Don Koberg and Jim Bagnall, methodology cited in the master work of Janaina Fuentes Panizza, "Metodologia e Processo Criativo da Comunicação Visual", in which works the theoretical basis, documentary search and documentary bibliographic, and periodicals.

Keywords: Design. Diagramming. Magazine.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização do Assunto	9
1.2 Justificativas	9
1.3 Formulação do problema	10
1.4 Objetivo Geral	10
1.5 Objetivo Específico	10
1.6 Metodologia	10
1.6.1 <i>Aceitação do Problema</i>	11
1.6.2 <i>Análise</i>	11
1.6.3 <i>Definição</i>	11
1.6.4 <i>Ideação</i>	11
1.6.5 <i>Seleção</i>	11
1.6.6 <i>Implementação</i>	12
1.6.7 <i>Avaliação</i>	12
1.6.8 <i>Processo Linear</i>	12
1.6.9 <i>Processo Circular</i>	12
1.6.10 <i>Aproximação por Retorno</i>	12
1.6.11 <i>Caminhos Separados</i>	12
1.6.12 <i>Caminho Natural</i>	12
1.7 Estrutura da Monografia	13

2 EMBASAMENTO TEÓRICO

2.1 Design	15
2.2 Diagramação	16
2.3 Grid	17
2.4 Tipografia	21
2.4.1 Definição de Tipografia	21
2.4.2 <i>O Nascimento da escrita- A Pictografia</i>	22
2.4.3 <i>A escrita Cuneiforme</i>	24
2.3.4 <i>A escrita Ideográfica</i>	25
2.3.5 <i>O alfabeto Romano</i>	26
2.4.6 <i>O processo da Tipografia</i>	28
2.4.7 <i>As Classes Tipográficas</i>	30
2.4.7.1 <i>Fonte Manuscrita</i>	30
2.4.7.2 <i>Fonte Fantasia</i>	30
2.4.7.3 <i>Fonte Serifada</i>	31

2.4.7.3.1 <i>Elzevir</i>	31
2.4.7.3.2 <i>Didot</i>	31
2.4.7.3.3 <i>Egipciana</i>	32
2.4.7.3.4 <i>Fonte bastonada</i>	32
2.5 Logo, logotipo e Símbolo	33
2.6 Cores	34
2.6.1 Como se apresentam as cores na atualidade tecnológica	37
2.6.1.1 <i>CMYK</i>	37
2.6.1.2 <i>RGB</i>	37
2.6.1.3 <i>PANTONE</i>	38
3 PROPOSTAS PARA A REVISTA	39
3.1 Aceitação do Problema	40
3.1.1 <i>Definição do segmento da revista</i>	40
3.1.2 <i>A definição do tamanho da revista e o grid</i>	41
3.1.3 <i>Nome da revista</i>	41
3.1.4 <i>Anúncios Informativos</i>	42
3.1.5 <i>Matérias Jornalísticas</i>	42
3.1.6 <i>Imagens</i>	42
3.1.7 <i>Veiculação Física</i>	42
3.1.8 <i>Do computador para a Gráfica</i>	43
3.2 Análise	43
3.3 Definição	43
3.3.1 <i>Propriedades</i>	45
3.3.2 <i>Tamanho da Revista</i>	45
3.3.3 <i>Diagramação</i>	47
3.3.4 <i>Logotipo</i>	49
3.3.5 <i>Fontes</i>	50
3.3.6 <i>Anúncios e Imagens</i>	53
3.4 Ideação	53
3.5 Seleção	54
3.6 Implementação	54
3.7 Avaliação	54
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS	57
APÊNDICE A	60
APÊNDICE B	63

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização do Assunto

Reformulação do trabalho acadêmico, desenvolvido em sala de aula, em formato de revista chamado “AIR PLAN”, voltado para a diagramação.

1.2 Justificativas

Uma vez que proposto um trabalho acadêmico que fosse desenvolvido em sala de aula, voltado para a diagramação, nasceu dessa forma a vontade de criar uma revista informativa voltada para o Turismo.

O potencial turístico para o Brasil é enorme, porém, o país ainda não é uma potência turística devido à pouca atenção que demanda para este assunto.

De acordo com o site “Revista Turismo” (A Importância do Marketing de Serviços no Turismo - Ago/03), em uma pesquisa feita entre os anos de 1995 à 2000, o Brasil saiu do 43º (quadrigésimo terceiro) lugar e passou a ocupar o 29º (vigésimo nono) lugar na lista de países que geram fluxos para atividades turísticas. Apesar do grande avanço, o Brasil, ainda assim, representa apenas 1% do turismo no mundo inteiro.

Felizmente, esta realidade vem mudando pouco a pouco graças ao avanço da tecnologia e quão rápido as informações chegam por através delas, sejam redes sociais, blogs, sites corporativos, troca de mensagens interpessoais ou grupais, revistas, jornais, etc.

A importância da revista turística vem como mais um meio para promover o assunto, que é de suma importância já que o turismo movimentando grandes mercados de emprego, mercado cultural, político e etc.

1.3 Formulação do problema

A revista “AIR PLAN”, desenvolvida no semestre passado em Design Editorial precisa de uma reformulação em seu design e diagramação.

1.4 Objetivo Geral

O objetivo deste projeto é a elaboração de um novo projeto gráfico para a revista, que seja diversificada e inovadora.

1.5 Objetivo Específico

- Pesquisar em livros e documentos que embasem o desenvolvimento teórico do trabalho;
- Fazer o planejamento gráfico para a revista “AIR PLAN”, seguindo os princípios básicos de estrutura (Capa, índice, editorial e conteúdo);
- Criar um novo logotipo para a própria;
- Abordar como tema da revista, o turismo do Brasil;
- Divulgar as festividades e pontos turísticos do país.

1.6 Metodologia

Para desenvolvimento deste trabalho, utilizou-se a metodologia de Don Koberg e Jim Bagnall, metodologia esta apresentada no trabalho de Mestrado de Janaina Fuentes Panizza (Metodologia e Processo Criativo de Comunicação Visual, 2004, p. 119).

Panizza cita que a importância de desenvolver-se um trabalho baseado em uma metodologia dá-se por: “A metodologia voltou a ter importância na concepção e desenvolvimento de projetos e, quando bem utilizada, em vez de obstáculos passa a ser uma poderosa ferramenta de criação”. (2004, p. 75)

Segundo a metodologia desenvolvida por Don Koberg e Jim Bagnall, de acordo como citado no livro de Panizza, após estudos, os autores chegaram a conclusão de que todo projeto baseia-se em duas operações básicas: Análise e Síntese.

Em visão de métodos como solução criativa, a metodologia é composta por sete fases:

1.6.1 *Aceitação do Problema:*

Aceitar e direcionar quanto tempo será demandado para a resolução de problemas;

1.6.2 *Análise:*

Armazenar informações gerais e específicas, suficientes a fim de gerar um apanhado de fatos e sentimentos pertinentes, envolvidos e que auxiliarão em uma visualização mais completa do problema em questão;

1.6.3 *Definição:*

Identificar as causas, sejam elas primárias, do problema, transformando condições negativas em oportunidades e objetivos de melhora;

1.6.4 *Ideação:*

Estudo das diversas possibilidades de direcionamento do projeto;

1.6.5 *Seleção:*

Escolher o melhor caminho a seguir, as melhores opções e um plano de ação;

1.6.6 *Implementação:*

Colocar o plano em prática, transformando o discurso em realidade;

1.6.7 *Avaliação:*

Revisar o processo comparando objetivos traçados e alcançados e fazer planos para futuras intervenções.

Don Koberg e Jim Bagnall ainda complementam a metodologia com cinco opções de soluções e/ou meios criativos, na qual consistem em:

1.6.8 *Processo Linear:*

Segue-se passo a passo, em uma sequência lógica e cautelosa. Este tipo de abordagem é aconselhado para problemas extensos, complexos e que exigem trabalho em grupo;

1.6.9 *Processo Circular:*

Inicia-se o processo por qualquer um dos setes estágios e avança aos poucos aos outros, em círculos. É ideal para processos prolongados;

1.6.10 *Aproximação por Retorno:*

Avançar e retroceder, reconsiderando descobertas anteriores. Indicado quando é imperativo ter cautela;

1.6.11 *Caminhos Separados:*

Para situações específicas onde é necessário ter o controle dos estágios em separado;

1.6.12 *Caminho Natural:*

Todos os estágios ocorrem em paralelo, mas a ênfase é dada a um ou dois de cada vez, causando modificações em todos os conjuntos.

1.7 Estruturas da Monografia

Segue abaixo, uma tabela de como foi dividido e explanado o conteúdo para melhor compreensão do trabalho.

1	Introdução
2	Embasamento Teórico
3	Propostas para a Revista - Desenvolvimento e Comparações
4	Considerações Finais
5	Bibliografia

No primeiro capítulo, são discutidos a contextualização e a importância do projeto, os objetivos gerais e específicos, a formulação do problema e é, também, explanado a metodologia utilizada.

No capítulo a seguir, apresentam-se as bases teóricas onde serão esclarecidos os conceitos de design, diagramação, tipografia e classes tipográficas,

logo, logotipo, símbolo e cores, afim de contextualizar melhor os recursos utilizados para a composição da revista.

O terceiro capítulo será utilizado inteiramente para expor passo-a-passo a construção da revista, na qual serão vistos todos os processos e meios utilizados em sua composição com o auxílio da metodologia proposta e, evidentemente, fará-se o uso de comparações entre a nova revista desenvolvida com a antiga revista (também desenvolvida em sala de aula), afim de compreender se a nova proposta corresponde com as expectativas iniciais.

Por fim, os últimos capítulos serão voltados para as considerações finais e bibliografia.

2 EMBASAMENTO TEÓRICO

2.1 Design

Transmitir o significado da palavra design é uma tarefa difícil, pois muitos estudiosos e também os profissionais buscam constantemente definir e conceituar tal palavra.

Primeiramente deve-se destacar a origem da palavra design, descrita por Dorival C.Rossi,

No Brasil o termo deriva da palavra inglesa que é usada como um substantivo: design (planificação, propósito, objetivo, intenção) e como verbo to design (projetar, simular, esquematizar, planificar). A Origem esta relacionada á produção de um signo derivado do latim segno. (2008, p.117)

Para Raquel Nicolau,

O design é utilizado para informar, identificar, sinalizar, estimular, persuadir, conscientizar. Os meios para esses objetivos são variados e torna-se cada vez mais difícil delimitá-los diante da infinidade de substratos de atuação, os quais têm se tornado cada vez mais complexo e interdisciplinares. (2013, p.11)

Por meio do design, as ideias são transmitidas para seu público dentro de uma linguagem visual, onde utiliza-se de formas, cores, símbolos e materiais que representem a mensagem de maneira clara e coerente, assim possibilita que a mensagem produza a resposta desejada no público específico.

E com base nas seguintes definições, pode-se dizer que o design gráfico é uma ferramenta essencial de comunicação.

2.2 Diagramação

A diagramação é a arte ou técnica de distribuir os elementos gráficos no espaço delimitado de uma página impressa ou veiculada em meios eletrônicos ou digitais.

O termo diagramação é resultante da palavra “diagrama”, do latim “diagramma”, que significa desenho geométrico usado para demonstrar algum problema, resolver alguma questão ou representar graficamente a lei de variação de um fenômeno.

Para Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa, Dicionário de Comunicação,

Diagramar é fazer o projeto da distribuição gráfica das matérias a serem impressas (textos, títulos, fotos, ilustrações etc.) de acordo com determinados critérios jornalísticos e visuais. Distribuir técnica e esteticamente, em um desenho prévio, as matérias destinadas a impressão. (1978, p. 155)

A diagramação também é responsável por oferecer efeitos de grande valor visual e estético no material a ser aplicado. Uma vez proposta em um projeto, a configuração gráfica usada, servirá de modelo para sua produção em série.

Um ponto importante a ser citado, é o equilíbrio simétrico, assimétrico e o próprio desequilíbrio, que são os elementos para o sucesso de um design.

Para Allen Hurlburt (2002) citado por Rafael Silva (1985, p. 44) as duas formas se compõem da seguinte maneira: "No estilo simétrico, é fácil entender o equilíbrio formal de um layout com o centro da página servindo de fulcro e a área dividida uniformemente dos dois lados, é relativamente simples criar". E para o estilo assimétrico ele faz a seguinte distinção: "As múltiplas opções e tensões provocadas pela inexistência de um centro definido vão requerer do artista, que está desenhando a página, considerável habilidade no manuseio dos elementos básicos da página a ser impressa."

Já, Rafael Silva defini simetria e assimetria como sendo:

1. Simétrico – disposição simétrica dos títulos, textos, ilustrações e outros elementos gráficos de forma homogênea utilizando coordenadas verticais ou coordenadas horizontais nos arranjos gráficos.
2. Assimétrico – utilização de coordenadas mistas (horizontais e verticais simultaneamente), provocando grande valorização estética, com a utilização do espaço em branco de forma adequada. (1985, p.51)



Reprodução de uma página web com uma imagem centralizada e blocos de texto simétricos em ambos os lados, demonstrando uma composição simétrica.

Exemplo de composição simétrica. Reprodução: Internet



Exemplo de composição assimétrica. Reprodução: Internet

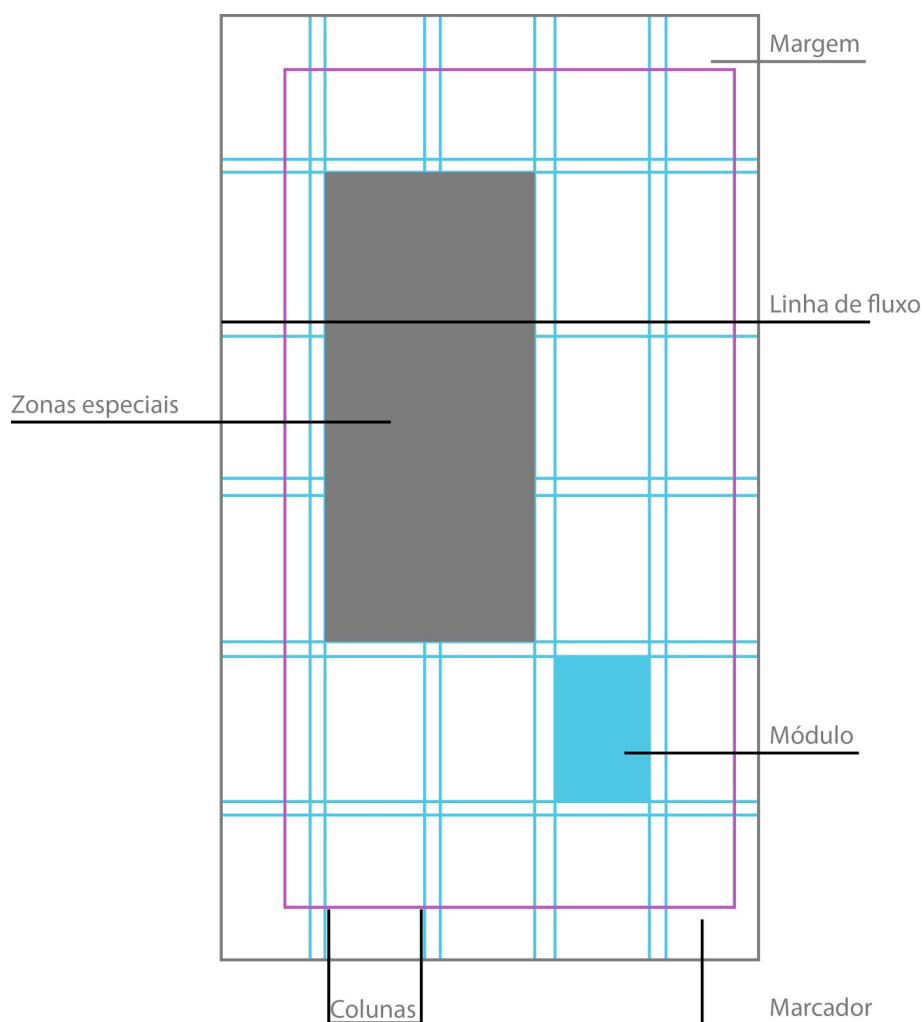
2.3 Grid

Outro elemento fundamental para o design é o grid. Ele é utilizado como uma ferramenta para organização e arranjo dos elementos visuais.

Segundo Timothy,

“ O grid tipográfico é um princípio organizador no design gráfico cuja influência está arraigada na prática diária, mas ao mesmo tempo é combatido no ensino do design; é amado e odiado pelos pressupostos absolutos intrínsecos á sua concepção.” (2007, p.9)

Então, como funcionam os grids? Quando são adequados? E por que usá-los? Os componentes mais importantes do grid são:



Fonte: Autoria própria

Margens: espaços negativos localizados entre a borda da página e a área do conteúdo. Como exercem grande influência sobre o conceito trabalhado no projeto, seu tamanho deve ser bem avaliado.

Linhas de fluxo: alinhamentos horizontais no espaço. São linhas invisíveis, são usadas para guiar o sentido de leitura pela página.

Zonas especiais: grupos de módulos que formam campos distintos. Esses campos servem para informações específicas do projeto (imagens, publicidade, etc).

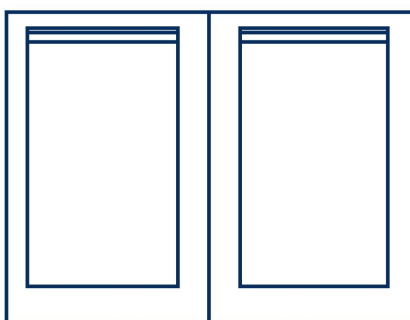
Módulos: cada pequena unidade que compõe o grid. São espaçados uniformemente e permitem inúmeras possibilidades de composição.

Marcador: elementos que auxiliam na navegação pelo documento, como número de página, título de seção, etc.

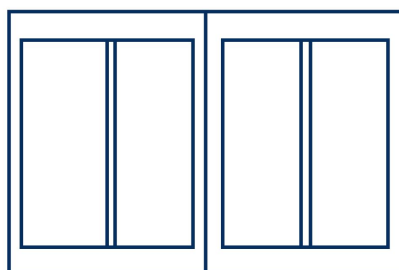
Coluna: áreas verticais que contém texto ou imagens. As colunas podem ter o mesmo tamanho ou tamanhos variados, dependendo da informação que está sendo trabalhada e dos elementos gráficos a se dispor no layout.

Os tipos mais comuns de grid:

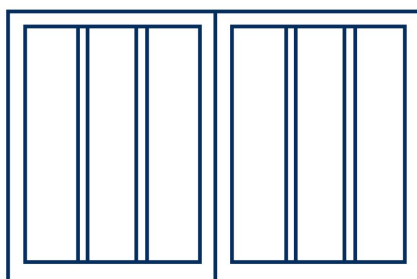
Grid de uma coluna: geralmente usado em textos corridos, como relatórios e livros. Tornando o foco desse tipo de grid no texto.



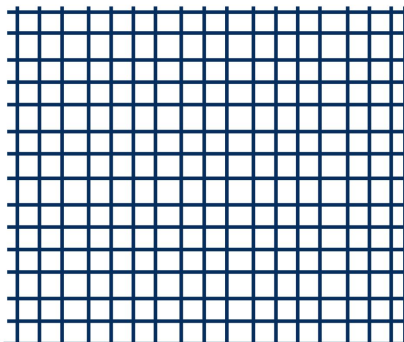
Grid de duas colunas: pode ser utilizado quando há grande volume de texto e necessidade de apresentar conteúdos diferentes. As colunas podem ser iguais ou diferentes, dependendo do contexto.



Grid de múltiplas colunas: são aplicados em revistas e jornais, permitem uma flexibilidade muito maior que os anteriores. Combina colunas de larguras iguais ou diferentes (geralmente larguras diferentes).



Grids modulares: permitem um controle mais refinado em trabalhos com grande número de informações, como jornais, calendários, etc. São compostos por uma combinação de colunas, que organizam o conteúdo em porções pequenas de espaço.



Ilustrações de autoria própria

2.4 Tipografia

A fonte é um elemento indispensável para o designer.

Quando utilizado de maneira correta, a fonte torna-se mais um item útil, comunicável e estético dentro de um projeto, seja um livro, um panfleto, uma revista, uma campanha publicitária, ou entre outros materiais. Porém quando não utilizado corretamente, tal elemento pode comprometer todo o projeto, por isso, deve ser avaliado e escolhido pelos designers.

Assim como sustenta Allen Hurlburt, em seu livro *Layout: O design da página* impressa, “O designer deve estar preparado não apenas para ler as palavras que vão fazer parte do seu layout, mas também para entendê-las”. (2006, p. 98)

Mas afinal de contas, o que é tipografia? Qual a diferença entre a primeira e a tipologia? E por que ela é tão importante? Quando ela surgiu? Como ela se apresenta atualmente?

2.4.1 Definição de Tipografia

Primeiramente, é preciso analisar o conceito de tipografia.

Tal palavra¹ é de origem grega que corresponde a: “Typos” e “Graphein”, que juntas significam “escrita”.

De acordo com o dicionário online Houaiss da língua portuguesa, a tipografia trata-se do “conjunto de procedimentos artísticos e técnicos que abrangem as diversas etapas da produção gráfica, espelhados no sistema de impressão direta com o uso de matriz em relevo; imprensa”.

¹ Referência citada que pode ser encontrada no site Printi. Disponível em:

<<http://www.printi.com.br/blog/conceitos-e-aplicacoes-das-tipografias>>. Acesso em: 13 jun. 2016

Os termos tipografia, fonte e tipologia têm definições semelhantes, e pode assim, gerar confusão fazendo com que haja uma generalização de termos, classificando tais termos como, somente, a conhecida **Tipografia**. Isso é comum, porém, é necessário que haja o estudo do assunto para desmitificar alguns fatos taxados como “padrões”.

Diferente da tipografia, a tipologia é a ciência que se concentra no estudo das fontes. Ou seja, a tipologia diz respeito ao tipo ou formato das letras que compõem um texto. Ex.: Fonte Arial, tamanho 12; Fonte Verdana, tamanho 10; e etc. No dicionário *Michaelis, Dicionário Prático da língua portuguesa*, que pode ser encontrado online, a tipologia contém a seguinte definição: “Tipologia, 4. Conjunto de caracteres tipográficos usados em um projeto gráfico”.

Portanto, a diferença entre tipologia e tipografia dá-se por, sendo a primeira, o estudo das fontes, qual o tamanho ou formato da letra, do alfabeto, qual fonte e etc;

Já a tipografia é a concentração do trabalho em confeccionar peças de aço ou matiz para a confecção do alfabeto inteiro ou de algumas letras, de acordo com as definições de tamanho e fonte.

“Mas quando a tipografia e as fontes surgiram?” - Para isso, é necessário que se faça um breve estudo da história da escrita para entender mais este processo artesanal ligado à linguagem verbal.

2.4.2 O Nascimento da escrita- A Pictografia

No início dos tempos remotos, o ser humano tinha a necessidade de comunicar-se com os demais. Na medida em que os povos aumentavam, era necessário o registro de determinados fatos/ ações que eram considerados importantes. Porém, não havia nenhum tipo de sistema que facilitasse esta comunicação, gerando assim o desejo e a necessidade de criar algo que pudesse comunicar de forma eficiente.

Dessa forma, nasceu o sistema de escrita chamada **Pictografia**², um sistema complexo que consistia em desenhos simplórios mas que possuíam grandes significados.

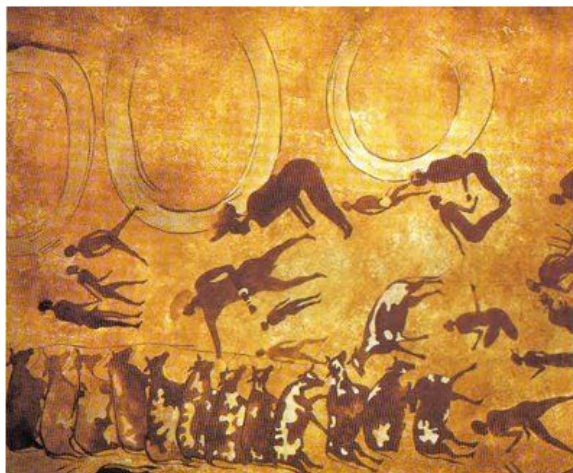


Escrita Pictográfica/ Imagem, veiculação: internet

Apesar do sistema mostrar-se bastante eficiente para a época, tal “alfabeto” é, na realidade, complexo e complicado. De acordo com as estimativas, há em torno de duas mil peças pictográficas existentes descobertas.

Diferente da escrita, o alfabeto pictográfico não representava uma linguagem verbal e sim a ideia dos objetos, figuras e ideias, independentemente da lógica temporal do discurso. De acordo com a pesquisa feita por Daniela Maduro, *Escrita pictográfica: um texto feito de imagens* (2006), disponibilizada na internet, “Os pictogramas não tinham uma relação motivada com a linguagem fonética. Eles eram esboços da realidade, permitindo reconhecer o que está representado”.

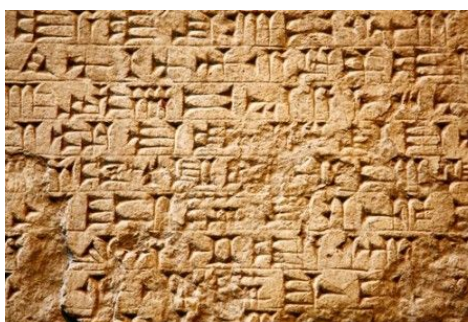
² Referência/ citação retirada das aulas acadêmicas e dos slides do Professor André Ramos.



Criação de Gado no Período Pré-histórico/
Imagem, veiculação: Internet

2.4.3 A escrita Cuneiforme

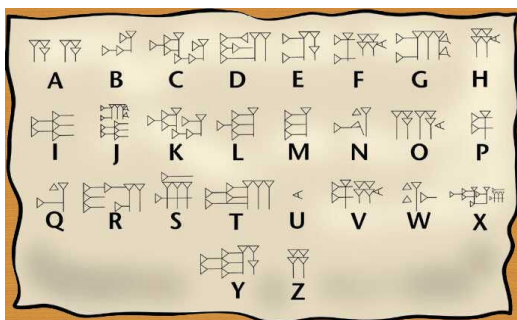
Palavra de origem latina (*cuneus* – *cunha*)³, a escrita cuneiforme é considerada o sistema de escrita mais antigo já visto. Criada pelos sumérios, na antiga Mesopotâmia nos anos de três mil e quinhentos anos, antes de Cristo, no mesmo período em que apareceram os hieróglifos egípcios, a escrita cuneiforme é caracterizada por sinais em forma de cunha (forma triangular), na qual estas eram escritas em tabuletas de argilas e poderiam ser reaproveitadas depois.



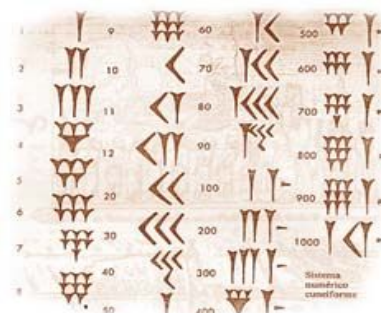
Escrita cuneiforme, de origem Suméria, encontrada no Iraque.
Foto: Fedor Selivanov / Shutterstock.com

³ Referência encontrada no site Sistemas de Escrita. Disponível em <<http://www.tipografos.net/escrita/sumerio.html>>

A pictografia era um sistema muito complicado, portanto, o “alfabeto” cuneiforme surgiu de forma mais abstrata e simples, e este era composto de letras e números, porém ainda era um alfabeto complicado e não estava disponível a todos, sendo utilizado então, exclusivamente, pelos escribas.



Alfabeto Cuneiforme, imagem gráfica explicativa/
Reprodução: Internet



Números da escrita Cuneiforme/
Reprodução: Internet

François Hartog cita em seu livro *Tempo, história e a escrita da História: a ordem do tempo*, que na:

“[...] Mesopotâmia antiga [...] Para organizar seu conhecimento, compuseram listas, listas de tudo, dentre outras coisas, oráculos, e usaram, notadamente, oposições binárias como um princípio de classificação”.(2003, p. 7)

2.3.4 A escrita Ideográfica

Considerada como a evolução da escrita cuneiforme, a escrita ideográfica⁴ possui uma certa semelhança com a pictografia, já que este novo alfabeto utilizava imagens para representar uma ideia.

A diferença entre a escrita pictográfica e a ideográfica é que na pictografia as imagens representam e contam uma ação, um fato ou um ideal, como exemplo: as imagens nas paredes das cavernas que registravam os animais sendo caçados.

Na ideografia, as imagens formam palavras que juntas descrevem os fatos ocorridos, não apenas isso, as palavras ideográficas passaram a ser escritas

⁴ Referência obtida em sala de aula através do material apresentado pelo professor André Ramos e complementada com demais fontes.

iguais ao fonemas, ou seja, uma palavra era escrita da mesma forma que era dita, ouvida.

Como exemplos de escrita ideográfica, pode-se citar os hieroglíficos egípcios, as escritas sumérias, minóica e a chinesa, que desta originou-se o alfabeto de kanjis japoneses.

Do Século 17 antes de Cristo						
Do século 11 antes de Cristo						
Do século 4 antes de Cristo						
Do século 2 antes de Cristo						
Do século 2 depois de Cristo						

Evolução da Escrita Ideografica Chinesa/ Reprodução: Internet

Na ideografia chinesa, no período de 1766-1122 anos antes de Cristo, havia por volta de dois mil e quinhentos ideogramas, mas atualmente, há estimativas de que haja mais de cinquenta mil ideogramas.

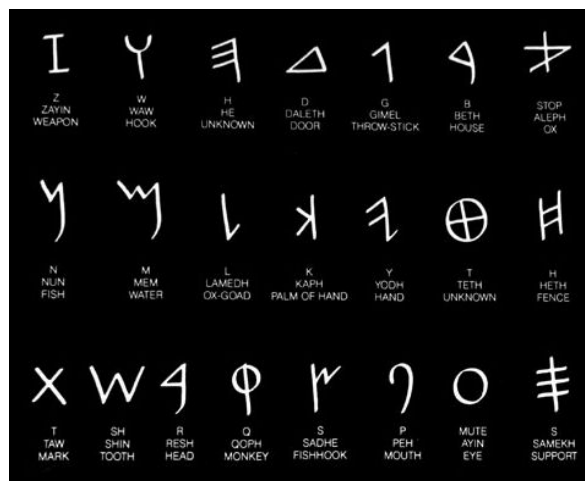
2.3.5 O alfabeto Romano

Evidentemente, a escrita sofreu muitas alterações, pois passou por vários povos e civilizações, foi alterada e reformulada de diversas vezes, até por fim, chegar na civilização romana, onde nasceu o alfabeto romano que é utilizado até os dias atuais e possui grande importância e influência para a sociedade.

O nascimento do alfabeto romano, também conhecido como alfabeto latino, teve grande influência desde as antigas escritas.

No Egito haviam os hieroglifos e glifos foneticos, tais glifos foram aperfeiçoados e poderiam ser utilizados como um alfabeto, mas os egípcios não contemplavam a escrita fonética e sim, a escrita hieroglífica, que poderia ser usada para representar a mágica e divindade dos grandes feitos por aquele povo e pelos deuses.

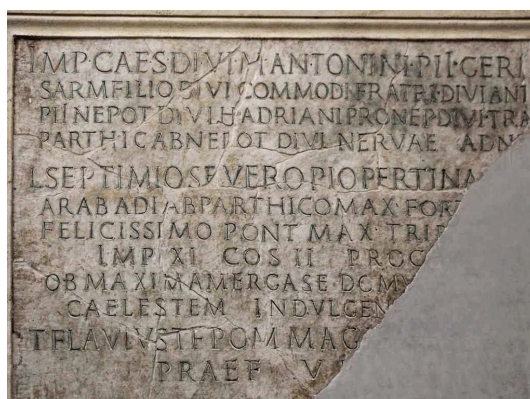
Dessa forma, os glifos foram deixados à parte, até que os Fenícios obtiveram tal alfabeto e reconheceram a importância do alfabeto fonético sobre as imagens, assim o desenvolveram, tornando-o sua escrita mais importante.



Alfabeto Fenício/ Reprodução: Internet

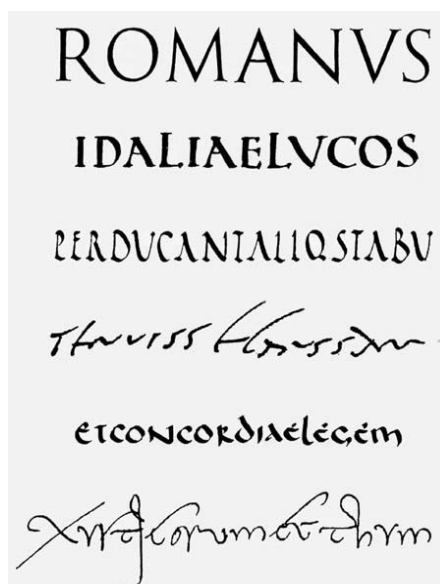
Tal escrita ainda chegou até os povos gregos e etruscos, onde tornaram-o mais simples e abstrato. E por fim, o império romano, em expansão territorial, após conquista da Grécia, tomou posse do alfabeto latino/ grego e o reformulou novamente, tornando o alfabeto mais importante da sociedade usados pelos povos ocidentais até os dias de hoje.

Assim como citado por Silvia Nunes, em seu fichamento (2009, p. 1), citação referente à Cagliari (2009), “A escrita veio pela ideia de usar sinais gráficos para representar palavras e não apenas objetos materiais do mundo”.



Alfabeto Romano/ Reprodução: Internet

Com o alfabeto romano, a escrita ganhou novas formas e estilos. Por exemplo: a escrita cursiva, a capitalis quadrata e a escrita rústica⁵.



Fontes Romanas/ Reprodução: Internet

Graças ao alfabeto romano/latino, nasceu assim as fontes derivadas das escritas dos povos antigos, a diversificação do tamanho das letras, a tipografia e até mesmo as novas fontes utilizadas em computadores

2.4.6 O processo da Tipografia

Acredita-se a criação da tipografia para Johannes Gutenberg, mas na verdade, este processo já existe há muitos séculos. O processo de tipografia foi criado no século XI, na China, na qual eram usados peças de madeiras para impressão. Porém, estas peças se desgastavam rapidamente, fazendo com que o material fosse pouco aproveitado.

A tipografia, então, ganhou forças e importância graças à Johannes Gutenberg, que em 1455, desenvolveu peças de metal e chumbo e para tornar a

⁵ Referência citada encontrada no site Sistemas de Escrita. Disponível em <<http://tipografos.net/escrita/letra-dos-romanos-1.html>>

impressão possível, a tinta a óleo foi a peça chave fundamental para a concretização e realização deste processo.



Caixas de fontes de tamanhos diferentes/ Reprodução: Internet

Durante todo período da impressão tipográfica, este meio acabou passando por muitas alterações⁶ na qual:

1. “De 1450 à 1550, a tipografia tornou-se uma invenção importante e moderna que mudaria a forma de como os materiais eram impressos. Período considerado como século criativo;
2. De 1550 à 1800, houve o refinamento do processo de impressão e acabamento;
3. De 1800 em diante, período caracterizante do início da Revolução Industrial, após mudanças nos métodos de produção e distribuição, e com o avanço tecnológico, a tipografia que já era um recurso caro, acabou caindo em desuso e foi substituído por novas formas de impressões.”

Atualmente, a tipografia tornou-se um trabalho artesanal artístico feito por pessoas que o tem como hobby ou paixão. Ainda assim, é um trabalho caro e requer muita paciência.

⁶ Referência citada encontrada no site Jornal do Bibliófilo. Disponível em <http://jornalivros.com.br/2009/08/o-nascimento-da-imprensa/>

2.4.7 As Classes Tipográficas

Classes tipográficas, também conhecidas como fontes, foram adaptadas juntas com o avanço das tecnologias, e com a criação do computador, era necessário um meio que pudesse transportar as classes tipográficas para a tela tecnológica.

A paica, uma medida tipográfica anglo-saxã, correspondente à 4,23 mm, dividido em doze pontos tipográficos, teve seu auge em 1970, no Brasil, quando os computadores chegaram ao País e tornaram-se populares. A medida paica tornou-se um recurso importante para o desenvolvimento e adaptação das classes tipográficas para o uso de tal na internet.

As principais classes tipográficas⁷ existentes se classificam em:

2.4.7.1 Fonte Manuscrita

É caracterizada por um estilo mais solto, manual e cursiva.

Exemplo de fonte: Pinyon script

Exemplo de fonte manuscrita

Exemplo de fonte manuscrita

2.4.7.2 Fonte Fantasia

É caracterizada por uma fonte que seja mais fantasiosa, decorativa, com o intuito de reforçar determinado objeto dentro de uma peça publicitária e também, transmite sensações e emoções dependendo da forma como tal é utilizada.

Exemplo de Fontes: Frijole

EXEMPLO DE FONTE FANTASIA

Exemplo de Fontes: Press Start 2P

Exemplo de fonte fantasia

⁷ Referência adquirida através dos materiais de aula do professor André Ramos

2.4.7.3 Fonte Serifada

Dentro da categoria “fontes serifadas”, é necessário atenção à três principais fontes chamadas: “Elzevir”, “Didot” e “Egipciana”. Estas fontes são caracterizadas por possuírem serifas e diferença de peso entre as hastes e montantes, dependendo de cada fonte.

Observação: Hastes - Correspondente aos traços ou partes verticais das letras;

Montante - Correspondente aos traços ou partes inclinadas das letras.

2.4.7.3.1 Elzevir

Na fonte Elzevir, a serifa é triangular e possui peso mediano entre as hastes e os montantes.



8

2.4.7.3.2 Didot

Fonte caracterizada por grande diferença de peso entre hastes e montantes;

Diferente da fonte Elzevir, a serifa da fonte Didot apresenta-se de forma reta e fina.



8 Todas as imagens usadas para as fontes Elzevir, Didot e Egipciana foram retiradas dos materiais de aula do professor André Ramos para exemplificar.

2.4.7.3.3 Egipciana

Caracterizada por pouquíssima ou quase nenhuma diferença entre montantes e hastes; Possui grande peso visual e serifas “quadradas”.

A M K

2.4.7.3.4 Fonte bastonada

Fonte sem serifa e arredondada, caracterizada por traços simples e retos.

Exemplo de fonte Bastonada: fonte Helvética



Amostra do Alfabeto com Aplicação da Fonte Helvética/Reprodução: Internet

2.5 Logo, logotipo e símbolo

Muitas pessoas ficam perdidas com os significados de logo, logotipo e símbolo. Neste tópico será esclarecido cada conceito.

A origem em grego “logos” significa conceito, significado. Já “typos” significa símbolo ou figura. Para Péon (2003, p. 28), “Logotipo é a forma particular e diferenciada com a qual o nome da instituição é registrado nas aplicações.”

Então, logotipo é a representação gráfica do nome de uma empresa em que só são utilizados o símbolo e a tipografia (letras). Pode ser definido como a imagem da marca. Exemplos de logotipos são: Google, Sony, Coca-Cola, HP e vários outros.



Fonte: reprodução internet

Símbolo é, por vezes, confundido com marca. “O símbolo é um sinal gráfico que, com uso, passa a identificar um nome, idéia, produto ou serviço. Nem todas marcas têm símbolos. Qualquer desenho pode ser considerado um símbolo [...]” (STRUNK, 2007, p. 71).



Fonte: reprodução internet

2.6 Cores

Elemento de grande importância, a cor possui grande autonomia na vida das pessoas podendo, assim, influenciar desde a vida pessoal até a vida profissional, seja esta influência experimental ou sensorial.

Não só vista como um elemento estético, a cor pode assumir grande poder psicológico, um exemplo disso é a civilização egípcia, na qual acreditavam que cada cor possuía um poder específico e grandioso, tornando-se assim, a cor, um símbolo. Por exemplo: A cor dourada era tida como a cor da grandeza e poder, cor do ouro, das riquezas e à cor do Sol, na qual esta era um símbolo remetente ao deus egípcio Hórus.



Obra egípcia/ Reprodução: Internet

Existem muitos estudos a respeito do assunto como: psicologia das cores, qual cor atíça a fome, qual cor proporciona descanso, qual melhor cor a ser usada em um determinado seguimento de mercado, testes de daltonismo, entre outros diversos exemplos.

Estudos apontam que o uso de cores quentes como: amarelo, vermelho e laranja; para o mercado alimentício, ajudam a despertar a fome. O uso da cor Verde, Azul e Marrom, nas empresas, passam a ideia do sustentável e barato, seriedade, compromisso, maturidade e confiança.

Mas por que as pessoas fazem essas associações?

Justamente pelas concepções adquiridas desde o nascimento até o desenvolvimento do final da vida do ser humano. Por exemplo:

- As pessoas definem que a tranquilidade pode ser representada pela cor Azul, já que uma vez, o céu é azul e calmo;
- A energia é representada pela cor amarela, já que remete ao Sol, fonte de energia que garante o sustento da vida humana;

- A Sustentabilidade e o Natural são representados pela cor verde, remetente à natureza;
- O amor e a paixão são representados pela cor vermelha, uma vez que vermelho é uma cor forte, remetente à chama, fogo e à intensidade de como isso se propaga;
- O mistificismo e o espiritual são representados pela cor roxa, uma vez que tal cor é considerada misteriosa e de caráter de sabedoria;
- O branco remete à paz, justamente pela concepção de que no branco não há nada que causa distúrbio, bagunça ou sujeira; Porém, em determinados países o branco pode ser definido como cor de luto;
- O preto remete à opressão, à força, ao luto, uma vez que quando uma pessoa morre, em respeito a tal, todos presentes encontram-se vestidos de preto.

No trabalho de Ana Karina Miranda de Freitas, *Psicodinâmica das cores em comunicação*, há uma citação muito interessante na qual o psicólogo Bamz sustenta que é possível classificar as faixas etárias das pessoas de acordo com as cores e o que cada uma representa;

Vermelho: de 01 a 10 anos- idade da espontaneidade e da efervescência;
Laranja: de 10 a 20 anos- idade da aventura, excitação, imaginação;
Amarelo: de 20 a 30 anos- idade da arrogância, força, potência;
Verde: de 30 a 40 anos- idade da diminuição do fogo juvenil;
Azul: de 40 a 50 anos- idade da inteligência e do pensamento;
Lilás: de 50 a 60 anos- idade da lei, do juízo, do misticismo;
Roxo: além dos 60 anos- idade da benevolência, do saber, da experiência.
 (2007, p. 5)

É importante esclarecer que há muitos mitos sobre as cores, na qual são taxados como padrões, portanto é necessária atenção e estudo adequado de cada componente para que não haja a falsa informação ou a idealização de algo que não existe. Como exemplo: Os toreadores acreditam que a cor vermelha ataca os touros, mas essa teoria já foi quebrada e explicada: Os touros apenas reagem ao tecido não porque ele é vermelho, mas por causa do movimento gerado sobre tal.

2.6.1 Como se apresentam as cores na atualidade tecnológica

Atualmente, com a era tecnológica, as cores foram dispostas e separadas, sendo classificadas e nomeadas com algumas siglas. São no total três conjuntos:

2.6.1.1 *CMYK*

Sigla correspondente às cores: Ciano, Magenta, yellow (amarelo) e Black Key (preto). A característica desse sistema é que este se trata de um sistema substrativo de cores.



Este é o sistema mais usado para a impressão de projetos gráficos já que este sistema é o que mais se aproxima do espectro visível.

Já no sistema televisivo, a predominância é do uso do sistema RGB de cores.

2.6.1.2 *RGB*

Sigla correspondente às cores Red (vermelho), Green (verde) e Blue (Azul). A característica desse sistema é que, diferente do CMYK, trata-se de um sistema aditivo de cores.



2.6.1.3 PANTONE

Comumente encontrado em catálogos de cores, o Pantone é um sistema de cores padronizados, listados por números e que, determinadas cores podem até possuir propriedade intelectual. O uso gratuito da lista de pantones não é autorizado. Devido a este motivo, as cores Pantone não são suportadas/ disponibilizadas em software de baixo custo.



3 PROPOSTAS PARA A REVISTA

A revista Air Plan, já fora desenvolvida, no semestre passado, como um trabalho acadêmico para a matéria de Design Editorial. Naquele momento, foi decidido que seria interessante desenvolver uma revista sobre turismo. Até então, fora apenas uma vontade da dupla, uma vez que todos na sala desenvolveram diferentes segmentos e não era desejo da dupla desenvolver uma revista que fosse idêntica ao dos colegas de classe.

O trabalho de Conclusão de Curso surgiu como uma oportunidade para aprofundar-se melhor no conteúdo da revista, saber por quê é importante a criação de tal e quais os problemas e soluções que tal engloba.

Para a proposta da revista, todas as alterações e refinamento foram adotadas seguindo o modelo de sete passos da Metodologia de Don Koberg e Jim Bagnall, esta que fora explicada no capítulo “Embasamento Teórico”.

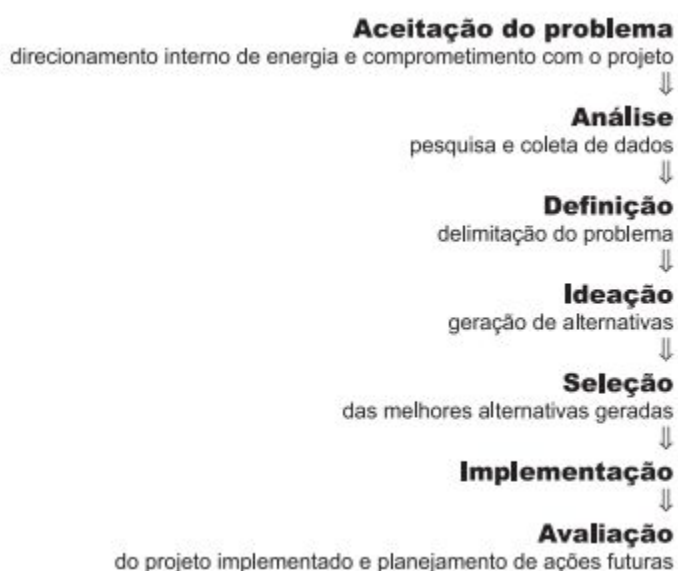


Imagem- modelo da metodologia/ Reprodução: Dissertação Final, Metodologia e Processo Criativo em projetos de Comunicação Visual (PANIZZA, 2004, p.121)

3.1 Aceitação do Problema

Para o primeiro passo, o objetivo proposto é que aja o comprometimento e a demanda de quantas horas serão dispostas para a análise de todo projeto e para seu planejamento;

Durante os dois semestres acadêmicos, houve o estudo de cada item importante que compuseram a revista:

3.1.1 *Definição do segmento da revista*

Para desenvolver uma revista é necessário decidir qual segmento seguir, qual será o tema em destaque e qual o objetivo quer alcançar. Há muitos segmentos nesse meio, como: revista para esportes, revista infantil, revista de moda, entre outros temas.

Após conversas e debates, foi decidido que seria mais adequado uma revista de turismo, como proposta para o trabalho acadêmico.

O que influenciou essa tomada de decisão foi a visão que a dupla obteve em meio a sala de aula, na qual muitos trabalharam diversos segmentos mas não houve nenhum interesse em desenvolver uma revista voltada para o turismo. E afim de tentar entender o porquê disso, nasceu assim a vontade de falar mais sobre este assunto.

O porquê de criar esta revista foi explanado logo na introdução e durante o desenvolvimento do trabalho: O Turismo, apesar de ser uma grande potência de investimento, ainda não é totalmente desenvolvida no Brasil, gerando barreiras e percas de oportunidade de emprego e conhecimento cultural. Com a revista, a proposta é divulgar um pouco mais sobre esse meio, aspecto, já que o Brasil possui um potencial turístico.

3.1.2 A definição do tamanho da revista e o grid

Durante este processo, foram analisados muitos materiais via online e offline, como revistas, livros, guias turísticos e etc, com o intuito de decidir qual tamanho seria proporcional para a revista, quais seriam os valores aplicados ao grid na revista, e como daria-se a diagramação. Foram analisadas várias revistas da “Viagem”, da “Viaje Mais”, da “Zupi”, livros sobre diagramações, como por exemplo, “Layout: O design da página impressa” por Allen Hurlburt, “Design gráfico receitas-propostas + diagramações + soluções para layouts” por Leonard Koren e R. Wippo Meckler, entre outros materiais.

Sobre os valores de dimensão da nova revista, decidiu-se desenvolver o produto em tamanho de 13cm X 21cm. Durante o processo de definição do tamanho da revista, decidiu-se usar um formato menor que (folha) A4 para que tal pudesse ser carregada facilmente para qualquer lugar. Assim, a revista comportaria-se como um tipo de guia turístico, também. Sobre o grid e a diagramação, ambos elementos serão detalhados no tópico 3.3 *Definição*.

3.1.3 Nome da revista

Após escolher o segmento da revista, é necessário um nome, uma marca. No Brasil, há muitas revistas com nomes semelhantes, por exemplo: revista “Viagem” e “Viaje Mais”.

Durante o processo da escolha do nome da revista, houve a necessidade de um nome curto, fácil de decorar, que fosse em um idioma na qual todos conseguiriam entender e que pudesse virar uma marca. Pensando em algo como avião, céu, azul, nuvens, turismo, viagem, a dupla chegou ao consenso de que a revista chamaria-se *Air Plan*, o que corresponde à algo como “Plano Aéreo” em inglês. Esse “plano aéreo” é uma referência ao comportamento das pessoas ao organizar-se para viajar, como: Pesquisar e comparar preços da passagem na hora da compra, decidir o que levar dentro da mala, decidir quanto tempo ficará em tal lugar e aonde irá passear, entre outras informações. Ou seja, um plano de viagem.

Apesar da proposta inicial da revista ser voltada para assuntos internacionais e nacionais, a dupla decidiu focar a nova “edição” somente em assuntos nacionais em vista da solução para divulgação do Turismo no Brasil.

3.1.4 *Anúncios Informativos*

Para o espaço destinado aos anúncios, foi utilizado tanto os trabalhos acadêmicos quanto aos materiais encontrados via internet, evidentemente, todos esses anúncios correspondentes à conteúdos de terceiros, foram corretamente citados e creditados.

3.1.5 *Matérias Jornalísticas*

Como o trabalho é voltado para a diagramação, decidiu-se usar matérias já existentes para compor a revista. Muitas das matérias foram retiradas de portais de notícias como G1, blogs, sites oficiais de determinados estados, e obviamente, alguns trechos foram escritos por autoria própria para complementar alguma informação ausente. Todas as matérias foram creditadas e podem ser encontradas facilmente na internet para análise e leitura.

3.1.6 *Imagens*

Muitas imagens foram retiradas da internet através do google image, de determinados sites e portais de notícias. Todas as imagens foram creditadas, reconhecendo que o material é conteúdo de terceiros.

3.1.7 *Veiculação Física*

A dupla decidiu que a revista não será de formato digital e sim física. Como explicado anteriormente, durante o processo de definição de tamanho, decidiu-se usar um formato menor que (folha) A4 para que a revista pudesse ser

carregada facilmente para qualquer lugar. Portanto o meio de veiculação será offline, ou seja, a revista em seu formato impresso.

3.1.8 Do computador para a Gráfica

Durante este processo fora pesquisado vários lugares e gráficas que pudessem atender à necessidade da dupla em questão de qualidade, custo e benefício. Após comparação de preços e disponibilidade, finalmente a gráfica que mais correspondia às expectativas da dupla e quantas cópias seriam impressas fora escolhida. Decidiu-se, então, imprimir três cópias para que cada professor- avaliador pudesse desfrutar da revista calmamente.

3.2 Análise

Na antiga proposta da revista, referente ao trabalho acadêmico, as matérias utilizadas foram de porte internacional e nacional. Muita das informações foram retiradas de filmes, blogs, sites, mas as matérias em si não possuíam informações essenciais como dicas de hospedagem, alimentação, a média de preços referente a atividades turísticas, entre outros.

No ato de compor os elementos para a nova diagramação da revista, fora analisado todos os problemas da antiga revista e quais as soluções para aqueles problemas. Dessa forma, foi decidido que a nova revista seria inteiramente voltada para notícias nacionais. No entanto, durante o processo da montagem de tal, fora discutido vários temas que poderiam entrar na revista como: A questão do Zika Vírus (dicas para se prevenir em determinados estados), a questão dos jogos no Rio de Janeiro 2016, a divisão da revista por estações ou meses, entre outras questões. Após muito averiguar e com a ajuda da orientadora Aline, foi decidido que nenhum destes assuntos e/ou divisões entrariam na revista. Isto porque:

1- Já existem muitos materiais publicados que dividem o conteúdo por meses e/ ou estações;

2- No Brasil as pessoas costumam dividir o ano apenas em Inverno e Verão, acredita-se que poucos estão familiarizados com o assunto ou que saibam definir as quatro estações do ano corretamente. Após muito pensar, no ponto de vista do leitor, percebeu-se que este tipo de divisão poderia gerar ruído na comunicação. Portanto, essa ideia ficou de lado para que possa ser analisada, em outra ocasião, com mais calma.

Os estados escolhidos para compor a revista foram bem pensados e analisados, e o que influenciou a escolha de tais fora o conhecimento que a dupla têm a respeito, já que, uma vez, ambas já estiveram presentes em tais lugares, portanto, torna-se mais viável falar de tais, já que se pode confirmar informações que só uma conterrânea saberia explicar. Evidentemente, para aplicar algo como um “desafio”, a dupla não ficou apenas na “zona de conforto”. Metade dos estados escolhidos já são conhecidos entre a dupla, enquanto que a outra metade é uma total novidade, despertando assim o interesse em saber mais a respeito.

Durante a busca das matérias, muitas fontes foram consultadas, como revistas, portais de notícias e blogs. Foram separados muitos links e sites diferentes para comparação da veracidade das notícias e claro, para que cada texto pudesse complementar o que faltava no outro.

Muitos estados, inicialmente pensados, foram descartados, em meio de todo o processo da escolha dos materiais, por não corresponder às expectativas da dupla. Mas, em uma outra ocasião, nada impede que esses “estados descartados” possam ser melhor estudados e “adicionados” em uma futura revista.

3.3 Definição

Este é, com certeza, um dos tópicos mais divertidos a se tratar. É aqui que a mágica acontece! Neste tópico “Definição”, será explanado e comparado a antiga AIR PLAN com a nova proposta. Essa comparação é importante para compreender as novas mudanças, o porquê de tal e o que levou a revista a passar por mudanças tão grandes.

Para melhor compreensão e organização, o tema será discutido em subtítulos, com direito às imagens da antiga revista em comparação com a nova.

3.3.1 *Propriedades*

As propriedades da revista foi definida nos seguintes segmentos: viagem; lugares paradisíacos; moda; dicas e curiosidades. Mas ao analisar os itens, decidiu-se que a moda não faria parte da nova proposta e que, dicas e curiosidades tornariam-se algo semelhantes e que se relacionariam somente ao assunto de turismo, nada além disso, como exemplo: atores famosos.



3.3.2 *Tamanho da Revista*

Para a primeira proposta a revista seria quadrada, medindo 250mm X 250mm. Essa decisão veio por meio de alguns modelos encontrados na internet que chamou a atenção da dupla por ser um tamanho não tradicional de revista.

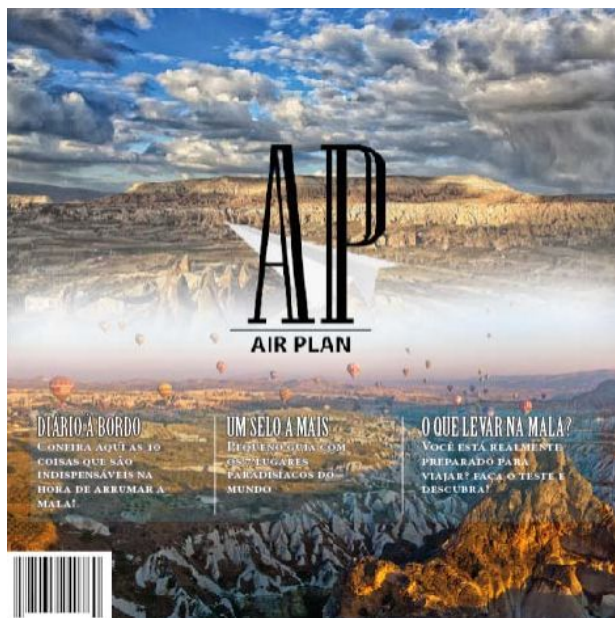
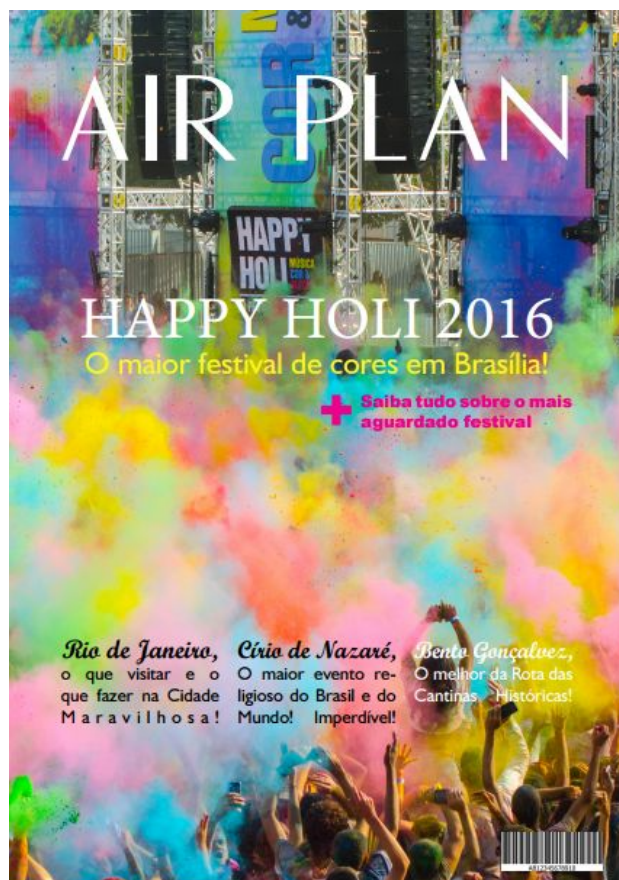


Figura: Capa da antiga revista Air Plan

Porém, após análise de problemas, percebeu-se que este tamanho era grande demais, não correspondia a ideia de que seria uma revista fácil de carregar e que via custo e benefício, tal formato desperdiçaria muito papel devido a falta de corte.

Pensando em um novo tamanho para a revista, a *magazine* ZUPI foi de grande ajuda para solucionar este problema. O seu tamanho é ideal, não desperdiça papel demasiadamente, e com uma revista retangular há mais chances de diagramação do que uma revista quadrada. Portanto, a nova versão adotou o tamanho de 13 cm X 24 cm.

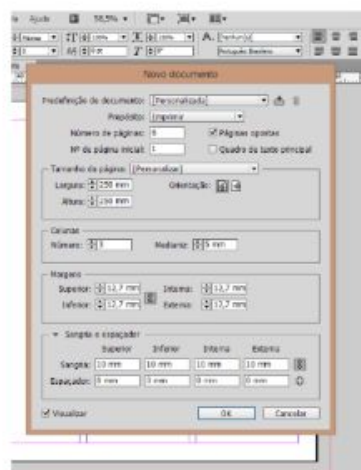
A nova versão acabou ganhando mais cores, melhor disposição de itens dentro da página, ficou com um visual mais *clean* e organizado, e por fim, teve modificações na logotipo.



Página- Capa | Produto Final

3.3.3 Diagramação

Para a diagramação da primeira proposta, foi decidido os seguintes valores:



- Medidas:

Largura X Altura: 250 x 250 mm

Colunas: 3

Gutter: 5mm

Margens: 20 mm

Bleed: 10 mm

imagem: grid da versão antiga

Para a nova proposta, obteve-se as seguintes medidas:

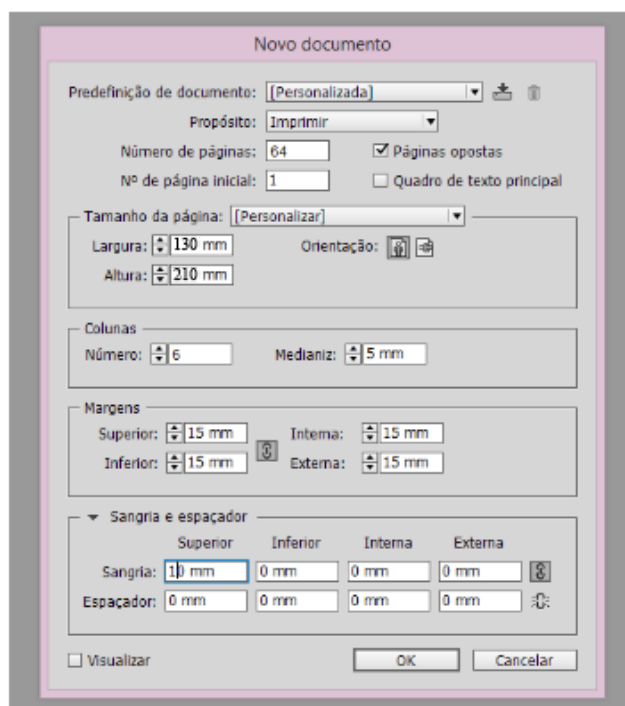


imagem: grid da nova versão

nº de páginas: 64 (numero múltiplo de quatro)

130mm X 210 mm;

nº de colunas: 6 (anteriormente eram oito colunas,mas ficou muito confuso para trabalhar);

grid/ medianiz: 5mm

margens: 15 mm

Sangria: 10 mm

Após comparação com a velha “AP”, chegou-se a conclusão que este novo formato e tamanho é melhor para trabalhar pois oferece mais liberdade para diagramar.

3.3.4 Logotipo

Na logo da primeira revista, tal era composta pelas iniciais AP (Air Plan) e um vetor de um avião de papel, mas este era tão claro que sumia quando exposto à uma imagem com fundo claro.



Esta logo, possuía duas fontes em sua composição: Niagara Engraved - usada na sigla AP; e Myriad Arabic - usada na frase “AIR PLAN” que vem logo abaixo da sigla.

O problema desta logo, além do avião ao fundo é que ao reduzi-la a palavra “air plan” some.

Para uma nova logo, ainda pensando na questão do avião, da mala, a dupla chegou a ideia de que a nova logo poderia assumir um formato de carimbo, inspirados nos que os passaportes recebem.

Dessa forma, fora desenvolvida dois modelos de logo:





Para a nova revista, fora utilizada a primeira logo. Esta recebeu uma fonte diferente (Dk Pastis) para que tivesse um aspecto mais despojado, com a ideia de carimbo, selo. O uso de fontes diferentes deu-se por meio da necessidade do formato da logo, por meio de comparações de fontes, evidenciou-se que a logo necessita de uma fonte mais despojada, enquanto que o logotipo necessita de uma fonte mais sofisticada. Mas para que não houvesse grande diferença e confusão entre ambas, foi escolhido fontes bastonadas, sem serifas e com diferença entre hastes e montantes.



Para a logotipo, foi usada uma fonte bastão chamada “Fecske”. Essa fonte não possui serifa, possui leve diferença entre hastes e montantes e tem o visual estético que a dupla precisa: Leve, clean e sofisticado.

3.3.5 Fontes

Na antiga revista, as fontes usadas em toda revista fora, principalmente, para texto corrido (tipografia)- Times New Roman e/ou Corbel.

Para a nova revista, fora usada diversas fontes. Desde títulos até texto corrido, foram separadas fontes que correspondessem à proposta das páginas.

Para o texto “corrido”, foi usada a fonte Humanist 521 BT:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:; ' " (!?) +-*/=

12 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890

18 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890

24 **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890**

Para subtítulos, foram usadas as fontes- Futurist Fixed- Width:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:; ' " (!?) +-*/=

12 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890

18 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z . 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A fonte Swis721 Lt BT Light:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:; ' " (!?) +-*/=

12 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890

18 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890

A fonte Swiss 721 Black BT:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:; ' " (!?) +-*/=

12 **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890**

18 **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890**

24 **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890**

A fonte Swiss 721 BlkCnBT:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.!:; ' " (!?) +-*/=

12 **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890**

18 **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890**

24 **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890**

A fonte AFL Font Nonmetric:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890.!:; ' " (!?) +-*/=

12 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890

18 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890

24 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890

A fonte Script MT Bold:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.!:; ' " (!?) +-/=*

12 *abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890*

18 *abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890*

24 *abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890*

A fonte Trajan Pro:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890.!:; ' " (!?) +-*/=

12 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ. 1234567890

18 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ. 1234567890

24 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ. 1234567890

A fonte Felix Titling:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890.:; ' " (!?) +-*/=

12 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ. 1234567890
 18 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ. 1234567890
 24 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ. 1234567890

E por fim, a fonte Sylfaen:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890.:; ' " (!?) +-*/=

12 abcdefghijklmnopqrstuvwxyZ. 1234567890
 18 abcdefghijklmnopqrstuvwxyZ. 1234567890
 24 abcdefghijklmnopqrstuvwxyZ. 1234567890

3.3.6 Anúncios e Imagens

Um aspecto ruim encontrado na antiga revista é que, as imagens eram de baixa qualidade, não possuíam os devidos créditos e acabavam deixando a revista com um aspecto de “mal acabado”.

Na nova revista todas as imagens foram creditadas, além de anúncios já publicados, foram usado dois anúncios de caráter acadêmico; As imagens escolhidas possuem alta resolução e qualidade, e a nova diagramação contribuiu para ressaltar as imagens dispostas no projeto final.

3.4 Ideação

Nos estudos das possibilidades para o direcionamento da revista, foram apontados e argumentados quais deveriam ser os conteúdos a serem abordados e a divisão para pesquisas entre a dupla. Como citado no item de Análise, foi decidido que no segmento de turismo, apenas seria abordado temas

sobre cidades brasileiras. Foram concluídas tais definições pois na antiga versão da revista , apenas assuntos internacionais por escolha aleatória foram abordados.

3.5 Seleção

Após a decisão de como seriam distribuídos os assuntos, (por cada regiões do país: Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste e Sul), a dupla selecionou os temas a serem pesquisados. Tornando assim, o desenvolvimento mais rápido e eficaz.

3.6 Implementação

Com todos os passos definidos nos itens anteriores, foi desenvolvida a revista, Air Plan, utilizando o *software Adobe Indesign*. O projeto encontra-se no apêndice II.

3.7 Avaliação

Como resultado final, foram alcançados os objetivos em deixar a revista com um tamanho ideal e de fácil manuseio, o visual encontra-se *clean* e organizado, as fontes selecionadas estão bem legíveis, as imagens utilizadas apresentam boa qualidade e nitidez. A dupla desfrutou realizar o seguinte trabalho, e se no futuro aparecesse uma oportunidade de estender ou continuar o projeto da revista, um novo desafio para aprimorar-la.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, o projeto nasceu como uma atividade acadêmica para a matéria de Design Editorial. Com o TCC, houve a oportunidade de refazê-la agregando todos os valores definidos para a revista: seriedade, compromisso, alegria, curiosidade, vontade, entre outros sentimentos.

Com a ajuda da metodologia de Don Koberg e Jim Bagnall, fora feito uma análise de cada componente da antiga revista em comparação com a nova proposta, visando soluções para os problemas encontrados na antiga versão da magazine. Inicialmente, para a nova proposta, havia muitas ideias interessantes e criativas, mas que por falta de contexto, e por não se encaixarem na nova proposta, foram descartas.

Fora feita um levantamento de dados, definições de logo, cores, tipografia, diagramação, pesquisas com vários materiais e comparações com revistas concorrentes para a escolha de como a revista seria dividida, qual o melhor meio de diagramar, como seria dado o sentido de leitura e quais lugares escolher para a composição, sejam eles internacionais ou nacionais. Após todas essas observações, fora decidido que o melhor seria trabalhar com assuntos nacionais, dividindo as matérias por pontos turísticos e festividades na ordem em que ocorrem (exemplo: Janeiro, Outubro...). E para a separação de matérias, fora decidido o uso de anúncios e fotos.

A revista Air Plan fora montada com a ajuda do programa Adobe Indesign, um ótimo programa que atendeu às expectativas da dupla.

Após muitas mudanças, orientações da professora Aline, orientação da própria metodologia e ideia dos colegas de classe, a dupla chegou ao resultado final esperado da revista, e deseja-se que a revista passe esse mesmo sentimento ao leitor.

Pode-se dizer que não foi fácil, houve muitas dificuldades, muito esforço físico e psicológico empenhado para a realização desse trabalho, mas toda essa experiência serviu de aprendizado para que ambos, a dupla, possa encarar a vida de uma maneira mais madura, com outro olhar.

É inegável o quanto se obteve de experiência e conhecimento com esse trabalho. Assim como muitos dizem: “A melhor herança que podemos herdar é o conhecimento”.

Espera-se que, da mesma forma que o produto final agradou a dupla, em meio a tanto esforço, que o produto possa também agradar aos leitores, despertar neles a curiosidade e a vontade de saber mais. Que o produto possa despertar boas emoções e lembranças, e servir como um ótimo meio de informação.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Felipe. **Tipografia**. [2006-2016?]
Disponível em: <<http://www.infoescola.com/design-grafico/tipografia/>>. Acesso em: 24 mar. 2016
- BAPTISTA, Henrique. **Simbologia das Cores**. 2016.
Disponível em: <<https://www.evonline.com.br/simbologia-das-cores/>>. Acesso em: 12 abr. 2016
- CAGLIARI, Luiz Carlos. **A história do Alfabeto**. 2009.
Disponível em:
<https://scholar.google.com.br/scholar?q=escrita+ideografica&btnG=&hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&as_vis=1>. Acesso em jun. 2016
- DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.
- ESAÚ, Wilson. **Design, uma área editorial de interesse: o segmento de design no mercado editorial brasileiro**. 2011. 133 f. Tese (Mestrado) -- Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011.
Disponível em:
<<http://ppgdesign.anhembi.br/wp-content/uploads/dissertacoes/68.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2016
- FREITAS, Ana Karina Miranda. **Psicodinâmica das cores**. 2007. Disponível em:
<http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica_das_cores_em_comunicacao.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2016
- FREITAS, Eduardo De. **"Turismo no Brasil" Brasil escola**. [2016?] Disponível em:
<<http://brasilecola.uol.com.br/brasil/o-turismo-no-brasil.htm>>. Acesso em: 9 mar. 2016
- GODOY, Robson. **O que é design gráfico?** 2012.
Disponível em: <<http://design.blog.br/geral/o-que-e-design-grafico-2>>. Acesso em: 13 mar. 2016
- HARTOG, François. **Tempo, história e a história da escrita: a ordem do tempo**. 2003.
Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/18952/21015>>. Acesso em 22 jun. 2016
- HEITLINGER, Paulo. **As letras dos romanos**. 2007. Vol 1.
Disponível em: <<http://tipografos.net/escrita/letra-dos-romanos-1.html>>. Acesso em: 28 mar. 2016

HEITLINGER, Paulo. *Johannes Gutenberg (~1400-1468)*. 2007.

Disponível em: <<http://tipografos.net/historia/gutenberg.html#top>>. Acesso em: 25 mar. 2016

HURLBURT, Allen. *Layout: O design da página impressa*. São Paulo: Nobel, 2002.

KOREN, Leonard e MECKLER, R. Wippo. *Design gráfico receitas- propostas + diagramações + soluções para layouts*. 1ª edição, 8ª impressão. São Paulo: GGili, 2015.

MADURO, Daniela. *Escrita pictográfica: um texto feito de imagens*. 2006.

Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra.

Disponível em:

<<http://www1.ci.uc.pt/diglit/DigLitWebCdeCodiceeComputadorEnsaio27.html>>.

Acesso em: 24 mar. 2016

NICOLAU, Raquel Rebouças A. (Org). *Zoom: design, teoria e prática*. João Pessoa: Ideia, 2013.

PANIZZA, Janaina Fuentes. *Metodologia e processo criativo de comunicação Visual*. 2004. 248 f. Dissertação (Mestrado) - Escola de comunicação e artes da universidade de São Paulo - ECA/USP, São Paulo, 2004.

Disponível em: <http://corais.org/sites/default/files/metodo-criatividade_0.pdf>.

Acesso em: 08 out. 2015.

PEÓN, Maria Luiza. *Sistemas de identidade visual*. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA Gustavo, *dicionário de comunicação*, 1978

ROSSI, Dorival C. *Design, desígnio e desenho. Tríades em Revista*. N.oo. outubro de 2008.

SAMARA, Timothy. *Grid: construção e desconstrução*. Tradução Denise Bottmann. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

SILVA, Eric. *História da escrita – a humanidade ágrafa e a escrita pictográfica*. 2013.

Disponível em:

<<https://dissertareargumentar.wordpress.com/2013/02/11/histria-da-escrita-1-a-humanidade-grafa-e-a-escrita-pictogrfica/>>. Acesso em: 24 mar. 2016

SILVA, Rafael Souza. *Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa*. São Paulo: Sammus, 1985.

STRUNCK, Gilberto. *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.

VALLE, Paulo. **O que é Tipografia?** 2012. Disponível em:
<<http://www.cardquali.com/e-tipografia/>>. Acesso em: 24 mar. 2016

APÊNDICE A - Fontes da Revista

AS BELEZAS naturais da gruta do Maquiné. Belo Horizonte- Minas Gerais.

Disponível em:

<<http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/atrativos/entorno-de-belo-horizonte/belezas-naturais-da-gruta-do-maquine>>. Acesso em: 03 jul 2016

BELÉM, o mercado Ver-o-peso ganha vida de Madrugada. UOL, viagem destinos Nacionais.[2016?]

Disponível em:

<<http://viagem.uol.com.br/guia/brasil/belem/roteiros/mercado-ver-o-peso-em-belem-ganha-vida-de-madrugada/index.htm>>. Acesso em: 25 maio 2016

BENTO GONÇALVES- Serra Gaúcha. *Pontos Turísticos.* Rota Cantina Históricas.

Disponível em: <<http://www.cantinashistoricas.com.br/pontos-turisticos>>. Acesso em: 28 mar. 2016

BENTO GONÇALVES- Serra Gaúcha. *Galeria de Fotos.* Rota Cantina Históricas.

Disponível em: <<http://www.cantinashistoricas.com.br/galeria-de-fotos>>. Acesso em: 28 mar. 2016

CÍRIO DE NAZARÉ. *A história do Círio.*

Disponível em: <<http://www.ciriodenazare.com.br/portal/historia.php>>. Acesso em: 25 maio 2016.

ENTENDA a origem da devoção e do Círio de Nazaré em Belém. G1- Pará. 2015.

Disponível em:

<<http://g1.globo.com/pa/para/cirio-de-nazare/2015/noticia/2015/10/entenda-origem-da-devocao-e-do-cirio-de-nazare-em-belem.html>>. Acesso em: 25 maio 2016

FÉRIASBRASIL. *Mercado Ver-o-peso.*

Disponível em: <<http://www.feriasbrasil.com.br/pa/belem/mercadoveropeso.cfm>>. Acesso em: 25 maio 2016

FÉRIASBRASIL. *Natal.*

Disponível em: <<http://www.feriasbrasil.com.br/rn/natal/>>. Acesso em: 19 maio 2016

FÉRIASBRASIL. *Rio de Janeiro.*

Disponível em: <<http://www.feriasbrasil.com.br/rj/riodejaneiro/oqueverefazer.cfm>>. Acesso em: 29 maio 2016

GRUTA de Maquiné. Pousada do Mondego- Ouro Preto- MG - Brasil. Disponível em: <<http://mondego.com.br/gruta-do-maquine/>>. Acesso em: 03 jul. 2016

LARISSA, Karla e EDUARDO, Carlos. **Roteiro: Natal (RN) para turistas e natalenses.** 2012. Disponível em:

<<http://compartilheviagens.com.br/roteiro-natal-rn-para-turistas-e-natalenses/>>. Acesso em: 11 maio 2016.

MACHADO, Regina Coeli Vieira. **Círio de Nazaré**. Pesquisa Escolar Online, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. 2007.

Disponível em: <<http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/>>. Acesso em: 25 maio 2016

O QUE FAZER- *Turismo*. Visit. Rio. Disponível em: <<http://visit.rio/o-que-fazer/>>. Acesso em: 17 maio 2016

PASSEIO *Gruta de Maquiné e Rei do Mato*. Minas Gerais Turismo. Disponível em: <<http://www.minasgeraistur.com.br/turismo/passeio-gruta-de-maquine-e-rei-do-mato>>. Acesso em: 03 jul. 2016

PASSEIOS *no Rio de Janeiro*. Rio te espera.

Disponível em: <<http://rioteespera.com.br/passeios-no-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 01 jul. 2016

RIO DE JANEIRO: *o que visitar e o que fazer na Cidade Maravilhosa*. G1- Rio de Janeiro. 2015.

Disponível em:

<<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/07/rio-de-janeiro-o-que-visitar-e-o-que-fazer-na-cidade-maravilhosa.html>>. Acesso em: 02 jul 2016

SOUZA, Vanderlúcio. *Acompanhe Círio de Nazaré e Festa de Nossa Senhora Aparecida ao vivo*. 2019.

Disponível em:

<<http://blog.opovo.com.br/ancoradouro/acompanhe-cirio-de-nazare-e-festa-da-padroeira-ao-vivo/>>. Acesso em: 17 de mai. 2016

TRIP Adisor Brasil. *Mercado Ver-o-peso*. Disponível em:

<https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303404-d2373173-Reviews-Mercado_Ver_o_Peso-Belem_State_of_Para.html>. Acesso em: 25 maio 2016

TRIP Adisor Brasil. *Natal- RN*. Disponível em:

<https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303518-Activities-Natal_State_of_Rio_Grande_do_Norte.html>. Acesso em: 19 maio 2016

TRIP Adisor Brasil. *Procissão do círio de nazaré*.

Disponível em:

<https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303404-d3923932-Reviews-Procissao_do_Cirio_de_Nazare-Belem_State_of_Para.html>. Acesso em: 25 maio 2016

TRIP Adisor Brasil. *Rio de Janeiro- RJ*. Disponível em:

<https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303506-Activities-Rio_de_Janeiro_State_of_Rio_de_Janeiro.html>. Acesso em: 01 jul 2016

VENTURINI, Pati. **Bento Gonçalves no Outono: os caminhos de pedra**. 2012.

Disponível em:

<<https://garfosequartos.com/2012/06/24/bento-goncalves-no-outono-os-caminhos-de-pedra/#comments>>. Acesso em: 30 maio 2016

VER- o - Peso em festa pelos 387 anos. Diário do Pará, Belém, 2014. Disponível em:

<<http://www.diarioonline.com.br/noticia-279470-ver-o-peso-em-festa-pelos-387-anos.html>>. Acesso em: 20 de abr. 2016

VIAGEM. *Conhecida como cidade do Sol, Natal encanta com a beleza de suas praias*. Disponível em: <<http://viagem.uol.com.br/guia/brasil/natal/>>. Acesso em: 26 maio 2016

VIAGEM. *Fotos: 15 atrações em Natal e no litoral do Rio Grande do Norte*. 2012.

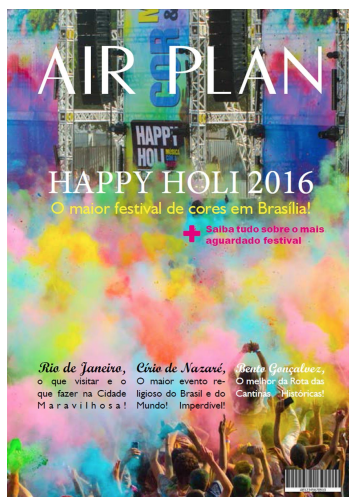
Disponível em: <<http://viajeaqui.abril.com.br/materias/atracoes-em-natal-rn#4>>.

Acesso em: 26 maio 2016

VIAGEM. *Veja roteiro de carro por 20 dias pelas cidades históricas de Minas Gerais*. 2014. Disponível em:

<<http://viajeaqui.abril.com.br/materias/roteiro-rodoviario-cidades-historicas-de-minas-gerais#2>>. Acesso em: 03 jul. 2016

APÊNDICE B - Páginas da revista AIR PLAN



SUZUKI

BURGMAN SUZUKI
A revolução das Scooters

Impossível não se emocionar com a mais nova BURGMAN SUZUKI- A revolução no mercado das scooters.

Tão leve e econômica quanto a uma bicicleta

Projetado estiosamente descolado e com design esperto, a nova scooter oferece mais do que estilo, oferece conforto e praticidade. Agrega muito mais econômica e potente com motor com Injeção eletrônica. Muito mais do que uma scooter, um estilo de vida.

Arquivo Digital do autor (atribuição autorizada)

SUMÁRIO
Brasília-2016

6 **VER, O - FESO,** a maior feira gastronômica da América Latina.

12 **GRUTA DE MAQUINÉ,** As belas esculturas naturais e esculpidas de diversas formas no teto da caverna.

18 **BENTO GONÇALVES,** O melhor da Rota das Catedrais Históricas!

28 **NATAL,** Roteiro para turistas e natalenses!

36 **CIRIO DE NAZARÉ,** O maior evento religioso do Brasil e do mundo! Imperdível!

46 **HAPPY HOLI 2016,** O maior festival de cores de Brasília!

53 **RIO DE JANEIRO,** o que visitar e o que fazer na Cidade Maravilhosa!

FABER-CASTELL
since 1761

Imagem: Faber-Castell. Todos os direitos reservados



VER-O-PESO

A maior feira Gastronômica da América Latina

Por Daniel Ribeiro (Uol Viagem)

Cartão-postal de Belém, o mercado Ver-o-Peso oferece os mais variados sabores e aromas do Pará. A imensa feira livre se margina da baía do Guajará reúne centenas de barracas de frutas, peixes, ervas medicinais, temperos, doces, etc. O ambiente é perfeito para experimentar as exóticas frutas típicas e as delícias regionais, como o tacacá e açai com peixe.

5 | 6

BRASIL | NORTE



O mercado Ver-o-Peso é uma das atrações mais interessantes da cidade de Belém, no Pará. Considerado a maior feira livre da América Latina, o local ferve com o comércio de peixes amazônicos, cestos de açai, ervas medicinais, artesanatos e artigos religiosos. Essa dinâmica pode ser apreciada por turistas a partir das duas da madrugada, quando os barcos começam a chegar e atraem centenas de clientes para o Ver-o-Peso. Na multidão, há de tudo: pescadores, vendedores de peixes, donas de

casas e cozinheiros de alguns dos melhores restaurantes da região de Belém. Para o turista, ir de táxi é obrigatório, já que o trajeto pode ser um pouco perigoso. Se o visitante parar para conversar com os pescadores, porém, rapidamente se frustrará com o mito do "peixe fresco". Os barcos ficam pelo menos 20 dias no rio ou no mar, o que significa que muito do que chega ao mercado já foi pescado há mais de duas semanas. Tudo fica congelado em grandes caixas de

isopor até ser vendido no Ver-o-Peso. O clima de negociações é frenético e o cenário, único. Camarões e peixes filhotes, que chegam a ter 1,60m de comprimento, são comprados e limpos ali mesmo. Algumas mesas são montadas para limpar e cortar todo o material em filés. Não há muito tempo para conversa: clientes e pescadores são rápidos e objetivos e, como os barcos não param de chegar a noite toda, a concorrência entre os vendedores é alta. Na área do Ver-o-Peso também é

possível ver negociações envolvendo um dos mais emblemáticos produtos da região: o açai. O fruto chega em enormes baldes de palha e logo se esgota. Ao amanhecer, os baldes já estão todos vazios e empilhados. Os barcos vêm de várias regiões para vender as frutas em Belém. Muito desse açai ainda segue viagem para outras regiões de caminho e uma outra parte ainda será processada antes de seguir congelado para o sul e sudeste. No norte, ele será processado e comido

7 | 8



puro, junto com peixe frito ou assado. O complexo do Ver-o-Peso, portanto, constitui-se de um importante patrimônio edificado, situado no centro histórico de Belém, datado dos séculos XVII, XVIII e XIX, uma síntese da conformação arquitetônica da cidade em vários estágios e estilos: edificação militar, barroco jesuítico, arquitetura civil colonial e pós-colonial, estilo neoclássico, estilo eclético e arquitetura industrial. Mas o que faz do Ver-o-Peso um lugar muito especial não é apenas o patrimônio material expresso em sua arquitetura exemplar. Numa tradição bicentenária, todos os anos, em outubro, o cortejo de mais de um milhão de pessoas em

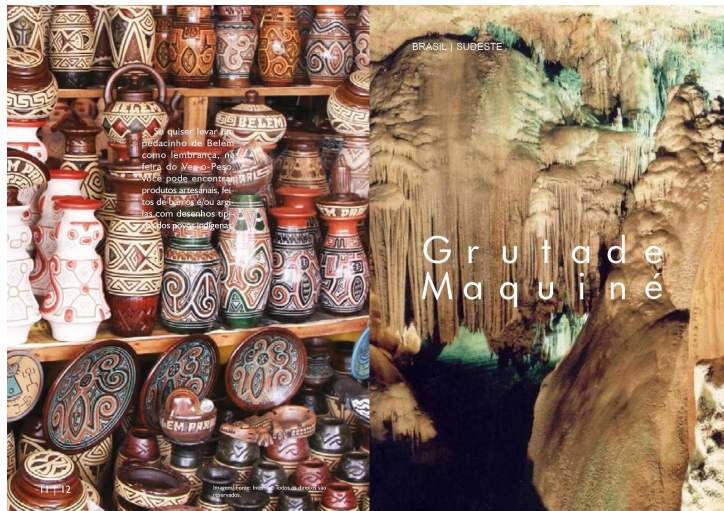


homagem à Virgem de Nazaré tem no Mercado um de seus pontos altos, de vivida demonstração de fé e paixão popular: um "carnaval devoto". Dentro do Mercado de Ferro, um altar dedicado a Nossa Senhora de Nazaré é ponto de passagem obrigatório dos fiéis e frequentadores da feira do Ver-o-Peso.

9 | 10

fonte do último parágrafo: ver-o-rio.





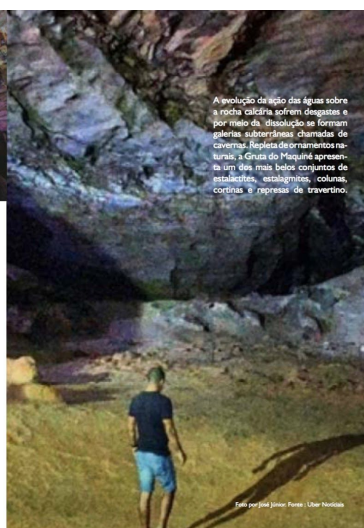
A Gruta de Maquiné se tornou ponto turístico da terra do escritor Guimarães Rosa por abrigar, ao longo de 650 metros, belas esculturas naturais e estalactites de diversas formas no teto da caverna. A área aberta para os visitantes, com aproximadamente 400 metros de extensão, é estrategicamente iluminada para realçar as figuras desenhadas pelo tempo. O passeio pela gruta é feito por seguras passarelas e é acompanhado por um guia local.

Os salões e as galerias encantam e provocam a imaginação do turista. No Salão do Urso ou do Elefante, por exemplo, um grande cogumelo lembra o formato da explosão de uma bomba atômica. Já na Galeria das Fadas, é possível encontrar cristais brilhantes, parecidos com franjas, girândolas e lustres.

A exploração científica do local foi realizada pelo dinamarquês Peter Wilhelm Lund, quase uma década depois do achado na fazenda de Seu Maquiné. Ele fez peregrinações pela bacia do Rio das Velhas à procura de espécies de animais e vegetais. Durante dois anos de pesquisas, o botânico e zoólogo descobriu restos humanos e de animais pré-históricos originários do período Quaternário, que corresponde à Era Cenozoica da escala de tempo geológica. Entre eles, esqueletos de aves fossilizadas com curvaturas de até três metros.

Uma viagem subterrânea em meio às belezas naturais é aventura garantida para quem visita a Gruta de Maquiné, localizada na cidade de Cordisburgo, a 120 km de Belo Horizonte. A caverna, descoberta em 1825, pelo fazendeiro Joaquim Maria Maquiné, o Seu Maquiné, é considerada o berço da paleontologia brasileira e possui sete salões com belíssimas formas arquitetônicas, esculpidas pelo trabalho da água durante milênios. A Gruta de Maquiné é a maior de Minas, e nela também foram encontradas pedras, ossadas humanas e restos de animais pré-históricos.

13 | 14



A evolução da água sobre a rocha calcária expõem depósitos e por meio da dissolução se formam galerias subterrâneas chamadas de cavernas. Respeita de formamentos naturais, a Gruta de Maquiné apresenta um dos mais belos conjuntos de estalactites, estalagmites, colunas, cortinas e repêso de travertino.

Foto por José Jovani Ferraz - Uol Notícias



INFORMAÇÕES

Como chegar partindo de BH

É preciso seguir pela BR-040, sentido: Seis Lagos, permanecendo no rodovia até o acesso à MG-231. A Gruta está localizada no km 7.

Horário de funcionamento

Todos os dias, das 9h às 17h.

Visitas Salões de Gruta de Maquiné
Fotos: Jovani Ferraz
Foto de dentro: não reservada.

live on the Coke side of life

Coca-Cola

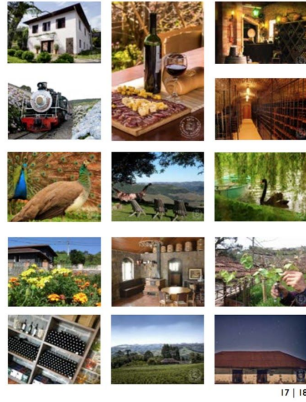
“Porque nós queremos ser mais um dos motivos da sua felicidade”

Você não é apenas a decisão de um lugar para onde viajar para a GOL, é também o momento e o momento. Portanto, recomendamos que você reserve com antecedência.

GOL
A GOL pensa em você, as outras só viajam.

Smiles
Milhas

BRASIL | SUL
BENTO GONÇALVES



17 | 18

ROTA DAS CANTINAS HISTÓRICAS

Pontos Turísticos

originalmente para guardar os mantimentos, as cantinas são um lugar carregado de saberes e memória que recriam a vida do colono em uma experiência inesquecível. O passeio inclui a degustação de vinhos, sucos de uva e espumantes. As cantinas oferecem almoços e jantares com cardápios típicos italianos e regionais (com reservas antecipadas). Para completar o passeio, não esqueça de apreciar a vista do Mirante do Campanário. Uma vista deliciosa, como tudo o que você encontra por este caminho.

Armazém Cantinas Históricas

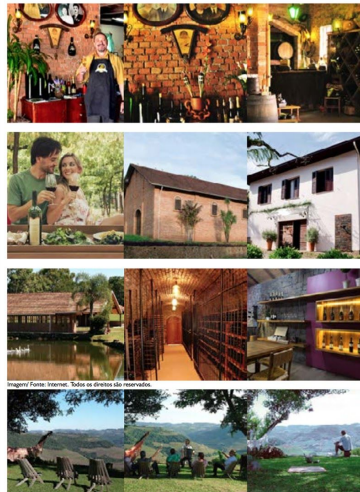
É a casa que rege a filosofia do comércio no século XIX: a grande prateleira de exposição, de venda e troca (escambo). O visitante encontra geleias, copas, salames, queijos, doces para comprar. O Armazém oferece também peças de artesanato típico, vinhos, espumantes e sucos, produzidos pelos empreendimentos parceiros da Rota. Sob a direção da família Buffon, é o Centro de Informações do roteiro.



19 | 20



Foto: Internet. Todos os direitos são reservados.



Casa Dequigiovanni

O espaço gastronômico oferece cardápios regionais e da cozinha italiana harmonizados com vinhos finos e com o delicado aromático Limoncello. Os saberes e memórias dos Dequigiovanni não ficam apenas na comida e na arte dos vinhos e espumantes. Estão também nas apresentações artísticas conduzidas pelo proprietário, proporcionando um retorno à Itália do século XIX.

Cristofoli Vinhedos e Vinhos Finos

Na Vinícola Cristofoli o enoturismo é uma celebração aos sentidos! Nosso objetivo é bem receber! Buscamos oferecer sempre produtos inovadores e originais! Além da vista à nossa propriedade e degustação dos nossos dois vinhos, o Spunino (lanchinho em italiano), os almoços e jantares para grupos e o Estdrom nos Parreiras são ótimas opções para quem quer ter uma experiência enogastronômica original.

Dal Pizzol Vinhos Finos

A história da Dal Pizzol expressa um talento natural e cheio de experiências, sabedoria e sensibilidade, o que permitiu alcançar a qualidade dos vinhos que elabora, por meio do amor no cultivo de castas nobres, do trato cuidadoso na arte do vinho e de um atendimento personalizado. Nesse mesmo ambiente está o Ecomuseu da Cultura do Vinho, espaço disposto em uma área de 80 mil metros quadrados que compreende lagos e áreas verdes e visa consolidar a tradição secular e milenar da civilização do vinho na região da Serra Gaúcha, principalmente como um atrativo para o enoturismo. Fotos, documentos, centenas de garrafas de vinhos locais e estrangeiros também compõem a riqueza histórica do espaço.

MonteVino | Estrelas do Brasil

Um lugar privilegiado no alto da montanha para você apreciar e reter imagens da deslumbrante paisagem vitícola única, que se revela num mosaico de cores entre vinhedos, vales e mata atlântica. MonteVino proporciona esta experiência memorável, aliada à oportunidade de degustar e adquirir os produtos do território dos renomados espumantes Estrelas do Brasil.

21 | 22

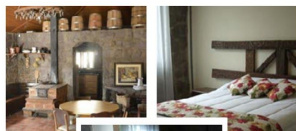
Pousada Casa de Pedra

A Casa de Pedra é uma opção de hospedagem junto a Vinícola Mena Kaho. Instalada em uma casa histórica de imigrantes italianos que chegaram ao Brasil em 1885. Inserida na localidade rural da Linha Euália, a apenas 4 km do centro de Bento Gonçalves, a localização permite uma convivência rural e a proximidade do centro urbano.

A Casa de Pedra destina-se a hospedar famílias e amigos. Trata-se de uma hospedagem diferenciada, uma vez que os hóspedes têm autonomia e liberdade para viver uma experiência

única, de hospedar-se junto a uma vinícola que se diferencia pela produção de sucos e vinhos orgânicos.

Com a residência à sua total disposição, sem a formalidade de um hotel convencional, os hóspedes poderão elaborar suas próprias refeições, uma vez que a cozinha está totalmente equipada (fogão e forno a gás, fogão à lenha, forno micro-ondas, panelas, assadeiras, travessas, liquidificador, cafeteira, etc.). Uma ampla área de convivência possibilita inclusive receber amigos que se encontram hospedados, ou residem na região.



23 | 24

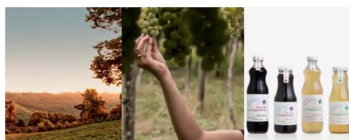
Vistamontes Sucos Naturais

Na Vistamontes, além da produção dos sucos integrais de uva branca e tinta, você poderá conhecer os nossos vinhedos e um pouco da cultura da colonização italiana, visitando uma casa centenária, toda construída com pedras extraídas do sítio da propriedade.



Vinícola Mena Kaho

A arte do cultivo das videiras com insumos naturais foi resgatado pelos proprietários do local, o que garante a produção de vinhos e sucos orgânicos reconhecidos pelas principais certificadoras de produção orgânica. Além dos vinhedos, o visitante pode conhecer a linha de produção e a arquitetura centenária da propriedade.



TSUYA DESIGN

BLADE

LANÇAMENTO EXCLUSIVO

CHROME BLACK CONTÉM PESSOALMENTE E SUPREMO DE COM ESTE NOVO ACABAMENTO!

NOVO NOVO METALIC CHROME BLACK. Como você planejamos correto, não seja o Batezado!

DESIGN EXCLUSIVO - LIGA ESPECIAL - ACABAMENTO DIFERENCIADO

DYNAMIC "BLADE"
 SPEED "BLADE"
 FINE "BLADE"
 POWER "BLADE"
 STONE "BLADE"
 CONNECT "BLADE"
 EXTREME "BLADE"
 NEW "BLADE"

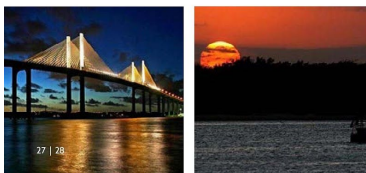
WWW.TSUYA.COM.BR (11) 32243000 (11) 50701700

BRASIL | NORDESTE



NATAL
Roteiro para turistas e natalenses

por Karla Larissa e Carlos Eduardo



27 | 28

Roteiro para turistas e natalenses

Aparouada por história e prédios históricos, sempre que se visita um lugar, opte por começar o roteiro sempre conhecendo a cidade: sua história e cultura. Natal é uma das cidades mais cosmopolitas do Brasil, com influências de vários povos, americanos e europeus. Entre 1633 a 1654, com a invasão holandesa, Natal era chamada de Nova Amsterdã.

Para o primeiro dia na cidade, a sugestão é que se faça um "city tour". É lá que é para começar pelo começo, o primeiro ponto é a Fortaleza dos Reis Magos.

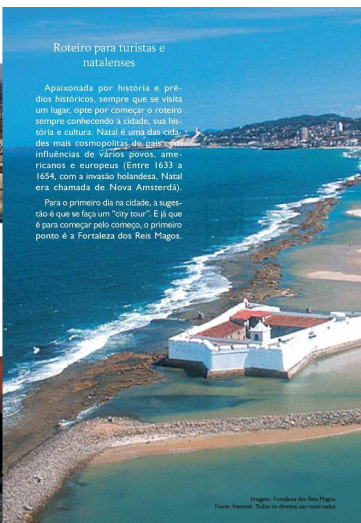


Imagem: Fortaleza dos Reis Magos. Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.



Imagem: Praia de Ponta Negra
Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.



Imagem: Pir do Sol na Praia de Ponta Negra
Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.

as praias urbanas, as praias do litoral Norte, as dunas de Genipabu e os dois lados da cidade.

O melhor caminho para chegar até lá é pela Via Costeira, pois de um lado estão as praias da via, os hotéis e as praias urbanas, e do outro o Parque das Dunas.

Tem gente que pensa que forte é tudo igual, mas a Fortaleza dos Reis Magos tem suas particularidades a começar pela forma, um polígono semelhante a uma estrela, por guardar um marco do descobrimento do Brasil, e principalmente pelo cenário em volta.

Para quem não curte muito visitas históricas, vale a pena pelo menos fazer uma foto do lado de fora, da Fortaleza e da paisagem em volta: as praias do Forte e da Redinha e a Ponta Newton Navarro, também chamada de Forte-Redinha.

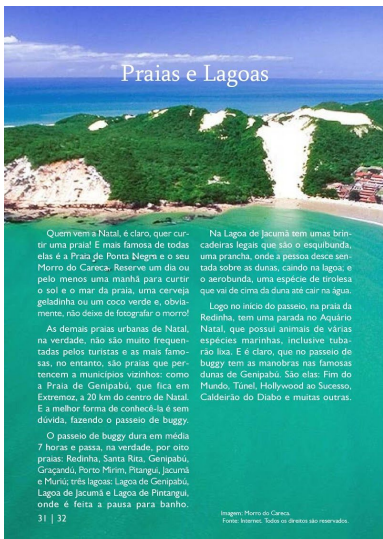
Se tiver oportunidade, suba a Ponta e terá uma das vistas mais incríveis da cidade: o Rio Potengi,

verde e farofa d'água.

Para comprar algumas lembrancinhas do legítimo artesanato potiguar, no andar de cima do Centro, há ainda a Galeria de Arte Contemporânea.

Depois, desça para os bairros da Ribeira e Centro da Cidade para um reconhecimento histórico. Não deixe de fotografar o Teatro Alberto Maranhão, a Casa do folclorista Câmara Cascudo (aberta à visitação), o Solar Bela Vista, a Capitanía das Artes, o Palácio da Cultura, a Catedral Velha e a Praça André Albuquerque, onde há um pelourinho e a coluna capitulina (no Instituto Histórico e Geográfico).

Ao final do dia, é possível apreciar um belíssimo Pir do Sol na Praia de Rosário, que fica na margem do Rio Potengi. Se não dá de boeira, pois verdade seja dita, o local é esquisito e não é muito seguro. Se fizer uma parada bem rapidinha para fazer um clique, não tem problema.



Praias e Lagoas

Quem vem a Natal, é claro, quer curtir uma praia! E mais famosa de todas elas é a Praia de Ponta Negra e o seu Morro do Careca. Reserve um dia ou pelo menos uma manhã para curtir o sol e o mar da praia, uma cerejeira geladinha ou um coco verde e, obviamente, não deixe de fotografar o morro!

As demais praias urbanas de Natal, na verdade, não são muito frequentadas pelos turistas e as mais famosas, no entanto, são praias que pertencem a municípios vizinhos: como a Praia de Genipabu, que fica em Extremoz, a 20 km do centro de Natal. É a melhor forma de conhecê-la e sem dúvida, fazendo o passeio de buggy.

O passeio de buggy dura em média 7 horas e passa, na verdade, por oito praias: Redinha, Santa Rita, Genipabu, Gracandú, Porto Mirim, Pitangui, Jacumã e Murici, três lagoas: Lagoa de Genipabu, Lagoa de Jacumã e Lagoa de Pitangui, onde é feita a pausa para banho.

Na Lagoa de Jacumã tem umas brincadeiras legais que são o esquilhanda, uma prancha, onde a pessoa desce sentada sobre as dunas, caindo na lagoa, e o aerobúndia, uma espécie de tirolesa que vai de cima da duna até cair na água.

Logo no início do passeio, na praia de Redinha, tem uma parada no Aquário Natal, que possui animais de várias espécies marinhas, inclusive tubarão-lua. É claro, que no passeio de buggy tem as manobras nas famosas dunas de Genipabu. São elas: Fim do Mundo, Tívoli, Hollywood ao Sucesso, Caldeirão do Diabo e muitas outras.

Imagem: Morro do Careca
Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.



Também são visitadas as Dunas Douradas, onde foram gravados os diários censais da novela global "O Clone". Todo o passeio pode ser feito sem conexão ou com conexão!

Em Genipabu, também tem os dromedários e sempre o biquêiro dá uma paradinha para quem quer fazer o passeio ou tirar fotos.

Atenção! Na hora de contratar um biquêiro, verifique se ele é credenciado na Secretaria de Turismo do Estado (Setur). O passeio de buggy sai em torno de R\$ 320 para até 4 pessoas.

Outra praia próxima a Natal que não pode deixar de ser visitada é Pirangi do Norte, onde está o maior Cajueiro do Mundo, com uma copa de 84 m! e onde também o passeio de barco para as praias naturais, feito pela Marina Badaud.

No caminho para Pirangi, na Rota do Sol, recomenda-se fazer uma parada no Centro de Lançamentos de Foguetes da Barreira do Inferno, construída pelos americanos em 1965.

Imagem: Dunas Douradas
Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.



A parte interna da Barreira do Inferno é aberta à visitação, mediante agendamento. Para quem não puder fazer a visita, pode fazer fotos na frente do Centro, onde há o museu aerospacial, um foguete sonda, uma antena triplice em espiral, e um avião Xavante, com suas devidas explicações.

A 84 km de Natal, pela BR 101 sul, a praia de Pipa é uma das mais famosas do Rio Grande do Norte e é a queridinha dos estrangeiros. A entrada é pelo município de Goianinha até o município de Tibau do Sul, que reúne complexos de praias: Praia do Madeiro, Cacimbinhas, das Minas, Alagados, Moleque, do Amor e Pipa.

Lá, são muitas as opções de passeios: passeio de lancha até a Baía dos Golfinhos, com parada para banho com os golfinhos (na Baía também dá para chegar a pé, na maré baixa, com uma caminhada pela orla de cerca de 30 min); passeio

de "tratrem", uma mistura de trator com trem, que leva até o Chapadão com mais de 50 metros de altura com uma bonita vista da Praia do Amor e a pedra que deu origem ao nome Pipa, além das falésias na horizontal e vertical; e passeio de barco pelas praias do complexo.

Para quem gosta de caminhar e não quer gastar, é possível fazer uma caminhada, de cerca de 40 min, saindo da Pipa pela beira mar até a Praia do Amor, subindo por trilhas pelas falésias com formação de pedras características curiosas, como mapa da América do Sul. Siga pelas dunas até chegar a Boca da Baleia, que é o atrativo principal do passeio, onde é possível fazer uma trilha sob a vegetação e descer todo o percurso feito na subida. Ao final da descida, estão as piscinas naturais, entre Pipa e a Praia do Amor.

Imagem: Barreira do Inferno
Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.



Pipa também tem um centro comercial bastante movimentado, com muitas lojas, bares, boates e restaurantes. Mas o agito mesmo é à noite!

A gastronomia também é um dos pontos altos da praia, que conta com chefs de todo mundo e opções desde a comida regional até a internacional.

Imagem: Barreira do Inferno
Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.



AIR PLAN

Um guia turístico que te leva para qualquer lugar!

35 | 36



BRASIL | NORTE

CÍRIO DE NAZARÉ

O Círio de Nazaré é uma das maiores e mais belas procissões católicas do Brasil e do mundo. Realiza-se, anualmente, com cerca de dois milhões de romeiros numa caminhada de fé pelas ruas da capital do Estado, num espetáculo grandioso em homenagem à Nossa Senhora de Nazaré, a mãe de Jesus.


SALVE A RAINHA, A MÃE DA MISERICÓRDIA!
 Por Site: Círio de Nazaré e G1

"Salve a Rainha, A mãe da Misericórdia!". É o tema que fora escolhido para o Círio 2016, realizado em Belém do Pará há mais de dois séculos. O Círio de Nazaré é uma das maiores e mais belas procissões católicas do Brasil e do mundo. Realiza-se, anualmente, cerca de dois milhões de romeiros numa caminhada de fé pelas ruas da capital do Estado, num espetáculo grandioso em homenagem à Nossa Senhora de Nazaré, a mãe de Jesus.

No segundo domingo de outubro, a procissão sai da Catedral de Belém e segue até a Praça Santuário de Nazaré, onde a imagem da Virgem fica exposta para veneração dos fiéis durante 15 dias. O percurso é de 3,6 quilômetros e já chegou a ser percorrido em nove horas e quinze minutos, como ocorreu no ano de 2004, no mais longo Círio de toda a história.

Além da procissão de domingo, o Círio agrega várias outras manifestações de devoção, como a trasladoção, a romaria fluvial e diversas outras peregrinações e romarias que ocorrem na quadra Nazarana.

37 | 38



Na procissão, a Berlinda que carrega a imagem da Virgem de Nazaré é seguida por romeiros de Belém, do interior do Estado, de várias regiões do país e até do exterior. Em todo o percurso, os fiéis fazem manifestações de fé, orações nas ruas e casas em homenagem à Santa.



39 | 40

Cristiane Maria, 40 anos, veio do Rio de Janeiro para agradecer a saúde da filha no Círio de Nazaré (Foto: Natália Melito/G1)





O domingo do Círio começa com a celebração de uma missa em frente à Catedral metropolitana de Belém, às 6h, às 9h30. Ao término da missa, às 6h30, é iniciada a procissão que percorre as ruas de Belém até a Praça Santuário de Nazaré, em um percurso de 3,6 quilômetros. Em 2004, o trajeto foi cumprido em 9 horas e 15 minutos, sendo registrado como o Círio mais longo de toda a história.

Cada ano, o Círio de Nazaré atrai um número maior de romeiros, reunindo, além dos fiéis de Belém e do interior do Estado, devotos de várias regiões do país e até mesmo visitantes estrangeiros. Durante todo o trajeto feito pela imagem de Nossa Senhora, os devotos fazem diversas manifestações de fé, além de enfiar as ruas e casas em homenagem à Santa.

Por sua grandiosidade, o Círio de Belém foi registrado, em setembro de 2004, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), como patrimônio cultural de natureza imaterial. Mérito conquistado não só pela imagem de Nossa Senhora de Nazaré, mas também pelo simbolismo da corda do Círio, que todos os anos é disputada pelos promesseros que enchem as ruas de Belém de fé e emoção; dos carros de promessas, que carregam as graças

Imagem: Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.

atendidas pela Virgem; dos mantos de Nossa Senhora, que a deixam ainda mais linda; da Berlinda, que se destaca na multidão carregando pequena imagem tão singela e do hino "Visa sos o Lino Mimoso", canção que embala os milhares de corações que acompanham o Círio em uma só voz.

Após a grande procissão, a imagem da Virgem fica exposta no altar da Praça Santuário para visita dos fiéis durante 15 dias, período chamado de quatra nazarena.

Curiosidade

O termo "Círio" tem origem na palavra latina "cereus" (de cera), que significa vela grande de cera. Por ser a principal oferta dos fiéis nas procissões em Portugal, com o tempo passou a ser sinônimo da procissão de Nazaré aqui Belém e de muitas outras pelas cidades do interior do Pará.

Círio: Fonte de Solidariedade

O Círio de Nossa Senhora de Nazaré é experiência de fé, mas é também fonte de solidariedade. Boa parte da arrecadação da Festa é investida nas



Obras Sociais da Paróquia de Nazaré (Osphan), desenvolvidas nas sete comunidades que compõem a sua área territorial. Milhares de pessoas são beneficiadas anualmente em seus projetos de atendimento laboratorial, distribuição de sopa e cestas infantis.

A implantação do Serviço Social na Osphan se deu em 2002, na gestão do Padre Francisco Silva, na época da Paróquia de Nazaré.

Os atendimentos médicos e odontológicos acontecem nas comunidades de São José e Santo Antônio Maria Zaccaria. Profissionais de saúde voluntários atendem mais de 3 mil pessoas por ano. A população carente recebe atendimento e orientações de higiene e saúde que fazem toda a diferença no seu dia-a-dia.



O Círio também repartido. Voluntários nas diversas comunidades prestam a sopa, que é a semana é fartamente distribuída ao que comparecem, o que ajuda a sustentar a fome dos filhos de Nossa Senhora. As obras sociais têm vários projetos com a comunidade, entre eles, o programa inserção no mercado de trabalho, o programa solidários/trabalhador, o atendimento social e outros.

As Obras Sociais da Paróquia de Nazaré trabalham com valores que dignificam a vida do ser humano: cidadania, universalidade, espírito de equipe, participação, respeito e colaboração. Ações de solidariedade, atendimento de funcionários, humanização, qualidade de vida e compromisso institucional.

Cuidando também dos pequenos, as Obras atendem a mais de 500 crianças por mês em dois locais: Creche, Círio (Santa Antônio, Maria Zaccaria) e Cantinho São Rafael (Casa de Nazaré). Elas permanecem em dois locais: creche educadora das 7 às 17 horas, recebendo educação escolar básica, alimentação e recreio infantil. São matins e plenárias entre pais e seis anos tendo a chance de crescer física, mental e espiritualmente, e participando ainda de atividades esportivas e culturais como danças e artes plásticas.

Imagem: Igreja de Nossa Senhora de Nazaré, Belém. Foto: Carlos Augusto de Aguiar

O que Comer

Durante o festejo religioso, são consumidos seis tipos de pratos principais. Na qual são:

Caldo de Tacacá, composto por caldo de tucupi, goma de tapioca, jambu e camarões secos. Custa em média de R\$ 10 a porção;

Patalas de Caranguejo com vinagrete custa em média R\$ 24 (quatro unidades),

Manioba, a "feijada" do norte, com folhas de mandioca e embuídos, servida com arroz e "chibá", uma espécie de pirão, custa em média R\$ 31 o prato;



Arroz com Porco no Tucupi e Jambu custa em média R\$ 28.

Para terminar, Pudim de Tapioca com calda de Açai, custa em média R\$ 13,90 e Café e biscoito de castanha-do-Pará, R\$ 4,90.

Onde se hospedar

De acordo com críticas, elogios e avaliações, um dos melhores hotéis em Belém é o Hotel Princesa Louça, antigamente conhecido como Hilton Belém.

Com ótima localização (De frente para a praça Presidente Vargas), o hotel oferece ótimas instalações e direito a refeições durante todo o dia.

Para maior informações e comentários, visite a Página na internet: "Trip Advisor- Brasil - Hotel Princesa Louça".



Bolsas. Um assunto que elas dominam com propriedade.

Homemagem às futuras tecnólogas em Gestão Financeira e a todas as outras mulheres pelo seu dia.
8 de março, Dia da Mulher.

CET-FAESA
Faculdade de Tecnologia FAESA

HAPPY HOLI 2016

A maior festa de cores na Capital do País!

45 | 46



BRASIL | CENTRO-OESTE

Inspirado no "Holi" da Índia, o Happy Holi é um festival de música que celebra a união e alegria de viver enquanto você se envolve na magia de cores.

Os headliners são vocês e as cores, com a incrível música eletrônica fornecida por DJs da Europa e do Brasil. De 45m às 48m, acontecem as "COLORBLAST'S" - o ponto alto da festa, com a explosão de cores, quando todos lançam ao alto o pó colorido, enchendo o ambiente de cor e magia, criando um momento único e memorável no festival de música.

47 | 48

Imagem: Fotos: Todos os direitos são reservados.



Tudo começou na Índia...


Na Índia, o Holi tem por mote o hinduísmo e a celebração da transição do Inverno para a Primavera. A festa celebra, metaforicamente, a vitória do bem sobre o mal. Mas hoje acaba sendo reconvertida em uma agitada e divertida celebração.

Anualmente, milhares de pessoas deixarem-se contagiar pelos cortejos e festas onde chovem os póis coloridos.

"É uma festa de felicidade e esperança perante a chegada da época da fertilidade", disse Rohan, um morador de Nova Délhi que trazia o rosto pintado com tons de amarelo, verde, azul e vermelho.

O chamado festival da cor, é celebrado na primeira lua cheia de março, sendo que suas origens se remetem a diferentes lendas mitológicas dos hindus.

De acordo com uma lenda, o deus Krishna, por causa de seu imortal amor por Radha, lançou cores no rosto da mesma para escurecê-la, já que ela tinha a pele mais clara do que a dele. Assim, Krishna daria início a festa da cor, a qual consegue atenuar momentaneamente as gritantes diferenças sociais da rígida sociedade indiana, já que esta é a única celebração que envolve todo país.



É preciso. O povo se pinta e arrepiada não rotaciona como se conhecessem seu traço oposto a vista real? Ajmou Andrea, uma turista espanhola que aproveitou a ocasião para conhecer Nova Délhi.

49 | 50

Imagem: Happy Holi Festival na Índia. Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.



No Ocidente, o festival mais divulgado do mundo promete momentos únicos de cor, música, dança e alegria. Os participantes serão pintados, hora a hora, "pelas tonalidades vibrantes e carregadas de energia" do lançamento do póis coloridos. A festa tem apenas uma exigência em termos de idade: menores de 16 anos devem ir acompanhados de um adulto (a idade mínima é a partir dos 3 anos).

No Brasil, há o aconselhamento de que se use somente o "dress code": "a sirta ou top de cor branca", para que as cores tenham toda a perfeição para a ocasião.

50 | 51

Imagem: Happy Holi Festival. Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.



BRASIL | SUDESTE

Rio de Janeiro

O que visitar e o que fazer na Cidade Maravilhosa

Praias, samba, museus, igrejas; aproveite a cidade como um caraca.

Por Cristina Boeckel

Informações

HAPPY HOLI BRASÍLIA 2016

Data do evento: 01 de outubro, Sab.

Hora: 14h

Local: Ginásio Nilson Nelson (Estacionamento)

Pacotes Oferecidos

Pista

R\$50,00 (meia)

*2 pacotes de sim

Pista + Parque

R\$70,00 (meia)

*2 pacotes de sim + Passaporte do parque de diversões, com acesso a todos os brinquedos.

Backstage

R\$90,00 (meia)

*Acesso a área limitada e exclusiva localizada atrás e na lateral do palco + 4 pacotes de sim

Backstage + Parque

R\$110,00 (meia)

*Acesso a área limitada e exclusiva localizada atrás e na lateral do palco + 4 pacotes de sim + Passaporte do parque de diversões, com acesso a todos os brinquedos.

Pontos de Venda

Lojas Saramares (Conjunto Nacional, Sobradinho, Taguatinga, Planaltina, Luziânia e Gama)

btheteradigital.com

Mais Informações

Telefone: (61) 3343-2232

Classificação: 16 anos

51 | 52

**Nome dos ingressos apenas à disposição sem anos atrás.





— Caminhada pelo calçadão de Copacabana —

Um dos primeiros programas para se ambientar com o clima do Rio de Janeiro é uma caminhada pelo calçadão da Praia de Copacabana, construído no começo do século passado. O desenho em forma de ondas é igual ao da Praia do Rio, em Lisboa. Enquanto no Rio as ondas celebram o balanço do mar, em Portugal elas lembram o encontro do Rio Tejo com o Oceano Atlântico. Uma caminhada por todo o calçadão pode levar até 1h30. No fim dos anos 60, o desenho do calçadão da Avenida Atlântica foi modernizado pelo paisagista Roberto Burle Marx. Antes, os desenhos ficavam perpendiculares ao mar, depois da reforma, passaram a ficar paralelos à praia. Tomar uma água de coco (R\$ 5) em um dos quiosques pode ser

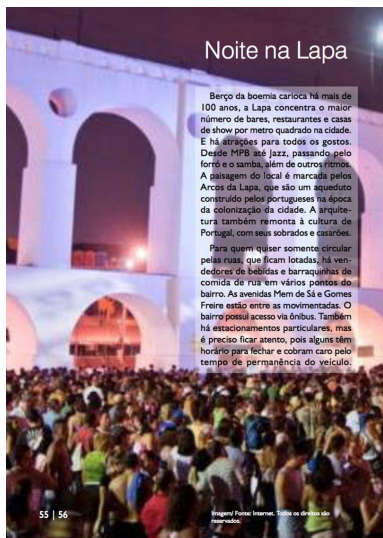
um programa para os mais tranquilos. Para quem quer diversão mais agitada, a área perto do Forte de Copacabana tem vários locais onde é possível alugar pranchas de stand up paddle. O preço médio de cada aula avulsa custa entre R\$ 50 e R\$ 60, em média. Várias linhas de ônibus, vindas de diversos pontos da cidade, passam pela Avenida Atlântica, que margeia a Praia de Copacabana ou as ruas perto do local. Outra opção pode ser o metrô, nas estações Cardeal Arcoverde, Siqueira Campos e Cantagalo. Preço: grátis. Endereço: Avenida Atlântica | Copacabana.



— Bondinho do Pão de Açúcar —

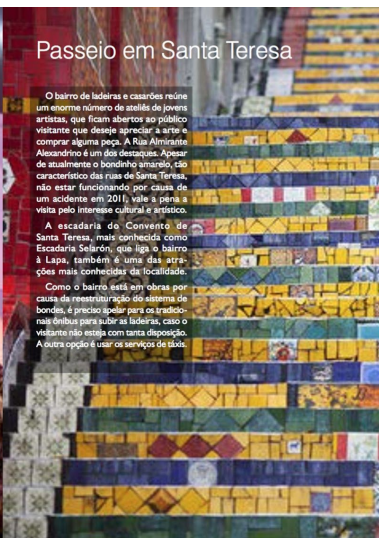
Uma das atrações mais conhecidas do Rio de Janeiro ao redor do mundo é o teleférico inaugurado em 1912. Localizado na Urca, na Zona Sul do Rio, leva ao Morro da Urca em seu primeiro trecho e ao Morro Pão de Açúcar no segundo. A viagem no teleférico leva três minutos em cada trecho. A paisagem lá de cima tem como cenário as praias de Leme, Copacabana, Ipanema, Flamengo, Leblon. Também é possível observar a Pedra da Gávea, o morço da Tijuca, o Corcovado, a Baía de Guanabara e a Enseada de Botafogo, entre outros pontos da cidade. Cada parada conta com restaurantes e lojas de souvenirs. O ingresso pode ser comprado no local ou pela internet. O preço cheio é R\$ 62, mas idosos, portadores de

necessidades especiais e pessoas com idade entre 6 e 21 anos ganham desconto. As regras dos descontos estão explicadas no site do bondinho. Também é possível comprar pela internet. O local possui banheiros adaptados e elevadores para portadores de necessidades especiais. Mas como não há estacionamento próprio, os motoristas dependem das vagas pagas pela Prefeitura do Rio. A circulação de ônibus é pequena no bairro da Urca, mas a oferta de táxis é vasta na região. O passeio leva, em média, duas horas. Preço: R\$ 62, mas há descontos. Endereço: Avenida Pasteur, 520 - Urca.



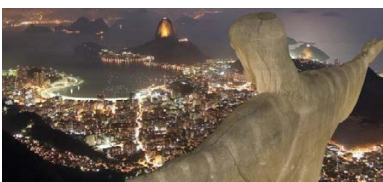
Noite na Lapa

Berço da boemia carioca há mais de 100 anos, a Lapa concentra o maior número de bares, restaurantes e casas de show por metro quadrado na cidade. E há atrações para todos os gostos. Desde MPB até Jazz, passando pelo forró e o samba, além de outros ritmos. A paisagem do local é marcada pelos Arcos da Lapa, que são um aqueduto construído pelos portugueses na época da colonização da cidade. A arquitetura também remonta à cultura de Portugal, com seus sobrados e casarões. Para quem quiser somente circular pelas ruas, que ficam lotadas, há vendedores de bebidas e barraquinhas de comida de rua em vários pontos do bairro. As avenidas Mem de Sá e Gomes Freire estão entre as movimentadas. O bairro possui acesso via ônibus. Também há estacionamentos particulares, mas é preciso ficar atento, pois alguns têm horário para fechar e cobram caro pelo tempo de permanência do veículo.



Passeio em Santa Theresa

O bairro de telhados e casarões reúne um enorme número de artistas e jovens artistas, que ficam abertos ao público visitante que deseje apreciar a arte e comprar alguns peças. A Rua Amiralante Alexandrino é um dos destaques. Apesar de atualmente o bondinho amarelo, tão característico das ruas de Santa Theresa, não estar funcionando por causa de um acidente em 2011, vale à pena a visita pelo interesse cultural e artístico. A escadaria do Convento de Santa Theresa, mais conhecida como Escadaria Selarón, que liga o bairro à Lapa, também é uma das atrações mais conhecidas da localidade. Como o bairro sofre com a falta de recursos para a manutenção do sistema de bondes, é preciso apelar para os tradicionais ônibus para subir as ladeiras, caso o visitante não esteja com muita disposição. Outra opção é usar os serviços de táxi.



— CRISTO REDENTOR —

A imagem é uma das atrações mais tradicionais e famosas da cidade. O monumento em art déco que retrata Jesus Cristo foi inaugurado em 1931 e é considerado uma das maravilhas do mundo moderno. Os ingressos para visitar o monumento, que é um santuário da Igreja Católica, podem ser comprados pela internet ou nos quiosques da Riotur, para a viagem de tremzinho; mas também há vans que levam até o monumento e partem da Praça do Lido, do Largo do Machado e da Estrada das Palmeiras. Os mais bem dispostos podem fazer o caminho em uma trilha até lá. Preço: R\$ 51 em baixa temporada e R\$ 62 em alta temporada, nas vans saindo do Largo do Machado e da Praça do Lido. Entre as vans saindo das Palmeiras, R\$ 24 em baixa temporada e R\$ 35 em alta temporada.

A entrada para o monumento custa R\$ 22 na alta temporada e R\$ 11 na baixa temporada para os visitantes que cheguem ao monumento de bicicleta ou por trilha. Para ir de tremzinho, o preço do ingresso é R\$ 62 para a alta temporada e R\$ 51 para a baixa temporada. Endereço: Parque Nacional da Tijuca - Alto da Boa Vista.



Imagem: A Harmonia entre o antigo e o novo. Rio - Pôr do Sol. Fonte: Internet. Todos os direitos são reservados.

De braços e asas abertas para receber todo mundo.
A TAM e a TAM VIAGENS têm o orgulho em apoiar os Jogos Rio 2016 e em trazer juntas a alegria e a força do Brasil para o mundo.

tam.com.br

TAM VIAGENS TAM
GRUPO LATAM AIRLINES
Imagens: Fotost. Internet. Todos os direitos são reservados.

Aqui a "Noite Feliz" é 7 dias por semana.
Aproveite para antecipar as suas reservas de fim de ano.

Diárias a partir de R\$ 160,00
+ 30% taxa de serviços (Luzo individual)

- Internet Grátis em todo o Hotel.
- Café da Manhã
- Room Service 24h
- Piscina
- Espaços Fitness
- Sauna a Vapor
- Coffee Break
- Serviços Diferenciados
- Salas para Reuniões
- Excelente localização próxima ao centro.

Diárias iniciam às 14h e terminam às 12h
Reservas: (17) 5211.5101
Rua XV de Novembro, 3100
São José do Rio Preto - SP
granrio.com.br

GRAN RIO HOTEL
O lado bom de estar fora de casa.

Um guia turístico que te leva para qualquer lugar!