



Universidade Federal de Pernambuco

Design Editorial para Revistas de Cultura Japonesa

Caruaru 2017

Daniela Cavalcanti Silva

Design Editorial para Revistas de Cultura Japonesa

Trabalho de Conclusão de Curso

Sophia Costa

Caruaru 2017

**Monografia apresentada à Universidade
Federal de Pernambuco como pré-requisito
para conclusão do curso de bacharelado
em Design, sob orientação da professora
Sophia Costa.**

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier CRB/4 - 1242

S586d Silva, Daniela Cavalcanti.
Design editorial para revistas de cultura japonesa. / Daniela Cavalcanti Silva. – 2017.
115f., il. ; 30 cm.

Orientadora: Sophia de Oliveira Costa e Silva
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de
Pernambuco, CAA, Design, 2017.
Inclui Referências.
Inclui Glossário
Acompanha Guia de Redesign

1. Artes gráficas. 2. Revistas. 3. Cultura japonesa. 5. Cultura popular. I. Silva, Sophia
de Oliveira Costa e (Orientadora). II. Título.

740 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2017-052)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN

PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE PROJETO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN

Daniela Cavalcanti Silva

“Design editorial para revistas de cultura japonesa”

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considerada a aluna Daniela Cavalcanti Silva

Monografia apresentada em ____/____/____

Orientador (a) Prof. (a) Sophia Costa

Primeiro (a) examinador (a) Titulação. Nome do examinador

Segundo (a) examinador (a) Titulação. Nome do examinador

*Dedico este trabalho a minha família,
que me apoiou de todas as formas
possíveis para que eu seguisse em frente.*



*"Que a inocência dos dias que nós
rimos juntos e felizes seja cada vez
mais importante para nós, mesmo que
suas palavras se transformem em adeus
e as coisas não sejam mais como eram
antes."*

Kimi ni todoke (Tanizawa Tomofumi)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus por me conceder a vida a cada dia, a Jesus Cristo, à Virgem Maria e ao meu querido anjo da guarda por me acompanhar desde meu nascimento e ser aquele a quem recorri para conversar, mesmo que sem ouvir respostas, nos momentos mais complicados quando eu estava sozinha. A minha família, especialmente aos meus pais, Ailda e Valmir, e minha irmã, Milena, que me apoiaram e ajudaram de todas as formas, dos momentos mais leves aos mais difíceis. Eu estaria completamente perdida sem eles, pois me apoiaram não somente ao longo desta pesquisa, mas de todo o curso e em todos os momentos da minha vida. Não posso esquecer do meu pequeno Naruto, que apesar de ser apenas um cãozinho, tem um amor inesgotável e sincero, e esteve ao meu lado dia e noite, inclusive durante o desenvolvimento desta pesquisa, sendo minha fonte de calma e alegria, especialmente quando eu estava cansada ou preocupada, não esquecendo de agradecer aos outros vários animais que cuido, que assim como Naru também sempre aliviaram meu coração nos momentos mais estressantes. Agradeço também a todos os meus amigos amantes da cultura japonesa que contribuíram com suas opiniões para realizar este estudo e também aos que ajudaram simplesmente me dando forças, em especial Ramylle Greyce Leal e Claudio José Gama que me acompanharam praticamente todos os dias em que estive trabalhando, atuando não só com suas opiniões sobre a cultura japonesa, mas como verdadeiros psicólogos nos momentos de tormenta. Me sinto igualmente grata a João Paulo Soares e Eduardo Oliveira, junto com os quais desenvolvi o trabalho que gerou a ideia para esta pesquisa, e que me autorizaram utilizar o material que foi produzido anteriormente. Agradeço a meus amigos Meili de Souza, Suelen Rayane, Leonardo Leite e Kleiton Rodrigo que nos momentos finais me ajudaram a colocar as ideias no lugar e compartilharam comigo conhecimentos importantes para concluir o projeto. Deixo minha mais sincera gratidão aos meus professores que me instruíram para chegar até aqui, especialmente a minha professora orientadora, Sophia Costa, que também como fã da cultura pop japonesa, foi o elemento chave para que eu atingisse meus objetivos, me guiando a cada passo e renovando minhas energias. Agradeço às professoras Luciana Freire e Glenda Cabral, que me orientaram no começo da pesquisa e me incentivaram em todo o caminho até aqui. À professora Juliana Jay Emerenciano, que também contribuiu bastante com suas ideias e opiniões para incrementar meu trabalho, além de toda a força e assistência que me deu no final da pesquisa. Deixo ainda meus agradecimentos à Usagi Tsukino, por me ensinar que uma guerreira nunca para de lutar, a Sakura Kinimoto Li, por me ajudar a acreditar em mim mesma, a Seiya de Pegasus e a Goku por me ensinarem a sempre superar meus limites, e a Jyn Erso e Cassian Andor, por me ensinarem a nunca perder a esperança.

RESUMO

Mostrando-se cada vez mais popular, especialmente entre os mais jovens, a cultura pop japonesa tem se difundido por vários meios, incluindo revistas especializadas para os amantes dessa bela cultura, ou para os que desejam conhecê-la melhor. Apesar da internet ainda ser o meio a alcançar o maior número de pessoas que buscam por informações, as revistas ajudam bastante a espalhar conhecimentos sobre o Japão, sendo também de grande importância. Unindo os principais assuntos abordados sobre essa cultura nas revistas disponíveis no mercado aos conceitos de design editorial, esta pesquisa tem como objetivo apontar os problemas encontrados nas revistas já publicadas e possíveis soluções, servindo como um guia para redesign de revistas, sejam elas ou não sobre cultura pop japonesa.

Palavras-chave: *Design gráfico; revista; cultura pop japonesa.*

ABSTRACT

It is becoming increasingly popular, especially among the younger generation, Japanese pop culture has spread through various media, including magazines for lovers of this beautiful culture, or for those who want to get to know it better. Although the internet is still medium to reach the largest number of people looking for information, the magazines help to spread knowledge about Japan and is also of great importance. Uniting the main topics covered in this culture in the magazines available in the market to the concepts of editorial design, this research aims to point out the problems found in the already published magazines and possible solutions, serving as a guide for redesign of magazines, whether or not they are about Japanese pop culture.

Keywords: *Graphic design; Magazine; Japanese pop culture.*

Sumário

Introdução	11
Classificação da pesquisa	12
Problema de pesquisa	12
Pergunta de pesquisa	12
Objetivos	12
Objetivo geral	12
Objetivos específicos	12
Justificativa	12
Metodologia geral da pesquisa	13
Especificação do objeto de estudo	14
Detalhamento do perfil do usuário	15
Capítulo 1 – Notas sobre a história e cultura japonesa	16
1.1 Imigração japonesa para o Brasil	17
1.2 Cultura pop japonesa no Brasil	20
Capítulo 2 - Design editorial	43
2.1 O uso das cores	45
2.2 Fortalecendo os conceitos: A tipografia	47
2.3 Formato e grid	52
Capítulo 3 - Design editorial para revistas de cultura japonesa	57
Capítulo 4 – Metodologia, etapas de pesquisa e resultados	69
4.1 Metodologia	69
4.1.1 Metodologia de abordagem	69

4.1.2 Metodologia de procedimento	69
4.1.3 Metodologia de design	69
4.2 Etapas de pesquisa e resultados	70
Conclusão	78
Referências	80
Glossário	82
Anexos	91
Anexo A – 1ª parte	91
Anexo A – 2ª parte	92
Anexo B – Principais inspirações	93
Anexo C – Formulário	94
Anexo D – Formulários respondidos	95

Introdução

Esta pesquisa irá trabalhar a influência do design editorial no projeto gráfico das revistas de cultura japonesa produzidas e publicadas no Brasil. Desejamos estudar essas revistas por não apresentarem boa qualidade em relação ao design editorial, investigar porque os produtores não se preocupam em gerar uma boa revista ou se lhes falta conhecimento em design gráfico editorial para chegarem a um resultado melhor e mais atraente ao público alvo.

Os leitores dessas revistas variam entre crianças, adolescentes e adultos, e normalmente são os chamados “otakus”, caso pertençam ao gênero masculino, ou “otomes”, gênero feminino. São fãs de cultura japonesa, que buscam através do conteúdo das revistas se manterem atualizados sobre o que anda acontecendo no universo da cultura pop daquele país, seja em relação a animes, mangás, tradições, tokusatus, cosplay, eventos de cultura japonesa realizados no Brasil e no mundo, novas invenções, culinária, lançamentos de novos livros ou live-actions, entre outros assuntos. Isso será discutido com mais detalhes adiante.

Aqueles que leem se queixam de dificuldades em localizar cada informação rapidamente, especialmente nas capas, devido à poluição visual ou diagramação ruim, o que mostra a falta de conhecimento dos produtores desse material sobre design editorial.

Classificação da Pesquisa

Esta pesquisa projetual, de natureza qualitativa, com abordagem experimental, uma vez que visa desenvolver um guia de redesign com os dados que serão coletados através da análise dos aspectos de artefatos pré-existentes, utilizará um método dedutivo, pois através da análise de revistas já publicadas, os problemas serão identificados e estudados, e assim uma nova proposta será apresentada como uma alternativa para resolver os problemas encontrados, exibindo no guia de redesign tais problemas corrigidos em uma nova revista. A fim de atender ao rigor científico, este método será apoiado por técnicas como análise de similares e a aplicação de um questionário para os leitores das revistas de cultura japonesa.

Problema de pesquisa: A falta de conhecimento dos produtores das revistas de cultura japonesa sobre design editorial.

Pergunta da sua pesquisa: Como o designer, utilizando as técnicas de design editorial, pode auxiliar os produtores das revistas de cultura japonesa a criar uma revista mais atrativa para o público alvo?

Objetivos:

Objetivo geral:

Projetar uma revista de cultura japonesa mais interessante para o público alvo.

Objetivos específicos:

- 1 – Identificar quais pontos podem ser melhorados nas revistas.
- 2 – Aplicar os conceitos de design editorial para propor uma nova revista.

Justificativa

Uma vez que já fazemos parte do universo da cultura japonesa, observando as revistas já publicadas no país, percebemos alguns problemas na diagramação e organização dos elementos (imagens, cor, tipografia, chamadas de capa, etc), gerando revistas com aparência não muito atrativa para o público alvo. Sentimos falta da aplicação do design editorial nessas revistas, o que poderia melhorar bastante seus projetos.

A fim de mostrar que o design editorial pode fazer a diferença nas revistas de cultura japonesa, proporemos um guia de redesign, que através de uma nova revista, utilize os conceitos de design editorial para solucionar esses problemas e oferecer uma revista que agrade o público alvo e também atraia novos leitores. Desejamos também com nosso trabalho deixar informações que sirvam de ajuda para futuros trabalhos semelhantes de design editorial.

Metodologia Geral da Pesquisa

Nesta pesquisa, que possui como objetivos específicos identificar quais pontos podem ser melhorados nas revistas e aplicar os conceitos de design editorial para propor um novo projeto gráfico, discutiremos o objeto de estudo (revista), o perfil do usuário (otakus e otomes, adolescentes e adultos), e será feita a aplicação de um questionário para os usuários e uma análise de similares com as revistas NeoTokyo, Anime Do, Clube do Anime e Heróis do Desenho, sendo a NeoTokyo a única com tamanho 27,5x20,5, e as demais 20x13,5, aproximadamente. Será utilizada também uma metodologia específica para o design editorial de revistas.



Figura 1 - Revista NeoTokyo Figura 2 – Revista Anime Do



Figura 3 - Revista Clube do Anime Figura 4 - Revista Heróis do Desenho

Fonte: Capas digitalizadas dos respectivos volumes impressos das revistas.

Especificação do objeto de estudo

O objeto de estudo escolhido é a revista. Decidimos trabalhar especificamente as revistas de cultura japonesa produzidas e publicadas no Brasil, uma vez que não apresentam boa aparência e causam confusão para os leitores, que sentem dificuldades em localizar e compreender rapidamente as informações nas revistas, especialmente nas capas, devido a problemas de diagramação e à poluição visual.

Visamos investigar se a falta de qualidade dessas revistas se deve à falta de preocupação dos produtores com design editorial ou se lhes falta conhecimento a respeito, e assim buscar um melhoramento visual com um novo projeto gráfico.

*Desse ponto em diante até o final do capítulo 1 todas as palavras em *itálico* poderão ser consultadas no glossário.

Detalhamento do perfil do usuário

Os leitores das revistas de cultura japonesa se constituem por adolescentes e jovens adultos, que se intitulam como otakus e otomes, termos em japonês utilizados para designar os fãs dessa cultura. Pronuncia-se **otakú** e **otomê**. Ambos costumam usar camisas e acessórios de animês, mangás ou bandas de J-pop (música pop japonesa), especialmente colares com símbolos dos personagens e toquinhas com a cara dos personagens, algumas com orelhas e cauda.

A palavra otaku se refere ao gênero masculino e não possui uma tradução exata. No Japão é originalmente usada para um tratamento de respeito na segunda pessoa, também serve para se referir a fãs de anime e mangá, podendo ainda ser considerada um termo pejorativo em certas situações, uma vez que se chama de otaku uma pessoa extremamente viciada em alguma coisa, seja o que for, e portanto mal vista, uma vez que vai contra os fortes ideais de educação, respeito e disciplina alimentados no país. Ao chegar ao Brasil, esse significado mudou de contexto, sendo utilizado aqui apenas para se referir aos fãs de cultura japonesa do sexo masculino.

O termo utilizado para se referir a fãs de cultura japonesa do sexo feminino continua sendo o mesmo, otaku, considerado um termo genérico. Porém, os fãs passaram a usar a palavra otome, que significa donzela, e por sua vez é mais delicada. A utilização dessa palavra também se deve a uma alusão feita à Otome Road, rua existente no Japão, predominantemente frequentada por mulheres, que vão até o local comprar especialmente animês e mangás. A rua se localiza em Ikeburo, um distrito da cidade de Tóquio, e possui um aglomerado de lojas especializadas em ***Otomekei***, que são animês e mangás para mulheres.

Capítulo 1 – Notas sobre a história e cultura japonesa

1.1 Imigração japonesa para o Brasil

Talvez a melhor forma de iniciar uma abordagem sobre essa cultura tão rica seja discutindo sobre como ela chegou até nós pela primeira vez, trazida pelos navios da imigração no início do século XX, fazendo vários japoneses e descendentes permanecerem no nosso país até hoje. Com a abolição da escravidão em 1888, o Brasil passou a necessitar de mão de obra estrangeira para trabalhar em suas lavouras de café. A população japonesa estava crescendo bastante, o que causou a falta de empregos suficientes para os habitantes. Então os governos dos dois países assinaram em 1985 um acordo que possibilitou a imigração, que se iniciou após vários anos de discussões e negociações a partir da assinatura do acordo.

Anteriormente à abolição, o Brasil já havia tentado suprir a falta de trabalhadores com mão de obra europeia, mas devido à má qualidade das condições de trabalho e também de vida que os patrões das lavouras de café ofereciam aos imigrantes subordinados, além de estarem acostumados a lhes destinar um tratamento nada bom entre patrão e empregado, os imigrantes acabaram sendo desmotivados a virem ao nosso país. Itália e França chegaram a proibir a emigração de seus habitantes para o Brasil durante alguns anos. Diante dessa situação, surgiu a ideia de buscar imigrantes na Ásia.

Inicialmente houve hostilidade quanto à ideia, uma vez que no século XIX os brancos cristãos alimentavam forte preconceito contra outras etnias, e no Brasil os asiáticos eram considerados negros-amarelos. Em 1892, o jornal Correio Paulistano chegou a referir-se aos imigrantes, até mesmo aos europeus, com os dizeres “escória” e “não nos convém”. Porém, diante das circunstâncias e da necessidade urgente de mão de obra, esse preconceito foi deixado de lado pelo governo. Os imigrantes foram enviados para nós através da empresa ***Teikoku Imin Kaisha***, cujo significado quer dizer Companhia Imperial de Imigração, que assinou em 1907 um acordo com a Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo, para até o ano de 1910 transportar 3 mil trabalhadores para as lavouras de café no Brasil.

Os japoneses se estabeleceram em lugares como São Paulo, na capital, onde encontramos o famoso Bairro da Liberdade, e nos municípios de Mogi das Cruzes, Osvaldo Cruz e Bastos; no Paraná em Maringá, Assaí, Londrina e Umuarama; em Mato Grosso do Sul, especialmente em Campo Grande, Dourados e arredores; no Pará e também no Amazonas. Estima-se que atualmente o Brasil abriga em média um milhão e meio de **nikkeis** (descendentes de japoneses), que se dividem entre os **nisseis** (filhos), **sanseis** (netos), **yonseis** (bisnetos), e assim por diante. Podemos encontrar também os nipo-brasileiros, como são chamados os brasileiros com ascendência japonesa ou os japoneses que vivem no Brasil. Os japoneses que deixaram o país para trabalhar no Japão na década de 80 chamam-se **dekasegi** (lê-se dekassegui).



Figura 5 - Rota realizada pelos primeiros imigrantes do Japão ao Brasil

Fonte: <http://www.melhordesantos.com>

Os imigrantes partiram do porto de **Kobe** no Japão no dia 28 de abril de 1908, no primeiro navio a vir da Terra do Sol Nascente, chamado **Kasato Maru**, que chegou ao Brasil em 18 de junho de 1908, após 52 dias de viagem, atracando no Porto de Santos, no estado de São Paulo, carregando 165 famílias japonesas, totalizando 781 imigrantes, chamados de **isseis**. Muitas dessas pessoas eram camponeses vindos de regiões pobres ao norte e ao sul do Japão, que buscavam no

Brasil uma oportunidade de emprego. A ideia inicial era trabalhar por algum tempo e retornar ao Japão, mas muitos imigrantes acabaram por prosperar e decidiram continuar a viver em nosso país. Estima-se que nos primeiros 10 anos de imigração 15 mil japoneses chegaram até aqui, número que cresceu bastante com o despertar da Primeira Guerra Mundial, chegando a 160 mil o número de imigrantes recebidos entre 1918 e 1940.



Figura 6 – Kasato Maru atracado no Porto de Santos em 1908

Fonte: <http://www.g1.globo.com>

Com pouco tempo de estadia em solo brasileiro, os japoneses se depararam com dificuldades como clima de temperaturas mais elevadas, religião, idioma, costumes e alimentação bem diferentes, e ainda o preconceito dos nativos. Outro ponto negativo eram as informações fantasiosas e vagas emitidas pelo Brasil para atrair os imigrantes. Embora os contratantes se comprometessem a oferecer moradia a cada pessoa, não divulgavam em quais condições isso ocorreria, nem falavam a respeito do sistema de exploração para alimentação nos armazéns. As árvores de café eram conhecidas como “árvores que dão ouro” e que são de fácil colheita. Afirmações como essas eram suficientes para atrair trabalhadores cuja vida pareceria menos árdua em tais condições. Mesmo se deparando com situações diferentes das descritas e percebendo que teriam de trabalhar muito mais do que imaginavam para alcançar uma vida equilibrada, nada disso os impediu de batalharem e até mesmo criarem raízes em alguns locais do nosso país, como podemos perceber observando o famoso Bairro da Liberdade em São Paulo. Eles geraram parcerias e adquiriram pequenas terras as quais destinaram à agricultura.

Na chegada dos imigrantes, o jornalista J. Amândio Sobral contrariou todas as afirmações de preconceito ao publicar no jornal Correio Paulistano, o mesmo jornal a agredir verbalmente os povos asiáticos anteriormente, o quanto ficara encantado com a organização, respeito, disciplina e limpeza impecável dos viajantes nipônicos durante a viagem e a chegada. Tal comportamento que denunciava tamanha educação era completamente contrário ao percebido com os imigrantes europeus, que não demonstravam preocupação com a limpeza dos navios em que viajavam, tampouco com o refeitório onde se alimentavam, e era comum após o término da refeição encontrar pontas de cigarros amassadas pelo chão.

Sobral também afirmou que causaram uma impressão agradável ao chegarem aqui com vestimentas simples, limpas e novas, compradas por eles mesmos, bem como seus objetos e sua bagagem, que possuía aspecto muito melhor que a bagagem dos trabalhadores locais, apesar de serem imigrantes pobres. A bagagem era simples, mas parecia ter um padrão, pois todos carregavam os pertences que julgavam necessários para seu dia-a-dia e para iniciar uma vida em outro país, incluindo itens de higiene pessoal, o que muitos brasileiros e europeus não tinham. E num delicado ato de amabilidade para conosco, desembarcaram em nossas terras com bandeirinhas do Japão e do Brasil feitas à mão com seda. O jornalista surpreendeu-se ainda com a grande paciência dos recém-chegados durante a conferência de suas malas e a enorme confiança que os japoneses depositavam em suas esposas, a ponto de confiar-lhes tarefas relacionadas ao manuseio de seu dinheiro, característica que faltava aos ocidentais. Nos relatórios realizados durante a viagem e chegada desses primeiros 781 orientais foi constatado que menos de 100 deles eram analfabetos, número considerado baixo para a época.

Quando surgiu a Segunda Guerra Mundial em 1939, os japoneses encontravam-se em situação complicada devido a vários fatores. A imigração foi proibida e ainda outras medidas tomadas pelo governo brasileiro prejudicaram os imigrantes, como a proibição do uso do idioma japonês e de manifestações nipônicas, que passaram a ser consideradas criminosas por Getúlio Vargas. Apenas com o fim da Guerra em 1945, tais medidas foram canceladas, e a imigração voltou a ocorrer. Dessa vez, os japoneses vinham interessados não apenas em trabalhar nas lavouras de café, mas também no setor de serviços e nas indústrias comerciais.

O fim da guerra também causou uma mudança em relação aos pensamentos sobre os japoneses serem mão de obra barata e os nikkeis conquistaram o acesso a escolas. Na década de 60 já comandavam seus próprios empreendimentos e na década de 70 cresceram os casamentos entre etnias diferentes e o Japão mostrava-se recuperado de sua crise econômica.

O último navio a trazer imigrante japoneses para cá era conhecido como **Nippon Maru**, que chegou no ano de 1973, quando já havia cerca de 200 mil japoneses estabelecidos no Brasil, e a imigração havia cessado quase que totalmente. Hoje o Brasil detém a maior comunidade japonesa existente fora do Japão.

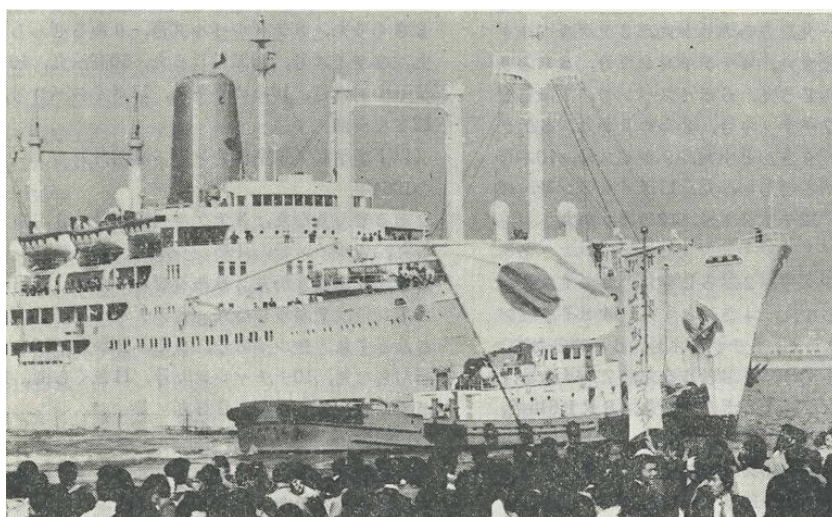


Figura 7 – Nippon Maru – Chegada dos últimos imigrantes em 1973.

Fonte: <http://www.ndl.go.jp>

1.2 Cultura pop japonesa no Brasil

Com o passar dos anos, características e itens da cultura nipônica tornaram-se cada vez mais comuns no nosso dia-a-dia, e vale falar um pouco sobre alguns deles, especialmente os dois que mais se popularizaram e que geram fãs até hoje, os **mangás** e os **animês**.

O termo mangá surgiu em 1814 e em japonês significa desenho irreverente, sendo formado pela junção dos ideogramas **MAN** (humor) e **GÁ** (grafismo), podendo ainda ser traduzido como caricatura ou desenho engraçado. O artista Katsushita Hokusai foi o primeiro a utilizar a palavra mangá. Entre 1814 e 1849 ele gerou 15 volumes retratando cenas de seu dia-a-dia, enfatizando em seus desenhos os traços

marcantes das pessoas. Na época esse conjunto de obras foi chamado de **Hokusai Mangá**, e assim estavam dados os primeiros passos dos desenhos e histórias em quadrinhos no Japão.

Mangá trata-se de histórias em quadrinhos de origem japonesa, que são lidas de trás para a frente, da direita para esquerda, encontradas em volumes que podem conter 4 ou 5 capítulos, entre 160 e 200 páginas em preto em branco. É possível nos depararmos com páginas coloridas no início de algumas edições especiais, ou a edição inteira ser colorida, se fizer parte de alguma etapa especial de uma história. Os autores de mangás são chamados **mangakás** e há histórias que tem seus volumes produzidos também em versões de bolso. As características dos desenhos foram definidas pelo falecido mangaká Osamu Tezuka, que utilizou expressões faciais exageradas, onomatopeias, linhas de velocidade, enquadramento cinematográfico e expressões metalinguísticas, recebendo o apelido de deus do mangá.

As características mais marcantes dos mangás são seus personagens com olhos grandes e coloridos, de diferentes formatos e expressões, cabelos coloridos e vários penteados inusitados, além de roupas e acessórios bem diferentes. Quanto aos elementos gráficos podemos encontrar quadrinhos de formatos diferentes, ao contrário dos quadros de formato padronizado nos gibis, imagens que ocupam uma ou duas folhas inteiras, desenhos que sangram a borda do quadro para gerar efeitos, onomatopeias chamativas e bastante jogo de luz e sombra.



Figura 8 - Osamu Tezuka

Fonte: <http://www.japanesestation.com>

Podemos encontrar estilos a perder de vista de histórias para crianças, adultos, adolescentes, idosos, famílias, estudantes. Os dois estilos mais conhecidos chamam-se **shoujo** (menina em japonês), histórias para garotas, e **shounen** (menino em japonês), histórias para garotos. No Brasil, duas das histórias shoujo que ganharam mais fãs pertencem a Naoko Takeuchi, que criou Sailor Moon, e ao quarteto de mangakás chamado CLAMP, que deu vida à Sakura Card Captor (Card Captor Sakura no Japão). As várias personagens femininas da **CLAMP** são por vezes chamadas de “Rainhas do Shoujo”. Duas das histórias shounen que também arrastam fãs até hoje são Cavaleiros do Zodíaco (originalmente Saint Seiya), de Masami Kurumada, que recebeu sequências em vários outros lançamentos no futuro, e Dragon Ball, de Akira Toriyama, que assim como Cavaleiros do Zodíaco conta com várias séries e filmes de animação.

Durante a Segunda Guerra Mundial a produção de mangás foi interrompida e retomada após o seu término. Os mangás eram produzidos do tamanho de cartões postais e com papel muito fraco. Algumas editoras passaram a publicá-los na década de 20, mas apenas na década de 40 ganharam fama, uma vez que restaram poucas atrações culturais devido à guerra, e a leitura de mangás aumentou bastante. Entre 1985 e 2000 houve a chamada “Era de ouro dos mangás” no Japão, quando eram vendidas mensalmente 5 milhões de cópias de algumas histórias.

Posteriormente passaram a ser produzidos em tamanho maior e com papel mais resistente.

O primeiro mangá ser lançado no Brasil foi **Lobo Solitário**, em 1988, pela editora Cedibra. Uma curiosidade é que esse mangá veio adaptado para leitura ocidental, da esquerda para a direita. Somente quando a editora Conrad lançou Dragon Ball em 2000, os mangás passaram à leitura oriental, de trás para frente, da direita para a esquerda. Os mangás dessa editora possuíam propagandas durante o programa de televisão Band Kids, e a apresentadora fornecia uma explicação sobre como ler o mangá corretamente. Outra curiosidade é que a Conrad colocou a capa dos dois lados do mangá, pois assim não importava o lado que estivesse exposto na banca de revista, o leitor ainda saberia do que se tratava, exemplo que ainda hoje é seguido por algumas editoras



Figura 9 - Capa do mangá Lobo Solitário

Fonte: <http://www.gibi1-gibi1.blogspot.com>

Em 2000, a Conrad que já publicava duas revistas, Herói e Pokémon Club, desejava publicar uma versão em quadrinhos vinda de algum anime de sucesso, e algum membro da editora sugeriu que o lançamento ocorresse no formato original de mangá, ideia que foi inicialmente descartada, até que a Conrad conseguiu além dos diretos de Dragon Ball, também os direitos de Cavaleiros do Zodíaco, e arriscou

lançar ambos em formato original. Para fornecer um preço mais atrativo, a editora dividiu os volumes em dois, deixando cada um com 100 páginas ao invés de 200. Muitos estavam pessimistas quanto a esses dois lançamentos, mas nem imaginavam o quanto os protagonistas Goku e Seiya se tornariam queridos entre diversos fãs e que se transformariam em eternas lendas. Com o grande sucesso de Cavaleiros do Zodíaco, outras revistas exclusivas sobre animês chegaram ao país e o primeiro mangá adolescente shonen foi publicado em 1998 pela editora Animangá, Ramma ½, de Rumiko Takahashi.

Em 2001 nasceu uma das editoras de mangá mais aclamadas até hoje, a JBC, que além de lançar a revista Henshin, anunciou de uma só vez quatro títulos, entre eles os famosos **Samurai X – Rurouni Kenshin**, de Nobuhiro Watsuki, **Sakura Card Captors**, que anos mais tarde ganhou sequência nos títulos Tsubasa Reservoir Chronicle e XXXHolic, e **Guerreiras Mágicas de Rayearth**, da CLAMP. A JBC foi a primeira editora a investir no gênero shoujo e se aproximou ainda mais do formato original dos mangás, produzindo-os em tamanho original e papel jornal. Também lançou Fullmetall Alchemist (FMA – Alquimista de Aço), da mangaká Hiromu Arakawa, chamada pelos fãs de “aquela vaquinha”, devido ao desenho de uma simpática vaquinha que ela criou para substituir suas fotos. Em 2002, foram lançados os famosos Love Hina, de Ken Akamatsu, Inu-Yasha, de Rumiko Takahashi, considerado o mangá mais longo já publicado no Brasil, YuYuHakusho, de Yoshihiro Togashi e Neon Genesis Evangelion, de Yoshiyuki Sadamoto, primeiro mangá com páginas coloridas no Brasil.

Nos anos seguintes, a JBC lançou o primeiro mangá **tankohon**, mangá que possui um único volume, e várias editoras investiram no lançamento de enciclopédias, uma espécie de guia que mostra os pontos principais de algum mangá, traz extras como jogos e quebra-cabeças, e discute alguns pontos que os fãs gostariam de esclarecer sobre os personagens ou a história. Algumas enciclopédias continham entrevistas com o autor do respectivo mangá. Essas enciclopédias ou guias, como são chamadas hoje, continuam a surgir em nosso país, e a JBC também vem publicando livros traduzidos da literatura japonesa.

Em 2008 nasceu a editora NewPOP, que inovou lançando Grimms Mangá, com contos baseados nas obras dos irmãos Grimm, e surpreenderam ao seguir

lançando vários títulos desconhecidos, mas que ainda assim foram um sucesso. Grimms Mangá acabou entrando para a lista de mangás raros, pois toda a primeira tiragem foi esgotada. O sucesso dos quadrinhos orientais foi tamanho que em 1984 foi criada a **Associação Brasileira de Desenhistas de Mangá e Ilustrações**, e ao final dos anos 90 os mangás foram finalmente licenciados para o Brasil.

A cidade de São Paulo e regiões próximas são responsáveis por 70% do mercado de revistas no Brasil, incluindo os mangás. Por essa razão, os mangás chegam primeiramente a São Paulo e em seguida são fornecidos para as demais regiões do país, chegando a bancas de revista, algumas livrarias e também a eventos de cultura japonesa através das lojas especializadas em artigos para **otakus**, **otomes** e **cosplayers**, que também vendem seus produtos através da internet ou na própria loja em sua respectiva cidade.

Em 2007 houve uma queda nas vendas dos mangás, que se estabilizaram e chegaram a crescer. Fatores como a pirataria e sites para leitura online dificultam as vendas para algumas editoras e nem sempre os preços são muito atrativos. As empresas tentam produzir a quantidade mais próxima possível do número de vendas e dessa forma minimizar perdas com volumes extras que dificilmente teriam muitas vendas após o lançamento do volume seguinte. Um grande aumento ou redução pode mostrar-se um forte indicador de vendas altas ou baixas no mês seguinte.

Os japoneses também trouxeram para nós a versão animada dos mangás, o animê, ou simplesmente anime como também é chamado no Brasil, e as animações chamaram ainda mais atenção para os olhos grandes e coloridos dos personagens. A explicação dada por nossos companheiros nipônicos para tais características foi uma frase que ficou para sempre guardada na memória de muitas pessoas, “os olhos são a janela da alma”. Portanto, quanto mais atenção fosse dada aos olhos dos personagens, em tamanho e cor, maior e mais eficaz seria a transmissão de seus sentimentos para aqueles que os estivessem vendo. Outro ponto interessante é que se o personagem estiver em posição que não seja possível ver seus olhos, geralmente escondidos pelo cabelo ou por o personagem estar olhando na direção oposta, significa que ele sente alguma emoção muito forte, que pode ser tristeza, indignação, vergonha, raiva ou paixão. Cada episódio de animê possui 25 minutos,

contando com temas de abertura e encerramento, e às vezes a história pode apresentar algumas diferenças entre a animação e o mangá. Pode haver episódios chamados “filler”, que não existem no mangá, e servem para evitar a interrupção do animê quando este já alcançou o último capítulo publicado dos quadrinhos.

Novamente encontramos Osamu Tezuka como destaque, pois apesar de anteriormente outras animações já terem sido produzidas no Japão, ele foi considerado o pai da indústria dos animês, lançando o primeiro animê conhecido em 1963, chamado Astroboy. Outras obras que o mangaká veio a lançar nos anos seguintes ajudaram a definir as características dos animês.

Os animes estão em exibição no Brasil há mais de 40 anos. Séries mais antigas como Menino Biônico e Piratas do Espaço são adoradas, mas não há como contestar que o responsável por causar, sem intenção alguma, a explosão dos animês no Brasil e gerar mais fãs do que qualquer outra série foi o animê Cavaleiros do Zodíaco, de Masami Kurumada, lançado no Japão pela Toei Animation. Outras obras também conquistaram sucesso com a versão animada e são amadas até hoje. Algumas delas foram Sakura Card Captor, Dragon Ball Z, Sailor Moon, Yu Yu Hakusho, Samurai X, Digimon Adventure (de Akiyoshi Hongo), Pokémon, criado pelo programador Satoshi Tajiri e pelo desenhista Ken Sugimori, sendo apresentado como game, e posteriormente como animê, ou mesmo **OVA**s, que são filmes ou animês de um único episódio, como A Viagem de Chihiro, Princesa Mononoke e Meu Vizinho Totoro, ambos de Hayao Miyazaki.



Figura 10 - Cavaleiros do Zodíaco - Imagem do episódio 114 do animê

Fonte: <http://www.redemanchete.net>

Entre tantos lançamentos, algo muito interessante aconteceu. Cavaleiros do Zodíaco, lançado pela extinta Rede Manchete, trouxe mais do que apenas diversão aos fãs, mas também acabou levando ao nosso conhecimento uma profissão fascinante, pouco conhecida, e que tornou o mundo dos animes ainda mais mágico para os brasileiros, a dublagem. Ninguém, nem mesmo o autor Masami Kurumada, esperava que a lenda dos defensores da deusa Atena fosse alcançar tamanha fama e gerar uma legião tão grande de fãs em todo o mundo, especialmente no Brasil.

A paixão dos fãs brasileiros por Saint Seiya foi tão grande que eles passaram a se interessar por conhecer os donos das vozes de seus queridos personagens, tornando dubladores como Hermes Baroli e Letícia Quinto, irmãos que dublam os protagonistas Seiya e Saori, também conhecida como a deusa Atena, muito amados e lembrados até os dias de hoje, e ambos continuam dublando, tanto outros trabalhos quanto Seiya e Saori nas novas produções de Cavaleiros do Zodíaco que chegam até nós. Além das numerosas sequências em mangá que inspiram as animações, o animê ganhou em anos posteriores 5 filmes com histórias extras, quatro sequências em animê, que complementam umas as outras, e, ao final do ano de 2014, um filme em computação gráfica chamado **A Lenda do Santuário**, que mostrou um *rebut* de parte do animê clássico.

O filme estreou no Brasil exatamente no dia em que Cavaleiros completou 20 anos de estreia em nossas terras e o Brasil foi o único país que conseguiu manter o elenco original de dubladores. A Lenda do Santuário deveria homenagear o aniversário da série no Japão, mas devido a um atraso ocorrido por alguns problemas a homenagem foi destinada aos 40 anos de carreira do mestre Kurumada. Uma curiosidade é que Hermes e Letícia fazem parte de uma grande família de dubladores, incluindo pais, filhos, sobrinhos, seu pai Gilberto Baroli, e sua irmã Luciana Baroli, todos inseridos no elenco de dublagem de Cavaleiros do Zodíaco, junto a outros vários dubladores.



Figura 12 - Dublador Hermes Baroli Figura 13 – Dubladora Letícia Quinto

Fonte: <http://www.jovem.ig.com.br> Fonte: <http://www.cavzodiaco.com.br>

É válido esclarecer que *rebut*, diferente de **remake**, que significa refazer uma série pré-existente, seja no mesmo formato ou em outro diferente, se trata de utilizar os mesmos personagens e história, porém com algumas alterações, como a mudança do contexto ou a forma como algumas situações aconteceram originalmente, mas sem fugir do objetivo original que os personagens desejam alcançar.



Figura 11 - Cavaleiros do Zodíaco - A Lenda do Santuário

Fonte: <http://www.cinemaevideo.tv>

Outra curiosidade são os conflitos existentes entre o autor Kurumada e o estúdio Toei Animation, responsável por produzir as animações. O animê clássico produzido da primeira sequência de mangás sofreu várias alterações, cortando cenas importantes da história, incluindo fatores que o autor jamais pensaria em criar, distorcendo a personalidade de alguns personagens. Mesmo que o animê tenha arrebatado para sempre o coração de incontáveis fãs ao redor do mundo, especialmente os que não acompanharam o mangá, tais mudanças irritaram bastante Kurumada, que chegou a passar 13 anos sem produzir um novo material de CDZ. Mesmo após a retomada do trabalho, a Toei tornou a repetir seu erro distorcendo O Prólogo do Céu, considerado o mais importante dos cinco filmes produzidos. Cenas vitais foram cortadas e alguns pontos do filme ficaram sem sentido ou parecendo incompletos, o que novamente decepcionou Kurumada e o levou a cancelar a sequência do Prólogo do Céu e excluí-lo da cronologia da série.

Os animês, mangás e **tokusatus** também influenciam, por parte dos fãs, a prática de escrever **fanfictions** (ficções escritas por fãs), que são novas histórias, com ou sem conexão com a obra original, de algum mangá, animê, live action, tokusatsu, e outros, uma vez que pode-se escrever fanfiction sobre absolutamente qualquer história fictícia do mundo e não apenas do Japão. Os autores das fics ou fanfics, como também são chamadas podem continuar alguma história de onde ela parou, criar versões diferentes para o que aconteceu no enredo original, mostrar como as coisas aconteceram do ponto de vista de algum personagem, recriar os acontecimentos em um universo alternativo, fazer paródias misturando histórias diferentes, utilizando a história de uma e os personagens da outra. Há ainda os **crossovers**, que são fanfics onde o universo de duas ou mais histórias se misturam, com histórias e personagens de ambas.

O mundo dos mangás e animês se mostra fascinante de várias formas, porém o que mais ganha o amor dos fãs são as mensagens e reflexões transmitidas através das histórias. As pessoas se identificam com os personagens ao perceber que em suas vidas eles passam por dificuldades e momentos de felicidade, por vezes os mesmos encontrados na vida real. Mesmo quando os personagens estão distantes do mundo real, acabam por cativar os leitores e espectadores com suas lições de vida sobre amor, amizade, compaixão, a força para lutar pelo que se ama e acredita, proteger quem você ama, proteger os mais fracos, não desistir do que você

considera correto e principalmente acreditar nos seus sonhos. Otakus e otomes relatam que carregam esses valores por toda a sua vida e até mesmo os transmitem para seus filhos.

Na década de 80 também ganharam força os tokusatus, séries de TV com super heróis em live action, ou seja, feitas com atores e cenários reais, junto aos vários efeitos especiais que eram possíveis na época. Alguns dos tokusatus mais famosos foram Jaspion e Changeman, que iniciaram a febre por tokusatsu no Brasil, Kamen Rider, Ultraman e Jiraiya, sendo vários lançados pela Rede Manchete, e por Band e Globo no início dos anos 90. Aqui no Brasil, essas séries ganharam vários HQ's, quadrinhos em moldes ocidentais, como Jaspion, Cybercop e Spectreman. Jaspion, Spectreman, Jiraiya, Cybercop e Ultraman, mais que outros tokusatus, marcaram a infância de muitas pessoas que hoje, já adultas, ainda tem os heróis como ídolos. Vale ressaltar que o termo live action também pode ser usado para se referir a um filme com atores reais, feito a partir de um animê ou mangá. Muitos filmes, live action ou não, animês e tokusatus podem ser encontrados em DVD, sendo vendidos em lojas, eventos ou na internet.



Figura 14 - Ultraman, cena das últimas exibições no Brasil em 1997.

Fonte: <http://www.senpuu.com.br>

Um dos elementos mágicos que os japoneses nos trouxeram foi algo chamado **cosplay**, que consiste em transvestir-se de algum personagem fictício, e representá-lo em uma pequena encenação, se o cosplayer, como se chama quem exerce essa prática, assim o desejar. A palavra é formada por **cos**, que vem de

costume, disfarce, traje, fantasia ou mascarar, e **play**, que significa brincar. O cosplay não surgiu no Japão, mas o país se aperfeiçoou tanto desenvolvendo roupas, acessórios, lentes de contato coloridas de diversos tipos e apresentações cada vez mais bonitas ao longo dos anos, que é praticamente impossível falar de cosplay sem pensar primeiramente no Japão. Lembrando que cosplayers continuam sendo otakus, porém otakus que utilizam cosplay.

O cosplay surgiu em uma convenção Worldcon (World Science Fiction Convention), que significa Convenção Mundial de Ficção Científica, em 1939, quando o casal de amigos Forrest J. Ackerman e Myrtle R. apareceram fantasiados no evento. Forrest usou o que chamava de “**future costume**” e Myrtle reproduziu uma versão de um vestido do filme **Things to Come**. A partir daí, a prática tornou-se anual na Worldcon, espalhando-se em seguida para os eventos de Jornada nas Estrelas.

Os primeiros cosplays de animê e mangá datam da década de 70. Foram criados muitos e muitos eventos por todo o mundo, específicos para animês, mangás, cosplay e cultura japonesa em geral, onde otakus e otomes podem se divertir com atrações como shows de cantores e bandas de temas de animê ou de **J-pop**, a música pop japonesa, dubladores brasileiros, venda de acessórios para otakus, otomes e cosplayers, karaokê, salas temáticas, jogos, e apresentações dos cosplayers. Há também eventos gerados unicamente para o cosplay. O maior de todo o mundo, o **World Cosplay Summit**, conhecido como **WCS**, acontece na cidade de Nagoya no Japão, onde vários participantes competem entre si e representam suas nações após eliminatórias realizadas em seus respectivos países. Antes da competição, incontáveis cosplayers desfilam pela cidade, acompanhados inclusive pelo prefeito de Nagoya, que por vezes também aparece fantasiado. Apesar de ser a maior competição de cosplay do planeta, o evento sempre carrega a mensagem de união, laços de amizade e respeito entre seus participantes.



Figura 15 – Cosplayers brasileiros Maurício e Mônica, WCS de 2006.

Fonte: <http://www.cosplayers.net>

O Brasil já participou em vários anos e conquistou mais de uma vez o título de primeiro lugar, sendo considerado um dos melhores países em termos de cosplay, tanto em vestimenta quanto em interpretação. O primeiro título foi conquistado em 2006, em nossa primeira participação, pelos irmãos Maurício Somensari Leite Olivas e Mônica Somensari Leite Olivas, que com os cosplays dos anjos Rociel e Alexiel, do mangá **Angel Sanctuary**, tornaram o Brasil campeão. Nos anos seguintes a dupla de irmãos continuou a participar, deixando mais vezes nosso país em primeiro lugar.

Algo curioso é que o Japão possui uma área chamada **Harajuku**, localizada no município de **Shibuya** em Tóquio, e recebe esse nome justamente por se localizar ao redor da Estação Harajuku, na linha Yamanote. Esse lugar passou a fazer sucesso nos 90 por apresentar um grande número de artistas de rua e jovens vestidos de maneira extravagante que se encontravam aos domingos. Desde o fim dessa mesma década, o movimento diminuiu, mas não cessou, e até hoje Harajuku mais parece um palco de estilos, sendo diariamente visitada por cosplayers, **lolitas**, **punks**, pessoas com suas próprias invenções, visitantes curiosos e **visual kei**, um

visual baseado no rock com cores escuras, cabelos de várias cores, acessórios chamativos e penteados inusitados, semelhante ao dos punks.



Figura 16 - Sweet Lolita

Figura 17 – Gothic Lolita

Fonte: <http://www.pinger.pl> Fonte: <http://www.cupcake-paradise.blogspot.com>

As lolitas são jovens moças que se vestem como perfeitas bonecas, usando vestidos de cores suaves, com muitos laços e babados, acessórios delicados, perucas coloridas, embora o mais comum seja encontrar lolitas loiras, e uma boa maquiagem para ajudá-las a parecer ainda mais com bonecas. Dentro desse estilo há várias subdivisões, por isso também podemos encontrar lolitas que contrariem totalmente o estilo “*kawaii*”, que significa fofinho ou bonitinho, e se vistam com cores, roupas e acessórios escuros, pesados ou mais chamativos. Os dois tipos de Lolita mais apreciados são **sweet** lolita, com o visual kawaii, e **gothic** lolita, que utilizam elementos góticos e sombrios, e maquiagem mais pesada.

Outra manifestação que veio dos mangás e animês no Japão foram os musicais, que ocorrem apenas no Japão, mas podem ser acompanhados pela internet. Atores reais encenando as histórias com fantásticas trilhas sonoras. O musical que adquiriu mais fama até hoje foi o **Seramyu** ou **Sailor Moon Musical**, o musical do mangá e animê Sailor Moon, que durou 12 anos, de 1993 a 2005, e teve uma retomada no ano de 2014, desde quando vem lançando novas edições. A primeira atriz, que aos 17 anos, brilhou e arrebatou o coração de fãs em todo o

mundo interpretando a protagonista Usagi Tsukino/Sailor Moon foi Anza Ooyama, cantora e atriz mestiça de japoneses e sul-africanos, que também interpreta canções de abertura e encerramento de animês. Após a conclusão do primeiro estágio do musical em 1998, Anza integrou uma banda chamada Head Phones President, que toca **Nu Metal**, subgênero que mescla o heavy metal com hip-hop e sequências eletrônicas. O Seramyu é aclamado em todo o mundo pelos fãs das guerreiras da lua, e já foi até mesmo reproduzido por alguns cosplayers. Mesmo os que não reproduziram edições inteiras do musical, realizam apresentações de alguns trechos nos eventos de cultura japonesa do Brasil e do mundo.



Figura 18 - Capa do CD feito para a 2ª edição do Seramyu, em 1994.

Fonte: <http://www.seramyudreamer.tumblr.com>

Uma curiosidade a respeito da personagem Usagi Tsukino é que seu nome significa literalmente Coelho da Lua. Em japonês lê-se **Tsuki no Usagi**, pois no Japão o sobrenome antecede o nome. **Tsuki** significa **lua**, **no** é a preposição **de** e **Usagi** quer dizer **coelho**. Há uma velha lenda sobre o Tsuki no Usagi e a versão japonesa conta que um coelho, uma raposa e um macaco viviam juntos em uma floresta. Certo dia um viajante da lua, disfarçado, lhes pediu comida para descobrir quem seria o mais gentil. O macaco lhe ofereceu frutas, a raposa lhe deu peixes, e o

coelho que nada tinha a oferecer, jogou-se no fogo para lhe dar sua carne. O viajante o impediu e levou-o consigo para a lua, onde após a morte de seu falecido mestre, o coelho pode ser visto batendo **mochi** (lê-se mochí), um tipo de bolinho de arroz, em homenagem a seu querido amigo.

Acredita-se que a lua é branca devido ao pó de arroz que o coelho espalha. Todos os anos o Japão promove o **Festival da Lua**, ou **Otsukimi**, em japonês, onde se pode observar a lua cheia e ouvir as crianças cantando para o coelho Usagi. Essa lenda existe em vários países com visões diferentes do coelho na lua e contos um pouco distintos em cada um, e já foi citada em outros animês, inclusive Cavaleiros do Zodíaco. Os japoneses também se reúnem em filas enormes, no Japão e no Brasil, para comer mochi. O bolinho deve ser consumido com muito cuidado, lentamente e em pequenos pedaços, pois apesar de ser crocante por fora sua massa é muito concentrada e já houve mortes por asfixia durante o festival.

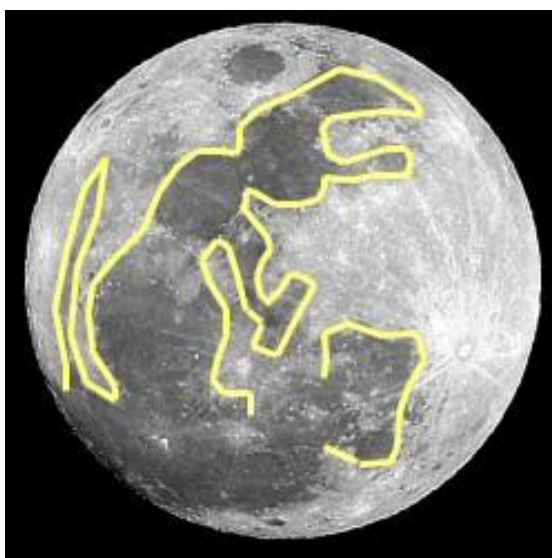


Figura 19 - Coelho da Lua (Tsuki no Usagi)

Fonte: <http://www.aoikuwan.com.br>

Outro festival japonês famoso no Brasil é o **Tanabata Matsuri**, que ocorre no bairro da Liberdade em São Paulo. Conta a lenda da princesa Orihime, que apaixonou-se pelo jovem Kengyu. Para ficarem juntos, negligenciaram suas responsabilidades. Como castigo foram enviados para lados opostos da Via Láctea, e só poderiam se encontrar uma vez ao ano, no dia 7 de julho, data do festival. As pessoas se reúnem com trajes tradicionais japoneses para observar as estrelas e fazer pedidos a elas.

A literatura japonesa também tem chegado até nós, nos trazendo livros maravilhosos como O Caminho do Guerreiro, de Thomas Cleary, lançado pela editora JBC em 2010, mesmo tradutor do best-seller A Arte da Guerra. Esse livro trata sobre **kendo** (lê-se kendô), o caminho espiritual seguido pelos samurais e como isso influenciava em suas vidas fora do campo de batalha. O texto é uma adaptação do antigo código samurai, chamado originalmente de “**Bushido Shoshinshu**”, que existe há mais de 400 anos e é considerado como leitura obrigatória para qualquer cidadão japonês. Também temos o famoso Memórias de Uma Gueixa, de Arthur Golden, lançado em 2006 pela editora Imago, que ganhou um filme em 2005, lançado no Brasil em 2006. Essa obra demonstra ser uma excelente fonte de pesquisa sobre **gueixas**, um dos fortes elementos da cultura milenar japonesa, mostrando ainda o porquê de serem tão confundidas com **oirans**, e como diferenciá-las.



Figura 20 - Gueixas dançando em uma apresentação

Fonte: <http://www.aumagic.blogspot.com>

Esclarecendo brevemente, gueixa significa literalmente **artista** e nada mais é que uma artista treinada para entreter pessoas em festas, utilizando vários tipos de arte somados a sua sedução. Porém, podem entregar-se apenas a um único homem que venha a se tornar seu **daná**, marido. As oirans são prostitutas de luxo e vivem em bordéis, enquanto as gueixas vivem em casas tradicionais japonesas conhecidas como “**okiyas**” (lê-se okíyas). A principal diferença entre elas é que as gueixas usam

o laço do **quimono** (veste tradicional japonesa) nas costas, e as oirans o utilizam virado para a frente, além de seus quimonos possuírem cores bem mais fortes, berrantes e chamativas, e os penteados e adornos no cabelo serem maiores. Há um filme chamado “**Sakuran**”, derivado do mangá de mesmo nome, que mostra um pouco sobre a vida das oirans.



Figura 21 – Oiran

Fonte: <http://www.nicojay.deviantart.com>

Uma grande e verdadeira paixão dos japoneses é o karaokê. O Japão coleciona uma série de cantores clássicos, e bandas de J-pop, que mesmo hoje só aumentam sua qualidade musical. Além da já citada Anza Ooyama, que interpretou o tema de encerramento “Tobira wo Akete” (Abra a Porta), de Sakura Card Captors, algumas cantoras que se destacam mundialmente e são amadas no Brasil são Horie Mistuko, dona de uma voz angelical capaz de hipnotizar ao primeiro contato, que chegou a interpretar temas de animês como Candy Candy (Doce Doce) e Saint Seiya (Santo Seiya), alcançando grande sucesso com as canções “Atena no Komoriuta” (Canção de ninar de Atena) e “Shine On” (sem tradução exata, significa brilhar sobre algo ou alguém). Há Yui, simplesmente Yui, que fez sucesso com canções do anime Bleach, de Tite Kubo, especialmente “Life” (Vida). Também temos Tsubasa Imamura que vem ganhando cada vez mais espaço por entoar canções da

MPB em português com um talento incontestável. A cantora possui moradia no Brasil, na cidade de São Paulo, onde passa algumas temporadas entre as idas e vindas do Japão, e já fez shows em vários locais do país. Ela também possui um canal no site Youtube onde exhibe vídeos sobre locais interessantes do Japão. Ela fala japonês e português, o qual decidiu aprender para se comunicar de maneira mais próxima com os fãs. Outros destaques são o cantor Joe Inoue, que ganhou fama interpretando canções de vários animês, especialmente Naruto, de Masashi Kishimoto, os cantores Akira Kushida e Hironobu Kageyama, conhecidos por entoarem temas de tokusatus, e as bandas Flow, com muitos sucessos, dentre eles temas de Dragon Ball Z, L'Arc in Ciel, de Full Metal Alchemist, com a famosa canção "Lost Heaven" (Paraíso perdido), e Asian Kung-Fu Generation, interpretando temas de Fullmetal Alchemist, Naruto e Bleach. Há ainda duas canções famosíssimas de dois dos animês mais marcantes até hoje, Brave Heart (Coração Valente - Digimon Adventure), por Ayume Miyasaki, e Moonlight Densetsu (Lenda da luz da lua - Sailor Moon), composta por Tetsuya Komuro e interpretada pela banda Dali, e em seguida pela banda Moon Lips. Essa canção ganhou um prêmio de melhor tema de animê da década de 90. Esses são apenas alguns dos vários sucessos do Japão.

Algumas canções japonesas, principalmente os temas de animês, vem ganhando suas versões em português há muitos anos, com as vozes de cantores como Edu Falashi, Larissa Tassi (interpretando temas de animês desde a infância), Rodrigo Rossi, Melissa Matos, Ricardo Cruz, todos esses de Cavaleiros do Zodíaco, Fernando Janson e Sônia Santhelmo, de Inu-Yasha, Anísio Mello, de Dragon Ball, Sarah Regina, de Sakura Card Captor e Popolocrois, além de muitos outros.

O Bairro da Liberdade, em São Paulo, capital, possui como uma de suas atrações, pequenos e grandes eventos de karaokê, aos quais todos os nikkeis e descendentes comparecem. Mesmo os locais que não tem o karaokê como sua principal função estão equipados com ele. Com os anos, essa prática saiu do bairro e se espalhou para os eventos de cultura japonesa, onde por vezes são realizados pequenos concursos de canto entre os otakus, otomes e cosplayers, e vez ou outra surgem talentos, que acabam evoluindo e sendo convidados como atrações para os eventos, sejam cantores (as) ou bandas, como as bandas Negrayscow, da cidade de Petrópolis no Rio de Janeiro, e Shinigami, de Caruaru, no estado de Pernambuco.

Em 2010, o brasileiro Roberto Casanova, que trabalha como operário de fábrica no Japão, concorrendo com 80 mil pessoas, tornou-se o vencedor do maior concurso de karaokê do país, promovido pela rede de televisão **NHK**, que inclusive possui um mascote, um marfagafo chamado **Domo-kun**, e vez ou outra enviam representantes ao Brasil para filmar alguns eventos. Dez anos atrás, Casanova havia sido considerado o rei do Karaokê no Bairro da Liberdade. Uma doença grave cruzou o seu caminho, interrompendo sua carreira, e os japoneses o ajudaram durante sua batalha, até que foi salvo pelo irmão com um transplante de rim. Após passadas as dificuldades, conheceu uma japonesa chamada Mika, com quem se casou e foi morar no Japão, onde canta nos horários em que não está na fábrica.



Figura 22 - Roberto Casanova, campeonato em 2010.

Fonte: <http://www.portalmie.com>

O Japão possui ainda cantores virtuais criados pela Crypton Future Media, chamados **Vocaloids**, famosos em todo o mundo. Até mesmo shows são realizados. O cantor é virtual, mas o show é ao vivo. Os vocaloids mais amados são Kaito, Meiko, os gêmeos Rin e Len, e a famosíssima Miku Hatsune, cujo nome significa **o primeiro som do futuro**, e é interpretada pela voz de Saki Fujita. Os vocaloids já fizeram várias participações em animês, e tem muitas canções que fazem alusão a várias histórias, como Alice no país das maravilhas, de Lewis Carroll.



Figura 23 - Show de Miku Hatsune no Japão.

Fonte: <http://www.mundomanga.net>

Os games também se destacam e muitos chegaram a nós através de uma das maiores produtoras de game do mundo, a Nintendo Company, que marcou a infância e a vida de muitas pessoas com fenômenos como Mario Bros e The Legend of Zelda (**Zeruda no Densetsu**, em japonês, e A Lenda de Zelda, em português), criados pelo designer e desenvolvedor de games Shigeru Miyamoto, em 1991 e 1986, respectivamente. Ambos já acumulam vários jogos que contam os acontecimentos no decorrer de muitos anos passados na história do game e Zelda chegou a ganhar um livro contando a cronologia da série, o The Legend of Zelda - Hyrule Historia (A Lenda de Zelda – História de Hyrule). A Nintendo é vista como símbolo mundial dos videogames, devido a seu sucesso de vendas com jogos, consoles (aparelhos para jogar os games), e seus personagens cativantes que permanecem sempre guardados nos corações de muitos fãs.

Inicialmente o personagem Mario tinha o nome de Jumpman (homem que salta), pois saltava entre os níveis do jogo, mas alguém da empresa percebeu as semelhanças físicas do personagem com o senhorio italiano do escritório da Nintendo em Nova York, Mario. Com o nome da princesa Zelda ocorreu algo parecido. Shigeru não tinha ideia de qual nome dar à princesa, até descobrir que o nome da esposa do escritor norte americano Francis Scott Fitzgerald era Zelda. Shigeru gostou da sonoridade do nome e nomeou a princesa com ele. A Nintendo possui uma revista própria publicada no Brasil, a Nintendo World (Mundo Nintendo), com novidades e matérias sobre seus games, eventos, consoles, livros e outros produtos. Outro game aclamado pertence à Square Enix, a franquia Final Fantasy

(*Fainaru Fantaji* em japonês e Fantasia Final em português), criada por Hironobu Sakaguchi, que também coleciona sequências do jogo, e possui até mesmo filmes em animação 3D, livros e animes.

Para acompanhar as novidades do Japão, os fãs, e até pessoas que nada sabem sobre o universo japonês, adoram apreciar um pouco da culinária do país. Outros pratos apreciados, além do mochi, são o **manjuu**, bolinho com recheio de feijão; o popular **sushi**, arroz japonês e alga marinha recheados com outros ingredientes que podem ser doces ou salgados junto ao peixe cru; **sashimi**, apenas arroz e peixe cru; **temaki**, um espécie de sushi em forma de cone com recheio de peixe cru e salada ou frutas; **tempurá**, um empanado frito com legumes, frutos do mar, carne, sorvete ou frutas; **yakisoba**, feito com macarrão semi frito na chapa e servido com legumes ou carnes e **molho shoyu** (molho de soja), e encontrado em vários sabores; **missoshiro**, sopa feita com peixe e **missô**, uma pasta de soja, e também com sabores variados; **udon**, um macarrão grosso e cilíndrico feito de trigo, servido com peixe e carne grelhados; e **sukiyaki**, receita de legumes e carne, consumida diretamente da panela que fica sobre um fogareiro portátil em cima da mesa. Esses são apenas alguns pratos da extensa culinária oriental, e é interessante saber que os “pauzinhos” utilizados na alimentação chamam-se **hashi** (lê-se hashí), e nunca devem ser espetados na comida ou largados no prato, e sim deixados no suporte especial para hashis, uma pequena peça para apoiar a ponta dos instrumentos.

Sobre o idioma, **“nihongo”** (lê-se nihongô, em japonês), um ponto interessante são as formas de dizer “eu te amo”. **“Daisuki”** (se lê daiski, com “u” quase mudo) é a forma utilizada para dizer que gosta de alguém, seja amigo, namorado, mãe, irmão... **“Aishiteru”** (aishiterú) se fala para uma pessoa que você ama muito ou a pessoa que você mais ama, mais do que qualquer outra. Se diz **“koishiteru”** (koishiterú) quando você quer passar o resto da sua vida com alguém. Porém, no Brasil, os otakus costumam dizer simplesmente aishiteru, seja qual for a natureza do eu te amo. Outro ponto que é normalmente confundido, o que causa a pronúncia errada de várias palavras, são as sílabas shi e chi do alfabeto fonético. Shi se pronuncia com som de x, e chi com som de t (tchi).

Outro fator surpreendente se encontra nas histórias de terror produzidas no Japão, sejam em animações, filmes, mangás, livros, lendas urbanas ou **doramas** (novelas). Diferente das histórias de terror produzidas no ocidente, que costumam recorrer não somente ao paranormal, mas muitas vezes também à violência e cenas visualmente assustadoras, as histórias de terror orientais utilizam muito mais elementos como barulho e terror psicológico para assustar as pessoas. Essas histórias surgem com frequência muito maior no verão, pois o verão da Terra do Sol Nascente pode ser tão quente quanto o inverno é frio e as pessoas relatam que ao ocuparem suas mentes com medo das histórias de terror elas acabam se esquecendo do calor.

O mundo mágico que os japoneses nos trouxeram gerou um grande número de fãs no país desde tempos remotos, e a cada ano vem crescendo. Hoje podemos encontrar algumas revistas produzidas e publicadas no Brasil que tratem de animê, mangá, cosplay, tokusatsu, live action, musicais ou até mesmo antigas lendas e tradições japonesas, e outros fatos interessantes sobre a cultura do Japão. O número de revistas que podemos encontrar no mercado brasileiro ainda é pequeno se compararmos com o número enorme visto no Japão, porém é uma parte do mercado otaku que está em desenvolvimento, ainda buscando mudanças e melhorias para atender a um público que ultimamente tem buscado com maior frequência informações sobre a Terra do Sol Nascente e tudo o que nós buscamos conhecer através de seu povo.

Capítulo 2 – Design editorial

Segundo o autor Bernd Lobach, em “Design industrial – Bases para a configuração dos produtos industriais”, lançado em 2011 pela editora Blucher, o conceito de design gera bastante confusão uma vez que nem sempre está claro o que o termo significa. O dicionário Aurélio descreve design como projeto, plano, esboço, desenho, croqui, construção, configuração ou modelo, levando a compreender que o design se trata da concretização de uma ideia através de projetos ou modelos, cuja construção e configuração geram um produto industrial passível de produção em série. Também é possível dizer que o design é a materialização de uma ideia ou que ele começa no desenvolvimento de uma ideia, passa à fase de projeto e tem como função resolver problemas gerados através das necessidades humanas.

Um dos ramos do design é o design gráfico, que através de imagens e textos transmite informações, ideias e conceitos. A partir dele podemos encontrar o design editorial, que compreende publicações impressas ou digitais, encontradas em livros, revistas, jornais ou sites. Nem sempre essas publicações apresentam um visual agradável ou uma maneira fácil e precisa para absorver as informações encontradas, e é nesses casos em que o design editorial mostra-se importante para o usuário, uma vez que pode evitar e corrigir tais problemas.

Pode-se definir como design editorial um atributo do design gráfico que gera um projeto gráfico através de editoração, composta por elementos como cores, tipografia e imagens específicas, que servirão como um meio de atrair o público-alvo. O autor Timothy Samara acredita que é possível atribuir qualquer forma visual a uma ideia, e junto ao editor o designer pode decidir qual é a melhor forma, como ele cita em “Guia do Design Editorial – Manual prático para o design de publicações”, lançado em 2011 pela editora Bookman. O designer deve analisar o conteúdo da publicação e idealizar sua aparência e sensação em relação às mensagens.

Analisar o público alvo se mostra um ponto fundamental, uma vez que para expor determinado conceito a um público, você deve primeiro conhecê-lo, o que se torna possível através do estudo de suas identidades, gêneros, características demográficas, em qual fase da vida se encontram, classes operárias, interesses e o

que os uniu para que se tornassem um grupo. Escolher uma ideia que se mostre relevante e também acessível para um determinado grupo auxilia na escolha da forma física da publicação, em seu estilo visual e em sua organização, possibilitando escolher o melhor meio de transmissão da informação para o público. Se a informação apresentar complexidade e evolução contínua, a melhor escolha pode ser um periódico. Caso seja restrita e não evolua com constância, mas ainda seja possível explorá-la em dados momentos, pode-se utilizar um catálogo.

O design editorial se atenta a texto, ilustração, fotografia, tipografia, cores e hierarquia, preocupando-se tanto com a organização dos elementos quanto com a sensação que será causada quando o leitor vir o trabalho realizado. Todos esses elementos juntos geram a diagramação do trabalho, que pode ser explicada como um meio de unir e organizar os componentes da publicação impressa. Um bom trabalho de editoração também pode surpreender o leitor criando um resultado que ele não esperava, seja alterando o formato da publicação, seu visual ou a organização de seus elementos.

De acordo com o autor Timothy Samara, conforme se altera o formato da publicação, sensações diferentes podem ser acionadas em quem lê. Quando as proporções de um determinado formato sofrem mudanças temos novas percepções sobre noção de espaço, tensão e movimento. Um formato quadrado traz um espaço neutro e sem tensão, o vertical reflete o posicionamento do corpo humano, gerando um impulso visual vertical tenso e ativo, o horizontal é mais brando e reflete a paisagem, com impulso mais leve, menos dinâmico, e movimentação entre direita e esquerda. E se outro formato que difere dos três já apresentados for selecionado a comunicação será igualmente afetada. Projetos gráficos cujas proporções são alteradas em alta escala, ou seja, formatos muitos grandes ou muito pequenos, podem querer direcionar o leitor a uma mensagem específica, voltando ao conceito de que o formato pode ser escolhido de acordo com a sensação que o conteúdo causará a quem ler. A seleção também pode ser influenciada por necessidades tipográficas do projeto.

Além da seleção do formato da publicação, o designer trabalha com os demais elementos citados, estudando um layout e grids para a organização do conteúdo na capa e dentro da publicação, quais cores poderão se adequar melhor

ao conteúdo ou à ideia que se deseja transmitir, quais imagens e tipografia melhor expressarão o conteúdo do texto e uma hierarquia que estabeleça a relevância de cada um desses componentes, que juntos formam a diagramação do projeto gráfico.

Pode-se entender como diagramação um esquema onde se organiza o conjunto de todos os elementos que formam o projeto (imagens, ilustração, textos, tipografia, cores, layout, grids, etc). Layout é uma espécie de rascunho de como serão as páginas do projeto, como cada componente se encaixa naquele espaço. Grid pode ser definido como uma malha utilizada para organizar os elementos gráficos dentro do layout, oferecendo clareza, eficiência, continuidade e economia de espaço e de tempo, uma vez que permite encaixar uma quantidade muito grande informações rapidamente, separando as diferentes informações e facilitando a navegação entre elas. Normalmente adota-se o uso de quadrados e retângulos para auxiliar na organização, criando uma noção sobre a altura e a distância dos elementos dentro da página. O grid também torna possível que um mesmo projeto gráfico ou uma sequência de outros projetos tenham a participação de várias pessoas sem comprometer a qualidade entre um trabalho e outro.

2.1 O uso das cores

Um ponto vital para tocar o coração do leitor é trabalhar as cores a serem utilizadas no projeto. Ainda segundo Samara, a cor é um poderoso estímulo visual, que por estar conectada ao mundo real torna-se uma ferramenta muito relevante. Contudo, a cor pode expressar sentidos subjetivos, uma vez que é gerada da transmissão de ondas de luz refletidas através do olho, um órgão imperfeito, e interpretada pelo cérebro, também de maneira imperfeita. Embora a percepção da cor entre os seres humanos seja universal, o modo como cada um a interpreta é diferente, levando-se em conta experiências pessoais e culturais, que alteram o modo como captamos mensagens cromáticas. Também enxergamos comprimentos de onda diferentes, o que parece azul para uma pessoa pode parecer violeta para outro, o que parece vermelho pode ser enxergado como laranja por outros olhos.

Cada cor é determinada por quatro aspectos, que são matiz, a identidade de uma cor, quando percebemos a diferença entre cores em função do comprimento de onda, nos permitindo saber se é vermelho, azul, verde, rosa ou outra cor; saturação, a intensidade ou falta de intensidade de uma cor; temperatura, que difere cores

quentes, como vermelho e laranja, e cores frias, como verde e azul; e valor, o aspecto que diferencia cores escuras e cores claras. A percepção cromáticas desses atributos muda conforme cores diferentes aparecem. Um mesmo tom de verde pode parecer escuro sobre um plano branco, mas parecer claro sobre um plano preto. Um único tom de cor pode aparentar ser frio, intenso ou opaco, dependendo da cor de fundo sobre a qual está posicionado.

A cor também pode apresentar uma relação com o espaço. Se observarmos um círculo cromático, as cores quentes, mais chamativas, aparentam estar mais próximas, enquanto as cores frias parecem se afastar. Quanto menor o espaço ocupado por uma cor, mais escura ela parecerá. Uma linha e um quadrado violetas localizados em uma folha de papel branca terão valores de cor diferentes, apesar de estarem tingidos pelo mesmo tom de violeta. A linha irá aparentar exibir uma cor mais escura do que o quadrado por estar cercada por um espaço branco maior.

Trabalhando-se bem a cor é possível atingir mais profundamente o coração do leitor. Sua extensa variedade de mensagens psicológicas pode influenciar a maneira como cada um interpreta o conteúdo de uma publicação. O azul é a cor que mais relaxa, também é associada à água, vida, ao espiritual e à meditação, o verde estimula nossos pensamentos por vezes pode também ser associado à fome, o amarelo transmite alegria e energia, o vermelho nos deixa alertas e alguns acreditam que também estimula o apetite, podendo até mesmo causar agressividade e nervosismo em pessoas que ficam muito constantemente expostas a essa cor, segundo estudiosos.

Cada tom nos transmite uma determinada mensagem ou significado, embora seja possível que esse significado se mostre de maneira diferente, de acordo com as experiências de vida de cada pessoa ou sua cultura. O luto no ocidente é indicado pela cor preta, mas no oriente é o branco, que fornece uma sensação de limpeza e pureza. Uma determinada cor unida a um dado conteúdo ou utilizada em alguma palavra ou imagem específica pode influenciar drasticamente no sentido da mensagem a ser transmitida. Promover associações de cores com o conteúdo auxilia a encontrar a cor mais adequada para a publicação.

A cor também pode ser aplicada para identificar informações através de diferentes cores. O designer faz uma paleta de cores para ser utilizada no projeto,

que pode se basear no conteúdo do tema escolhido. Paleta de cores poderia ser definida como um quadro que mostra as principais cores ou as cores padrão que serão empregadas no projeto gráfico, seja ele impresso, digital ou ambos. Dizemos que a cor é utilizada como um sistema de codificação quando ela serve para distinguir seções ou componentes. Caso uma mesma cor seja utilizada em subcategorias de conteúdo, é preciso prestar atenção se a diferença entre os tons é perceptível, e a codificação deve ser simples, pois se cores demais estiverem presentes a mente pode se confundir.

2.2 Fortalecendo os conceitos: A tipografia

É importante também discutir a tipografia, mais uma preocupação indispensável e vital para um projeto gráfico. Na transmissão de mensagens verbais é preciso clareza, hierarquia e legibilidade. Porém a tipografia também se mostra capaz de emitir mensagens não verbais quando selecionamos uma fonte para o projeto. O nome de uma fonte e suas características lhe atribuem uma identidade e um significado, o que oferece mais vida ao texto ao selecionarmos a fonte adequada para a proposta. A escolha da tipografia mais adequada ao projeto gráfico pode fortalecer os conceitos que o projeto deseja transmitir.

Uma tipografia se diferencia das outras por meio de tamanho, aspectos como claro, escuro e ritmo espacial, inclinação, o uso ou não de serifa. Serifa se trata de hastes que adornam as letras em suas terminações, geralmente presente em tipografias clássicas. Uma tipografia gótica ou bold (como chamamos letras em negrito ou com traço mais espesso) pode garantir um aspecto mais sombrio e pesado ao texto, uma tipografia com traços mais finos garante uma leitura mais leve. Tipografias de natureza diferentes podem ser utilizadas simultaneamente na mesma publicação, podendo ajudar a balancear ideias diferentes ou atribuir pesos diferentes para cada elemento.

As características culturais, emocionais ou necessidades dos leitores podem leva-los a interpretar de maneira diferente ou sentir de maneira diferente o impacto e finalidade da tipografia. Uma pessoa com déficit de atenção facilmente poderá ler um texto longo em Comic Sans sem se cansar depressa, o que não funcionará para um leitor que não possui esse problema. Essa tipografia foi criada em 1994 pelo desenhista Vincet Connare, e posteriormente inserida no sistema Microsoft

Windows desde o surgimento do Windows 95. Permanece como uma das mais famosas tipografias da Microsoft. Foi criada com base na ideia de seguir o movimento de histórias em quadrinhos, por isso o nome de comic, uma vez que comics significa quadrinhos em inglês.

Uma forma interessante de utilizar a tipografia é unir o formato das letras a alguma ideia visual que se deseje passar ao leitor para gerar uma imagem, formada por letras ou palavras. Quando o sentido dessa união é compreendido e assimilado através da observação, as palavras se tornam um símbolo. Essa formação costuma aparecer ilustrando o conteúdo de revistas, títulos e manchetes, e garante mais força à mensagem, que chamará mais atenção e será lembrada com mais facilidade. Samara diz ser mais provável um leitor recordar uma única mensagem poderosa do que cinco mais fracas, e divide a união da tipografia com uma ideia visual em seis processos.

- . Pictorialização: A tipografia representa um objeto real ou as características de algo real. Na ilustração, tipografia e ideia são combinadas para parecer que a imagem foi feita com um material reconhecível ou para mostrar parte de um objeto reconhecível.

- . Inclusão Pictórica: Elementos ilustrativos são inseridos nas letras para interagir com seus traços ou contraformas (formatos vistos dentro das letras). A tipografia permanece inalterada, mas a intervenção inverte a tipografia ou substitui as contraformas das letras.

- . Desconstrução sintática: As relações visuais na tipografia são alteradas, destacando ou deformando a estrutura da palavra.

- . Substituição de formas: Uma ou mais letras são substituídas por uma imagem ou símbolo que se assemelhem a elas, transformando palavra em imagem.

- . Alteração de formas: As características estruturais da tipografia são alteradas a fim de mudar o sentido literal da palavra.

- . Ornamentação: Bordas, contornos, linhas, formas, pontos, dingbats (fontes formadas por símbolos e ícones ao invés de palavras e números), são utilizados

para ornamentar a palavra, transformando-a em imagem, e podendo alterar o contexto dependendo de qual ornamento for usado.

Outro ponto importante para uma boa tipografia é o espaçamento entre as letras nas palavras, também chamado de tom de cinza. O espaço correto evita que o leitor fique confuso ou se distraia com facilidade, e ainda garante o espaço ideal entre palavras, linhas e colunas de texto e parágrafos. Há um ritmo de traços e espaços para cada fonte tipográfica, definido pela relação entre as formas e contraformas das letras, que também pode ser explicada como um equilíbrio entre o sólido (letra) e vazio (contraforma), tanto dentro das letras quanto entre elas. Se as letras forem finas demais ou as contraformas parecerem maiores do que elas, a leitura é prejudicada.

Pode haver dificuldades em encontrar esse equilíbrio, dadas as diferenças de tamanho, forma e densidade de uma letra para outra. Para auxiliar nesse problema, faces de tipos digitais são programadas para adicionar ou diminuir espaços entre as letras, dependendo de como forem combinadas. Essas combinações são conhecidas como pares de Kerning, e nem todas podem ser corrigidas pelos softwares, tornando necessária a intervenção de designers para as correções.

O tamanho também influencia na forma como o texto é percebido. Uma tipografia sem serifa e outra serifada e clássica aplicadas em um texto podem passar a impressão de estarem em tamanhos diferentes, ainda que tenham o mesmo tamanho. Isso ocorre devido à altura x (caixa baixa) ser maior em relação à altura X (caixa alta) nas fontes sem serifa do que nas fontes serifadas. Uma tipografia sem serifa, como a Univers, pode proporcionar uma leitura agradável em um tamanho pequeno, o que não ocorre com uma tipografia serifada, como a Times New Roman, pois parecerá estar um tamanho menor e difícil de ser lido. Quanto menores estiverem as letras, maior deve ser o espaçamento entre elas, para ajudar o olho humano a separá-las com maior facilidade, e à medida que as letras aumentam, o espaço entre elas diminui.

Uma curiosidade sobre a origem das denominações de caixa alta e caixa baixa é que antigamente os tipos móveis eram guardados em cavaletes com várias

gavetas. As letras que se apresentavam em forma maiúscula eram mantidas nas gavetas de cima, e as letras minúsculas eram guardadas nas gavetas abaixo.

Para formar um texto, temos como base o parágrafo, que pode ou não estar alinhado, ser estreito ou largo, individual ou em grupos, ter diferentes espaços entre letras, linhas e entrelinhas, que podem ser compreendidas como a medida vertical dos espaços vazios existentes entre as linhas do texto, e podem influir na textura visual e legibilidade do parágrafo. A atenção a cada aspecto levará a uma leitura confortável. O espacejamento entre palavras deve ser o necessário, nem muito grande, nem muito pequeno. Se for grande demais, pode gerar os chamados “caminhos de rato”, que conectam palavras de linhas diferentes, confundindo os olhos e dificultando a absorção da informação. O espaço entre imagem, texto e plano de fundo também deve ser observado. A imagem pode ser centralizada ou deslocada na página, para direita ou esquerda, podendo gerar proporções regulares ou variadas. Proporções variadas são consideradas as mais adequadas, uma vez que tornam a composição mais dinâmica e estimulam o leitor a observar mais atentamente. Espaços regulares podem deixar a composição monótona e cansativa.

A profundidade, altura, tamanho de descendentes e ascendentes das letras e comprimento das linhas do texto influenciam no tempo de leitura e na forma do parágrafo, além dos diferentes alinhamentos possíveis, centralizado, à direita ou esquerda ou justificado. O alinhamento gera alterações no espaço entre as palavras de um parágrafo, que apresentam espaços regulares, a não ser no parágrafo justificado, que causa alterações e possíveis caminhos de rato, tornando-se o mais complicado para ser trabalhado. Uma forma de reduzir esse risco é buscar a largura ideal para o parágrafo antes de escolher seu alinhamento. As formas laterais criadas pelas linhas de tamanhos diferentes dos alinhamentos à direita e esquerda chamam-se franja. A escolha desses alinhamentos, além de evitar os caminhos de rato, pode criar uma textura e exibir um contraste visual, enriquecendo a composição. A franja considerada ideal é aquela que parece invisível à primeira vista, que apresenta uma ondulação regular ou que siga um padrão, caso seja profunda. Uma franja muito irregular pode distrair o leitor. Quanto ao tempo de leitura, letras mais largas levam mais tempo para ser lidas, enquanto letras mais condensadas são assimiladas mais rapidamente, uma vez que valorizam a direção vertical e ocupam um espaço menor.

É importante ainda dar atenção aos espaços e alinhamentos entre massas e vazios, ou seja, entre texto ou imagem e espaços em branco, que também são importantes para permitir que a composição respire e não fique visualmente sobrecarregada de informações e confusa. O alinhamento exibe a relação entre os elementos da página e orienta o movimento seguido durante a leitura. O contraste entre os elementos pode ser decidido através de pesos, cores, tamanhos ou estilos. A mudança de cores pode dar a impressão de profundidade, seja na tipografia ou em outros pontos do projeto gráfico, proporcionando uma maior qualidade à absorção das ideias.

A atenção aos detalhes também é indispensável, embora por vezes passe despercebida. É necessário prestar atenção ao espaço existente entre alguns símbolos, que pode ser desnecessário e causar um efeito desagradável em alguns momentos, e também à falta dele, que pode colar letras e símbolos que estejam muito próximos e confundir o leitor. A utilização correta da pontuação também é um fator fundamental e ainda o cuidado ao inserir números no texto corrido, principalmente se houver muitos números juntos, para que fiquem alinhados corretamente uns sobre os outros. Outros elementos dignos de cuidado são a quebra de palavras, recuo nas frases, o estilo dos marcadores, equilíbrio entre palavras com e sem negrito ou itálico, bem como o espaçamento entre elas e organização das frases em parágrafos que se formam em colunas. O designer deve buscar o equilíbrio entre os elementos que compõem a página e o texto, especialmente se for longo, e as características mais adequadas para cada caso, a fim de proporcionar uma leitura fácil e confortável.

A hierarquia trata de mostrar a importância ou função de cada parte da composição, seja no todo ou dentro de cada elemento, dando destaque maior para os elementos que devem ser vistos primeiramente, mas sem prejudicar o equilíbrio entre eles dentro da página. Uma estratégia utilizada pelos designers é a distinção espacial, seja manipulando o espaço em volta do que se deseja enfatizar ou garantindo um espaço maior a ser ocupado. A função de algumas partes do texto pode ser determinada dessa forma, com letras maiores ou mais afastadas do texto em si, identificando título, cabeçalho ou rodapé. A diferença entre os elementos promove a hierarquia, porém se todos os elementos forem absolutamente diferentes,

todos parecerão importantes, e acabarão quebrando a ideia de contraste e hierarquia.

2.3 Formato e grid

Uma das primeiras coisas, senão a primeira, que o designer deve pensar ao trabalhar em uma publicação é o seu formato. É preciso avaliar quem irá ler a publicação, o que o formato poderá transmitir da marca ou editora, o que será publicado, quantas páginas são necessárias para abrigar o conteúdo, quão longe é possível chegar com o orçamento disponível ou ainda qual formato pode ser impresso pela máquina utilizada na produção.

O formato quadrado é neutro e não apresenta tensão, o horizontal produz uma sensação calmante, remetendo à paisagem, o vertical se adequa às publicações que exigem mais destaque, mostrando tensão e atividade, ou seja, o formato de uma publicação pode influir em sua percepção por parte dos leitores. O conteúdo deve ser reconhecido por eles, mas ainda assim permitir brechas para mudanças em alguns momentos.

A primeira página de um livro sempre fica à direita, o que faz com que todas as páginas ímpares também se localizem à direita, e as pares à esquerda. Paginação é como se chama a sequência de páginas duplas e cadernos que forma a sequência do conteúdo. Chamamos de caderno-in-fólio uma folha que tem formato de tabloide dobrada ao meio. O designer deve ter o cuidado de calcular quantos cadernos serão necessários para formar a publicação completa, a fim de evitar gerar páginas numa quantidade muito acima ou muito abaixo do necessário. Para ajudar nesse cálculo, sabemos que o número de páginas deve ser divisível por 4, a não ser quando as folhas estão soltas e são costuradas ou coladas na lombada.

O ponto chave para trabalhar o formato é gerar um grid, que pode ser definido como uma grade de eixos horizontais e verticais que permitem o posicionamento de textos e imagens na página de maneira eficiente, clara e contínua. Ele auxilia na organização do layout, diferencia informações e ajuda a navegar entre elas, permitindo diagramar muita informação em pouco tempo, e com a participação de várias pessoas.

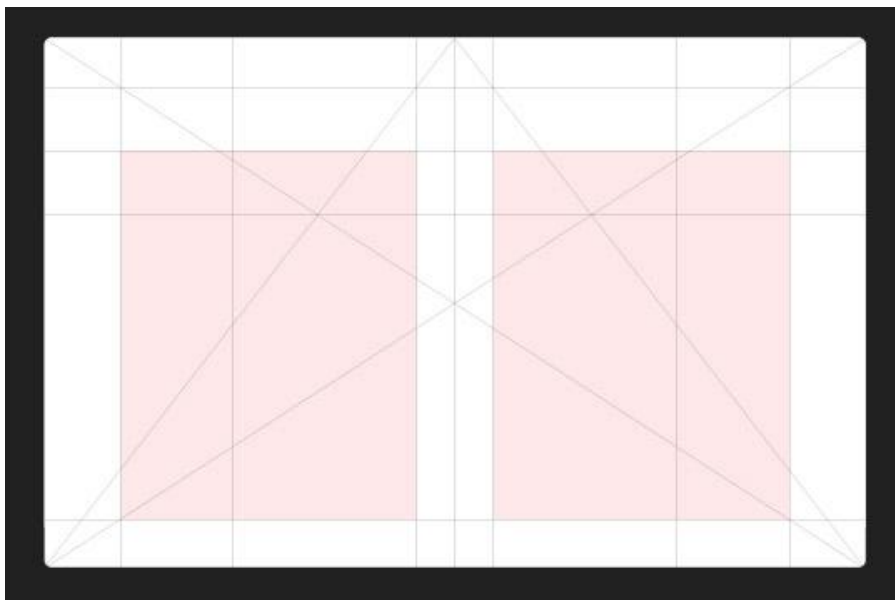


Figura 24 - Exemplo de grid

Fonte: <http://www.gomedia.com>

Quanto às colunas, o grid se mostra bastante flexível, uma vez que cada tipo de coluna se adapta a dadas situações. O tamanho da tipografia do texto pode definir a largura da coluna. Uma coluna muito estreita pode exigir o uso em excesso do hífen e dificultar a formação de uma franja uniforme. Uma coluna muito larga dificulta a localização do início das linhas. Normalmente determina-se que se o espaço entre colunas é x , as margens terão o dobro desse tamanho, $2x$. Margens maiores que o espaço x atraem o olhar do leitor para dentro da página, reduzindo a tensão entre os dois espaços, da margem e entre as colunas. A linha superior do grid mostra a distância em que colunas e texto devem começar, e uma linha próxima à parte de cima da página pode indicar cabeçalho, paginação ou divisores de seção, enquanto que as guias horizontais ajudam a acomodar quebras incomuns de texto e imagem.

O grid modular é geralmente utilizado em grandes sistemas de publicação e possui colunas com várias guias horizontais subdividindo colunas e linhas, criando módulos. Os módulos agrupados geram as zonas espaciais. Módulos pequenos permitem mais flexibilidade e precisão, mas se houver muitas subdivisões, pode parecer confuso e exagerado. De acordo com as imagens ou ênfase da publicação, os módulos podem ser horizontais ou verticais. Com atenção à proporção dos módulos, é possível gerar formatos de maneira mais econômica.

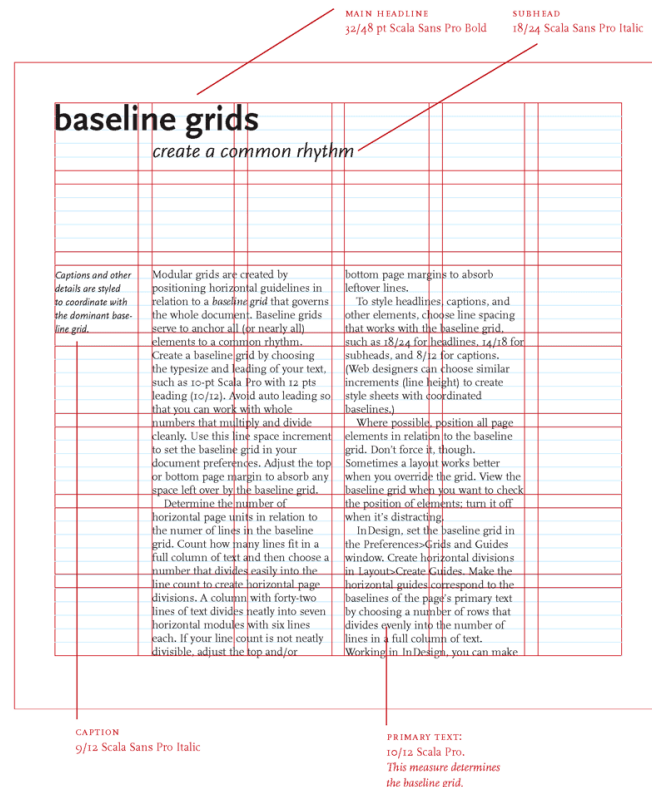


Figura 25 - Exemplo de grid modular

Fonte: <http://www.thinkingwithtype.com>

É curioso salientar que entre 1950 e 1980, a estrutura do grid modular foi associada à ordem social e política, ideias da Bauhaus e do Estilo Internacional Suíço, também chamado de Escola Suíça. Às vezes os grids modulares eram usados para atribuir esse sentido. A Bauhaus foi a primeira escola de design do mundo, também se dedicando à artes plásticas e arquitetura. Seu fundador, em 25 de abril de 1919, foi Walter Gropius. A Escola Suíça carregava a premissa de que a forma segue a função.

A forma e o volume da publicação influem na escolha do grid. Os textos e proporções das imagens devem ser analisados para que se torne possível compreender o impacto que ambos terão no volume do texto e nos intervalos do grid, para que assim o designer possa selecionar o grid mais adequado. A análise das imagens pode ser iniciada a partir de sua altura ou profundidade, e seu alinhamento pode ajudar a decidir se seus formatos serão quadrados, na horizontal ou vertical, para em seguida o designer decidir se as imagens terão tamanhos semelhantes ou diferentes. As relações entre proporção e formato das imagens podem gerar vários caminhos para auxiliar na definição do grid. O grid também pode

ser pensado de acordo com o volume textual. Se o designer tiver uma ideia sobre quantas linhas de texto cada página pode acomodar, poderá utilizar tal informação para afetar largura e profundidade das colunas de texto, que também dependem da tipografia escolhida e de seu tamanho, e estudar quantas colunas aparecerão em cada página. Para a composição de toda a página, como o espaçamento pode sofrer variações, o designer se vê livre para alargar ou estreitar um pouco mais as colunas, até obter um trabalho visualmente agradável.

O espaço vazio entre as colunas (em cima e em baixo) lhes proporciona um ritmo, que pode variar conforme os meios utilizados para gerar a composição da página. O designer pode mudar o formato das colunas ao longo das páginas para separar uma área de informação da outra, mas com o cuidado de manter uma regularidade nessa mudança e não tornar o ritmo confuso e sem lógica. Em uma coluna que tenha parágrafos mais extensos que outros, as linhas de texto de uma coluna para a outra podem perder seu nivelamento. Em relação à profundidade das colunas, isso pode dar certo, mas numa página dupla com colunas bem alinhadas, esse desnível será muito perceptível. Para contornar essa situação, o designer pode criar uma regularidade entre as linhas de base, que contraste com o movimento de início e fim das colunas.

Segundo Samara, o maior risco que um grid pode correr é ser vítima de sua regularidade, uma vez que serve como um guia dentro do layout, um layout tedioso não despertará interesse por muito tempo. O designer tem a possibilidade de testar ritmos diferentes de layout no grid e procurar perceber se há uma lógica visual entre as páginas. Até mesmo a mudança de imagens do topo para baixo da página ou o contrário transmite uma forte sensação de mudança. Pode-se quebrar as regras do grid em casos que o conteúdo não se acomode no espaço disponível ou seja preciso atrair a atenção para determinado elemento ou ainda surpreender os leitores. É necessário ter cuidado com essa fuga em sistemas de grid muito rigorosos, pois essa alteração no alinhamento não apenas será percebida de imediato, como levará o elemento destacado a ser o mais relevante na hierarquia. O desafio em destacar um elemento quebrando o alinhamento é torná-lo notável ao mesmo tempo em que ele não se torne completamente diferente do restante da publicação e que tenha uma transição equilibrada de volta para o normal ao longo das páginas. Manter a mesma tipografia e as cores da paleta padrão podem ajudar a manter essa unidade,

ou ainda incluir elementos de impacto menor que referenciem o elemento de grande impacto e ainda estejam nos padrões da regularidade da publicação.

Capítulo 3 – Design editorial para revistas de cultura japonesa

Segundo a Editora Abril, em *A Revista no Brasil* (2000; p. 24):

“Destinada a seduzir o leitor à primeira vista, a capa sempre foi, por isso mesmo, o grande desafio dos editores: como criar um “rosto” que, entre centenas de outros, tenha o poder de fisgar quem vai a uma banca de revistas?”

No livro “A Arte de Editar Revistas”, lançado pela editora Nacional em 2009, a autora Fatima Ali nos diz que a capa é o recurso que leva o leitor a comprar a edição da revista, o elemento mais importante e a primeira e melhor oportunidade para atrair e prender a atenção do leitor que vai à banca, para chamar novos leitores e até mesmo fazer os assinantes pararem de ler a correspondência para abrir a revista, sendo assim o recurso mais lucrativo para a revista, uma vez que a compra costuma ocorrer por impulso. O impacto visual deve ser suficiente para atrair o leitor de longe, com cores vivas, e poucos elementos ou um único elemento em uma grande área vazia, especialmente de uma só cor, evitando uma grande bagunça e poluição visual que não despertariam atenção ou ainda causariam repulsa. As cores de fundo que mais chamam atenção são vermelho, branco ou preto. A tipografia também deve ser legível e de fácil entendimento à distância.

Os leitores podem ser divididos entre os que gostam muito da revista, comprando independentemente do que vejam na capa, os interessados, que só não comprem se nada na revista os atrair, os moderadamente interessados, comprem cerca de 50% das edições anuais, e os conhecidos como marginais, que comprem de uma a duas edições por ano, quando lhes dá vontade ou quando um assunto específico os atrai. Os marginais são o grupo que geralmente garante o lucro e é um desafio gerar uma capa que lhes chame atenção.

De acordo com um estudo do jornal The New York Times, o leitor leva uma média de 5 segundos para decidir se vai comprar ou não a revista, tempo que leva analisando todo o pacote, e a maior parte desse tempo é devotada à capa e às manchetes. 60% dos frequentadores de bancas de revistas não têm ideia do que vão comprar até entrarem na banca e visualizarem o que há disponível, daí vem a grande importância de uma capa impactante.

O formato da capa também é um fator a se pensar, pois ele é um dos fortes elementos da identidade da revista, tornando-se tão familiar com o tempo que o leitor pode reconhecer a revista mesmo sem visualizar o logotipo. Por isso mudanças no formato de uma revista são seguras apenas quando já há um público estabelecido, e feitas cuidadosamente e para melhorias, não apenas pela mudança. O formato mostra uma continuidade entre as edições, enquanto imagens e manchetes sofrem mutações para informar sobre o que há de novo em cada edição.

Quanto ao logotipo, deve ser descritivo e legível. É normalmente localizado à esquerda, para que possa ser visto fácil e rapidamente, de acordo com a forma que as revistas são organizadas na banca. Deve ter um contraste de cores que se destaque bastante, para que seja visto mesmo de longe. Na maior parte das vezes o logotipo permanece sempre o mesmo de edição para edição, mas pode aparecer em cores ou posições diferentes ou inserido na imagem da capa. Alterações em sua estrutura devem ser feitas com cuidado e gradativamente, para que se atualize sem perder a identidade criada como um selo de identificação. As quatro revistas tomadas como exemplo, New Tokyo, Anime Do, Clube do Anime e Heróis do desenho, apresentam logotipo nada atrativo, quando apresentam um.

A imagem de capa pode ser selecionada entre fotografia, ilustração, tipografia, fotomontagem ou combinações entre eles. Para manter uma personalidade própria as revistas costumam manter um padrão, mas algumas variam suas capas. Fotografia costuma ser o meio mais atraente, principalmente se for uma foto feita especialmente para a capa de determinada revista. A produção de uma foto exclusiva custa caro, além do grande trabalho com a escolha minuciosa de cada mínimo detalhe de cada elemento que comporá a foto, mas garante uma boa comunicação entre revista e leitor. Ao escolher a imagem é preciso enxergá-la com os olhos dos leitores e entender como se sentirão ao vê-la. No caso de um rosto famoso, se conseguirão reconhecê-lo imediatamente. É mais difícil manter a padronização se a capa for composta por ilustração ou caricatura, mas existem exceções, como a The New Yorker, que utiliza ilustrações como sua identidade.



Figura 26 – “Golden Hour”, por Frank Viva - Capa de 4 de maio de 2015 da The New Yorker

Fonte: <http://www.newyorker.com/magazine/2015/05/04>

Mesmo no caso da fotografia, a imagem deve ser esboçada anteriormente à realização da foto, tendo em mente o espaço reservado para logotipo e chamadas. A não ser quando o logotipo está dentro de um box ou numa faixa de cor sólida, é necessário haver um espaço uniforme, de cor clara ou escura, para acomodá-lo. E para as chamadas um espaço nas laterais, ou em uma delas.

Cabe ao diretor de arte fornecer essas informações ao fotógrafo antes da realização da fotografia, a fim de evitar qualquer imprevisto posteriormente. Logos e chamadas precisam de fundos lisos e de cor uniforme e que contraste bem com a cor da tipografia para serem inseridos, caso contrário poderão se tornar ilegíveis. Quando a foto não é feita especialmente para a capa, alterações podem ser feitas nas áreas destinadas à chamadas e logotipo, escurecendo ou clareando as cores. Algo importante a ser lembrado é que as capas devem ser notavelmente diferentes ao decorrer das edições, ou o leitor poderá se confundir e deixar de comprar um exemplar por pensar que já o possui. Essa mudança pode se dar por alterações de cor e tipo de imagem, e no caso de fotos de modelos, mudanças de roupa e

penteadado. Se a capa possuir uma moldura como padrão a cor da moldura poderá ser mudada para diferenciar as edições, embora possamos encontrar casos como o da National Geographic, cuja moldura amarela se tornou a identidade inconfundível da revista.

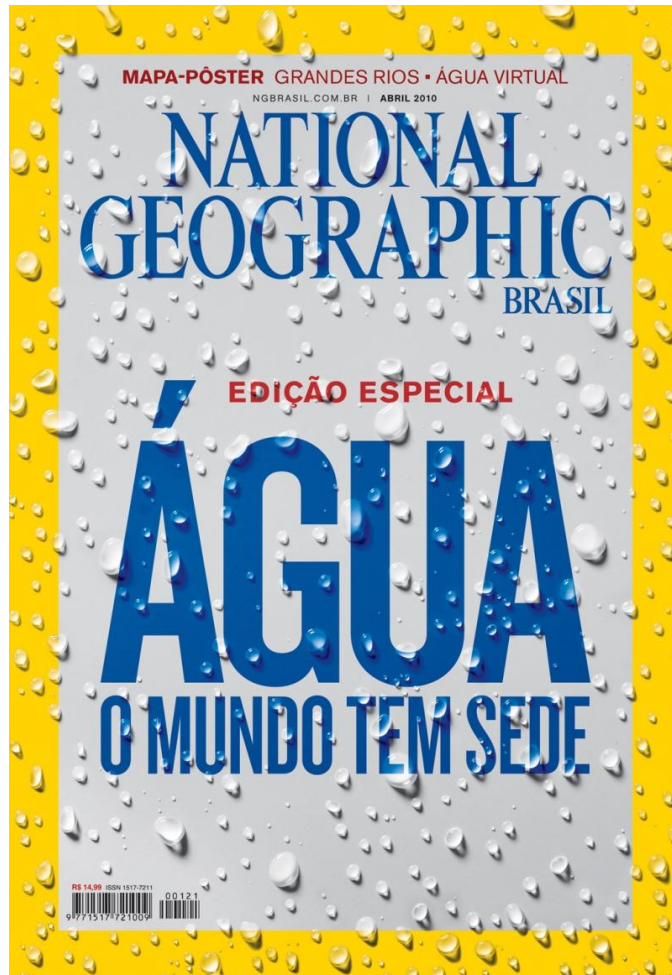


Figura 27 - Edição de abril de 2010 da National Geographic Brasil

Fonte: <http://www.portal.org.br>

Um dos elementos desorganizados encontrados nas revistas de cultura japonesa em questão são as chamadas de capa que por vezes aparecem mal localizadas em algum lugar da capa. Há alguns truques para atrair o olhar do leitor para elas, dependendo do local em que a revista será vendida, pois a organização dos exemplares nas prateleiras pode determinar qual será a melhor posição para inserir as chamadas. Fatima Ali explica que se a venda ocorrer nas bancas de revista, normalmente veremos as chamadas de capa em uma faixa vertical à esquerda. Se a revista for vendida no rack dos supermercados veremos as

chamadas numa faixa horizontal superior ou uma chamada grande em algum lugar da capa.

Outro problema, que não é encontrado apenas nas revistas de cultura japonesa, mas também em muitas outras, são as chamadas ilegíveis, seja pela falta de contraste ou uma grande quantidade de elementos que cause tamanha desorganização visual que se misture com as chamadas e confunda os olhos do leitor. Chamadas de capa eficientes devem estar escritas com uma boa tipografia, com formato e tamanho eficazes para a publicação, um bom contraste de cor com a figura ao fundo, e a chamada principal, a mais importante, visível a três metros.

As chamadas também precisam conter um bom apelo ou provocação para venda, uma relevância que faça o leitor correr até o exemplar quando o vir. Não adianta a matéria ser muito boa e não possuir uma chamada de capa capaz de seduzir o leitor. Uma maneira de evitar esse tipo de situação é criar chamadas provisórias, como um teste, durante a produção das matérias e comparar as combinações antes do fechamento da capa para descobrir qual melhor lhe convém. Uma coleção de chamadas, seja de sua própria revista ou de outras, pode ser de grande ajuda para a inspiração, ou para reescrever a mesma ideia com outras palavras, de outra maneira, uma vez que chamadas não possuem direitos autorais. A chamada também pode sair de dentro do texto da matéria, alguma frase que resuma bem a ideia principal ou uma pergunta que instigue a curiosidade do leitor. Algumas dicas dadas por Ali é que os leitores são atraídos por palavras da moda, por soluções e ideias positivas. Problemas, ideias negativas, sutileza e ironia não incentivam a compra do exemplar.

Até hoje não foi descoberta uma fórmula padrão para proporcionar boas vendas, pois há muitos tipos de leitores. Porém, Richard Stolley, antigo diretor da revista People e posteriormente conselheiro da Time Inc, tinha um conjunto de regras a serem seguidas para as capas. Algumas delas eram que fotografia vende melhor que ilustração, mulher vende melhor do que homem, cartoons, cidades, políticos e economia vendem mal, esportes não vendem, e na dúvida Madonna era a escolhida para estampar a capa, para a revista Time. Para a revista People, as definições eram que jovem, bonito e rico vende mais que velho, feio e pobre, artistas de TV vendem mais do que músicos, que vendem mais do que atores de cinema,

que vendem mais do que esporte, nada vende mais que uma celebridade que morreu e qualquer coisa vende mais do que política.

Os leitores prestam atenção na página em que virem algo de seu interesse, o que depende das informações chave da revista, que possam ser notadas em um único olhar. Mesmo a notícia mais incrível passará despercebida se o designer falhar em surpreender, emocionar, arrebatado o coração do leitor, convencendo-o da qualidade do conteúdo da matéria. O design deve manipular e equilibrar os elementos em uma única e consistente estrutura visual. A união entre o trabalho do jornalista, que escreve a matéria, e do artista gráfico, o designer, gera uma boa comunicação entre revista e leitor.

Algo importante é que o diretor de arte esteja presente em todos os processos desde o início da produção, não apenas na confecção da capa da revista, para pensar com antecedência no processo criativo e como utilizá-lo a favor do projeto. E também para evitar mudanças muito fortes entre as edições. Como já citado anteriormente, a revista deve manter um padrão em seu formato, tipografia, logotipo e demais elementos, que servirão como uma identidade para que os leitores reconheçam imediatamente o exemplar no ponto de vendas. Alterações devem ser feitas com muito cuidado. Se isso for feito de última hora, os prazos apertados levam o diretor e os demais profissionais a ignorarem fatores importantes e não obterem um bom resultado final.

O tamanho padrão das revistas geralmente é de 27 cm x 20 cm, que custa menos e pode ser transportado com maior facilidade. Tamanhos maiores se destacam e permitem maior impacto em fotografias, porém o custo e dificuldade de transporte são maiores. Apesar do desejo de imprimir a revista com papel da melhor qualidade, nem sempre isso é possível, embora o tipo de papel não seja o que garantirá a qualidade da revista. A gramatura do papel é medida entre 50 e 350 gramas, quanto maior o peso maior o custo. Para o melhor aproveitamento na impressão, deve-se tomar cuidado com o formato, para que um número adequado de páginas caiba em uma única folha, evitando desperdício e prejuízo ecológico, um único centímetro pode fazer a diferença. A tonalidade do papel também influencia na impressão. Os mais claros se adaptam à impressão em quatro cores, enquanto os amarelados previnem o cansaço visual.

O papel ocupa de 50% a 60% do custo das publicações, e para impressão podemos utilizar o papel revestido, feito de uma camada fina de substâncias minerais, com aparência lisa e polida, conferindo uma qualidade de impressão superior devido à sua microporosidade, ou seja, como a tinta é pouco absorvida, permanece na superfície do papel. O mais famoso é o papel couché. O custo maior faz com que tenha um público específico, e normalmente é usado em pequenas tiragens ou para as capas das publicações. O papel não revestido parece ser mais rugoso, pois sendo macroporoso absorve mais tinta e a impressão parece não ter muita vida. É feito de fibras recicladas e pasta de madeiras, utilizado em grandes tiragens onde a qualidade das imagens não é tão importante. O papel calandrado (que pode ser revestido ou não) tem sua superfície polida e lustrada numa calandra, máquina que pressiona fortemente o papel para lhe dar aparência acetinada. É mais econômico e possui acabamento mais uniforme. O favorito das revistas brasileiras é o papel calandrado LWC (Light Weight Coated), mais barato e fino, porém ainda acetinado. As capas recebem ainda uma película plástica para que fiquem brilhantes, ou são laminadas, que consiste no mesmo processo, porém com um brilho aveludado. Também pode-se utilizar verniz em toda ou em parte da área de impressão para conferir brilho.

Para fins de curiosidade há dois tipos de lombada. A canoa, para publicações de 3 a 20 milímetros com no mínimo 8 páginas, onde as folhas são presas por grampos. E a quadrada, para 70 ou mais milímetros de espessura, com folhas coladas. Para revistas utilizamos a canoa.

Um elemento de vital importância para a qualidade da revista é a grade ou grid, que divide a página em colunas verticais e fileiras horizontais, a fim de servir como guia para a organização de imagens e textos dentro da página. Os mais utilizados possuem 2 ou 3 colunas, que permitem bastante flexibilidade, mas uma mesma revista pode utilizar vários grids diferentes para cada parte. Dependendo da forma que ocorrer a organização a aparência da revista pode transmitir calma ou agitação. Definir um grid além de transmitir continuidade e equilíbrio, também economiza tempo, evitando que o diretor de arte precise se preocupar com um novo grid a cada edição. Os layouts se tornam mais organizados e atraentes. Uma regra que pode ser utilizada é que matérias com bastante texto exigem uma grade simples e se houver muitas fotos a melhor solução é uma grade mais complexa. O exemplo

abaixo demonstra como uma grade com três colunas, dividida em blocos horizontais permite grande flexibilidade para encaixar texto e imagens na página, tornando mais fácil organizar os elementos e gerar algo visualmente agradável.

Cozinha Italiana

Conheça um pedacinho da Itália

Domumente, entre nós, pegi gringo pai moderno, a palavra "tragédia" tornou-se ufignna aplicação costumeira para designar um acontecimento doloroso. Latastrofio, acompanhado de muitas vítimas, ou ainda para descrever jf o desenlace de umfisa pávulo qualquer que redundou num hrrv fhf florrivel assassinato. Para os gregos, fadlag ni entretanto, tragikós era outra coisa. A tragédia definiu acima de tudo uma forma artística, ou algo que somente ocorria entre os grandes. Na visão de Aristóteles, um dos primeiros lryco da história, a tragédia cvel é kda seria "uma representação imitadora de uma ação séria, concreta, de certa grandezca. Representada, e não nart'hada, por nmv'fadores em linguagem elegante, empregando um estilo diferente para cada uma das partes, e que, por meio da compaixão e do horror provoca o desmascaramento liberador de tais afetos."

Comumente, entre nós, modernos, a palavra "tragédia" tornou-se ufignna aplicação costumeira para designar um acontecimento doloroso. Latastrofio, acompanhado de muitas vítimas, ou ainda para descrever jf o desenlace de umfisa pávulo qualquer que redundou num hrrv fhf florrivel assassinato. Para os gregos, fadlag ni entretanto, tragikós era outra coisa. A tragédia definiu acima de tudo uma forma artística, ou algo que somente ocorria entre os grandes. Na visão de Aristóteles, um dos primeiros lryco da história, a tragédia cvel é kda seria "uma representação imitadora de uma ação séria, concreta, de certa grandezca. Representada, e não nart'hada, por nmv'fadores em linguagem elegante, empregando um estilo diferente para cada uma das partes, e que, por meio da compaixão e do horror provoca o desmascaramento liberador de tais afetos."



Gregão do centro

Verdadeira comida caseira, coma aqui morra em casa

Comumente, entre nós, pegi gringo pai moderno, a palavra "tragédia" tornou-se ufignna aplicação costumeira para designar um acontecimento doloroso. Latastrofio, acompanhado de muitas vítimas, ou ainda para descrever jf o desenlace de umfisa pávulo qualquer que redundou num hrrv fhf florrivel assassinato. Para os gregos, fadlag ni entretanto, tragikós era outra coisa. A tragédia definiu acima de tudo uma forma artística, ou algo que somente ocorria entre os grandes. Na visão de Aristóteles, um dos primeiros lryco da história, a tragédia cvel é kda seria "uma representação imitadora de uma ação séria, concreta, de certa grandezca. Representada, e não nart'hada, por nmv'fadores em linguagem elegante, empregando um estilo diferente para cada uma das partes, e que, por meio da compaixão e do horror provoca o desmascaramento liberador de tais afetos."

Comumente, entre nós, modernos, a palavra "tragédia" tornou-se ufignna aplicação costumeira para designar um acontecimento doloroso. Latastrofio, acompanhado de muitas vítimas, ou ainda para descrever jf o desenlace de umfisa pávulo qualquer que redundou num hrrv fhf florrivel assassinato. Para os gregos, fadlag ni entretanto, tragikós era outra coisa. A tragédia definiu acima de tudo uma forma artística, ou algo que somente ocorria entre os grandes. Na visão de Aristóteles, um dos primeiros lryco da história, a tragédia cvel é kda seria "uma representação imitadora de uma ação séria, concreta, de certa grandezca. Representada, e não nart'hada, por nmv'fadores em linguagem elegante, empregando um estilo diferente para cada uma das partes, e que, por meio da compaixão e do horror provoca o desmascaramento liberador de tais afetos."



Tio Phedoncio Figueira, há mais de 41 anos no mercado de churrasquinhos gregos na praça da Sé (centro).

Figura 28 - Revista Comes SP

Fonte: <https://cesantinato.wordpress.com/2009/10/22/>

A tipografia pode fazer uma diferença imensa na maneira como captamos as mensagens, ainda que não tenhamos consciência disso. Ela confere uma personalidade ao texto, como se um completasse o outro, sendo necessário para isso ter a atenção necessária para escolher a tipografia mais adequada para representar aquele tema ou ainda a que melhor transmitir a personalidade da revista, servindo até mesmo como uma identidade visual e deixando o texto mais agradável para ser lido, e consequentemente mais interessante. Essa característica ajuda a identificar o designer profissional, uma vez que exige atenção a mais fatores do que apenas a letra ser considerada bonita ou feia, como considerar que tipo de público irá ler o texto e quais circunstâncias podem interferir na leitura, tais como luz, barulho e outros. Se a tipografia for desagradável de ler, o leitor ficará ainda mais disperso e desistirá da leitura com ainda mais facilidade. Uma única revista pode apresentar tipos diferentes de uma matéria para outra dependendo do que cada texto deseja expressar, mas sem exageros, a fim de evitar uma bagunça visual.

São chamados de *tipos* sinais gráficos gravados em suportes físicos ou digitais, sendo a tipografia a composição impressa ou digital feita com esses tipos. Fonte é um jogo completo, com matriz, letras, números e sinais de uma família tipográfica. Por bastante tempo o conhecimento sobre tipografia se manteve limitado aos tipógrafos, técnicos ou designers e a variedade de tipos e suas variações era baixa, mas agora basta um computador e um processador de texto para qualquer um criar uma composição tipográfica.

Uma tipografia com serifa garante elegância e maior facilidade para ler os tipos, pois agrupa as letras como um bloco. Sem serifa é normalmente indicada para títulos, uma vez que as letras apresentam desenho e peso mais uniformes. Também deve-se prestar atenção à diferença de altura entre maiúsculas e minúsculas, pois quanto maior essa diferença mais difícil será a leitura. O tamanho das letras e o contraste entre seus traços também deve ser levado em conta, pois finos ou grossos demais podem dificultar a leitura. A espessura das letras é dividida entre light, medium e bold, que vão respectivamente da espessura mais delicada e clara a mais grossa e escura. A autora Fatima Ali opina que dependendo do desenho e altura do tipo, o ideal para grandes blocos de texto é um corpo entre 9 e 11 pontos, já numa página com muitas imagens a melhor escolha é um tipo discreto que evite um conflito visual.

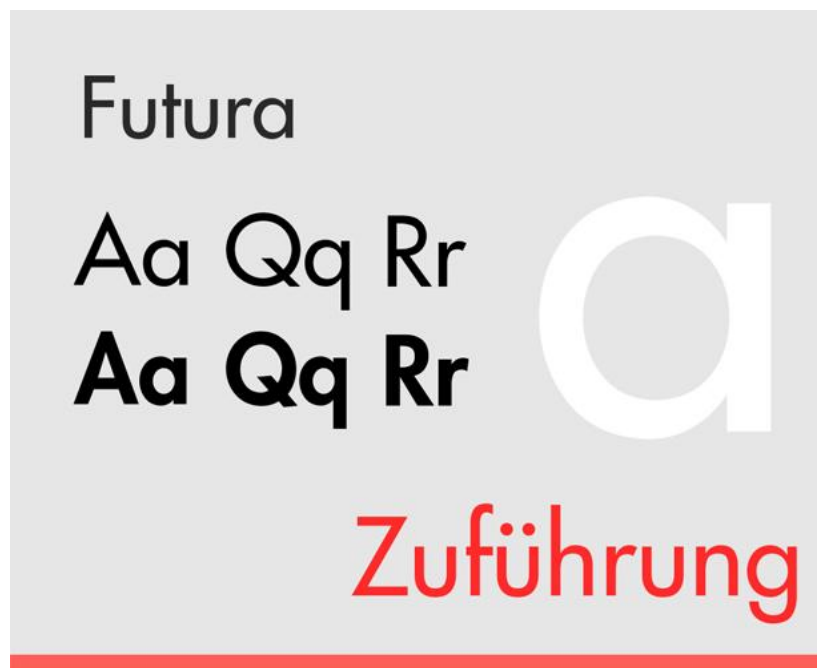


Figura 29 - Família tipográfica *Futura* em light, medium e bold

Fonte: <http://www.webdesignerdepot.com/2011/08/the-most-popular-fonts-used-by-designers/>

Ali ainda define legibilidade como a qualidade do tipo saltar da página e penetrar na consciência do leitor, fazendo com que ele leia o texto até o fim com a menor dificuldade possível. Tipos com boa legibilidade levarão o leitor a se interessar ainda mais pelo texto e conseguir lê-lo facilmente em pouco tempo. Caso quem lê consiga se lembrar detalhadamente do tipo, significa que não o tipo não é legível e dificultou a leitura. O entrelinhamento (espaço entre as linhas) também deve ser observado, sendo normalmente o correspondente ao corpo do tipo, mais de 20 % segundo Ali. O espaço em branco, utilizado da maneira correta, também é importante para o equilíbrio visual, para não cansar o leitor com informações em excesso. Quanto à cor de fundo e das letras o melhor é pôr letras pretas sobre fundo branco do que o contrário ou cores muito extravagantes, evitando cansar rapidamente a visão. Lembrando que colunas grandes de texto devem ser divididas de alguma forma para proporcionar um descanso para os olhos do leitor. E utilizar tamanhos ou famílias tipográficas diferentes pode sugerir uma hierarquia para o texto, e brincar um pouco com as cores, elementos recuados ou cheios e colunas justificadas ou não pode gerar ideia de movimento na página.

Os blocos de texto formam a *mancha gráfica*, que se trata de uma massa visual. Se olharmos a mancha gráfica podemos ter uma ideia se o texto está ou não bem organizado e legível, observando se há pontos escuros ou grandes espaços em branco. Podemos dividir o alinhamento do texto entre centralizado, justificado, à direita ou à esquerda. O texto centralizado é recomendado para títulos e às vezes para blocos de texto pequenos. Justificado é o ideal para textos longos, oferecendo uma aparência mais organizada e atraente, porém dependendo do tamanho da fonte, pode haver espaços em branco que atrapalham a leitura. Reduzir o tamanho das letras para pôr mais palavras em uma única linha poderia eliminar os espaços em branco, mas possivelmente prejudicaria a legibilidade, nesse caso o mais indicado seria justificar à esquerda. À direita é uma boa escolha para blocos de texto pequenos, legendas ou barras laterais, e oferece um layout diferenciado. À esquerda pode ser aplicado à textos grandes, não quebrando palavras ou deixando vazios entre elas, apesar da desvantagem de não parecer tão organizado quanto o justificado.

O layout é um conjunto visto antes mesmo do texto ou das imagens, a união harmoniosa de todos os elementos na página. A terceira dimensão da revista é uma

impressão criada ao folheá-la rapidamente, na qual o layout certamente também irá influenciar e isso também fará parte da identidade visual. A continuidade entre as páginas possui um ritmo e algumas mudanças nas matérias de maior impacto podem ser aceitáveis, mas o layout deve manter similaridade e continuidade, uma vez que ele também contribui para gerar a identidade visual da revista. Um layout mais simples pode ser a melhor escolha para atrair os leitores, uma vez que boa parte deles não possui tanto entendimento sobre design, mas ainda buscam uma sensação agradável ao visualizar a revista, mesmo que não entendam porque o que veem os agrada.

Layouts que chamem atenção demais, com elementos em excesso, causando até mesmo poluição visual, confundem o leitor, dificultam a localização e compreensão do que há na revista, ainda que o conteúdo seja muito interessante. Esse é um dos maiores, senão o maior problema das revistas de cultura japonesa produzidas no Brasil, em especial nas capas, que ultimamente tem melhorado, mas ainda apresentam problemas. Capas com imagens demais, cores demais ou cores tão semelhantes à cor do nome da revista que o nome não se destaca ou desaparece entre as imagens, confundindo bastante a vista do leitor e não despertando muito interesse em continuar acompanhando a revista ou sequer ler as chamadas de capa.

O layout também ajudará a organizar e deixar clara a hierarquia visual dentro da revista, o que deve ser lido ou visto primeiro e em que ordem. Esse é outro problema das revistas estudadas, nem sempre se pode saber de imediato o que é mais importante ou qual texto pertence a qual imagem, devido à divisão problemática entre as matérias, em especial as matérias menores que aparecem juntas em uma única página. A hierarquia no layout facilitará a leitura, o que não quer dizer que o designer seja obrigado a manter aquele layout da mesma forma por toda a revista. Como já citado, para destacar alguma matéria de maior importância, o layout pode sofrer alguma mudança sutil nas páginas em questão.

Segundo Ali, o leitor tende a concentrar sua atenção na parte superior das páginas, olhando para a parte inferior caso algo o atraia ou para ler o texto que acompanha a imagem, que é onde devemos concentrar a melhor informação. Quando o leitor folhear a revista a parte central não será visível, sendo importante

concentrar as melhores informações nas laterais das páginas, que serão percebidas de todo jeito, contribuindo para despertar o interesse no conteúdo da revista. Lembrando que o espaço em branco é importante também para o layout. Se utilizado da maneira correta pode causar grande impacto e interesse do leitor.

A revista época nos mostra um exemplo de capa bem projetada, sem poluição visual, com cores mais discretas e neutras, com apenas três chamadas de capa dos assuntos mais interessantes e concentrando a imagem principal na matéria mais relevante da revista. O grande espaço em branco no fundo destaca bastante a imagem do lápis colorido exageradamente grande riscando a folha, o que chama a atenção mesmo de quem não costuma ler a revista Época. Todos esses fatores tornam o conjunto de elementos que compõe a capa harmonioso, podendo ser compreendido com facilidade e rapidez, sendo então visualmente agradável e atrativo.



Figura 30 - Capa da revista Época

Fonte: <http://blogpbcd.blogspot.com.br/2011/08/as-10-mais-belas-capas-de-revista.html>

Capítulo 4 – Metodologia, etapas de pesquisa e resultados

4.1 Metodologia

A metodologia escolhida inclui pesquisar as opiniões de vários autores, além de analisar revistas similares já disponíveis no mercado e conhecer as opiniões dos leitores através da aplicação de um formulário.

4.1.1 Método de abordagem

A abordagem da pesquisa será qualitativa, uma vez que será dada atenção às características do objeto de estudo, analisando vários pontos de vistas com a ajuda de vários autores ao invés de se guiar por um único método, a fim de explicar o porquê dos elementos utilizados e qual poderia ser a melhor maneira de trabalhá-los. Além de pesquisa e diferentes abordagens, o trabalho será construído através do conhecimento empírico adquirido ao longo de anos de contato com a cultura japonesa.

A pesquisa se mostra de natureza aplicada, encaminhando-se para encontrar a solução de um problema específico que abrange um determinado grupo, que são os otakus e otomes.

4.1.2 Método de procedimento

Tratando-se de um estudo onde serão usados como inspiração os atributos de algumas revistas de cultura japonesa já produzidas e publicadas no país, foi selecionado o método dedutivo. Serão utilizadas como material de as quatro revistas mais recorrentes, NeoTokyo, Anime Do, Clube do Anime e Heróis do Desenho.

Promovendo uma comparação entre as características que as revistas estudadas possuem em comum ou não e analisando a opinião dos leitores, será possível chegar a resultados que ajudarão a gerar o protótipo de uma nova revista onde serão corrigidos os problemas encontrados nas quatro revistas estudadas.

4.1.3 Metodologia de design

Com base na metodologia adotada na disciplina de design editorial, desejamos desenvolver um projeto gráfico para propor o protótipo de uma nova revista, na qual os problemas detectados nas revistas já publicadas encontradas no

mercado poderão ser corrigidos e a revista poderá apresentar uma aparência mais atrativa ao público-alvo.

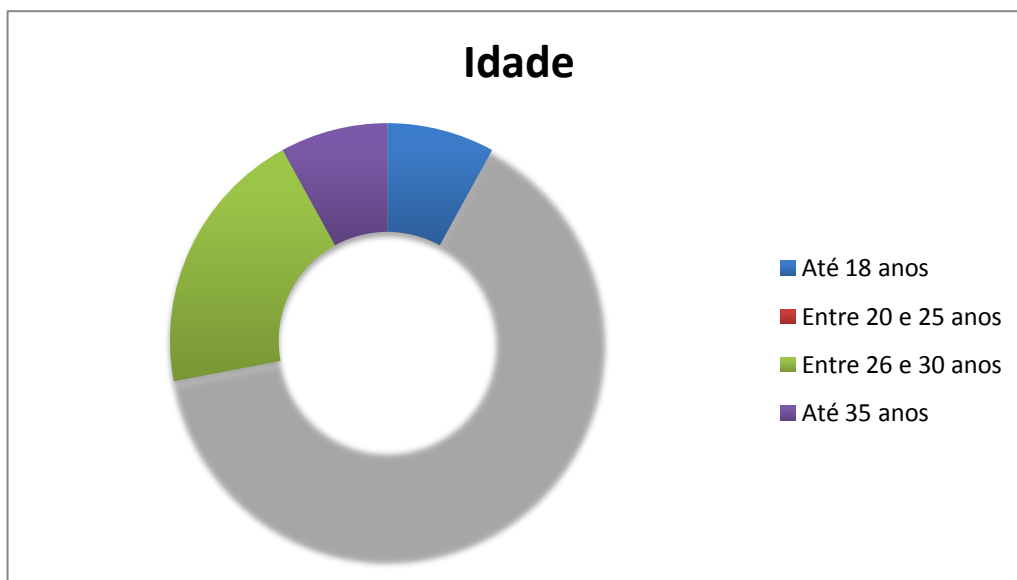
Iremos trabalhar analisando as opiniões de leitores das revistas já publicadas e assim promover possíveis alterações nos aspectos da revista voltados para o design editorial, como cores, tipografia, imagens, layout, grids outros pontos da diagramação.

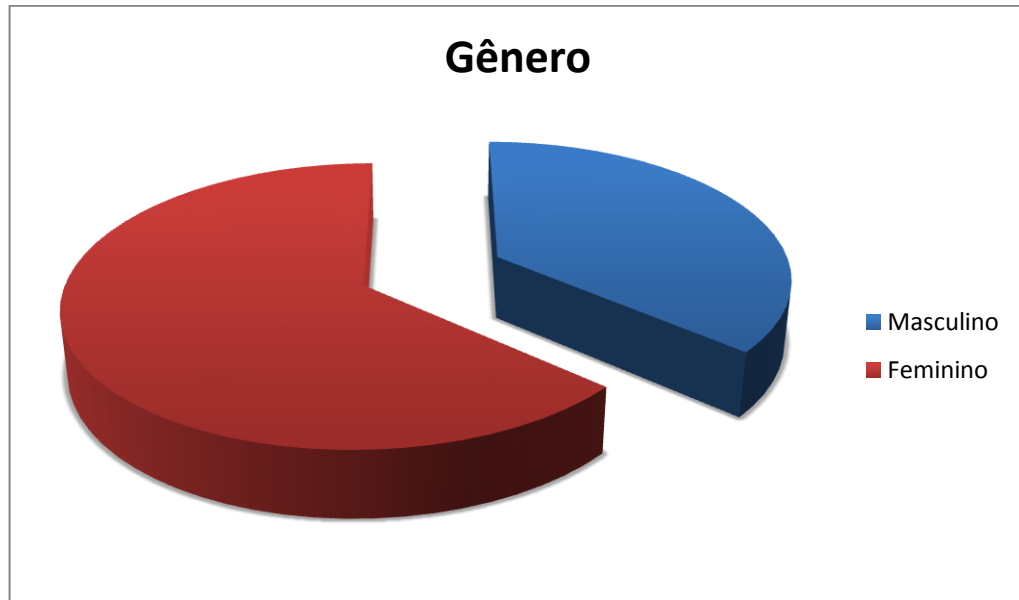
4.2 Etapas de pesquisa e resultados

Como citado anteriormente foram utilizados quatro exemplares de revistas já presentes no mercado como material de estudo: NeoTokyo (a principal delas), Anime Do (a segunda mais famosa), Clube do Anime e Heróis do desenho. Também foi feito um formulário online com 11 questões que foi respondido por 22 pessoas, e foram destacadas as principais opiniões sobre as quatro revistas em questão. Foi feito contato com páginas no facebook que tivessem conteúdo relacionado à cultura japonesa, porém, infelizmente alguns donos de páginas do facebook não permitiram a postagem do formulário em suas páginas ou nunca deram uma resposta e poucas pessoas reservaram algum tempo para dar atenção à postagem e responder o formulário. Ainda assim a pequena quantidade de pessoas que se disponibilizou a responder às 11 perguntas pode nos dar uma ideia sobre o perfil e opiniões dos fãs que leem a revista.

A partir das respostas dos formulários foi possível concluir que a maior parte do público pertence ao sexo feminino, se concentra entre 20 e 25 anos e lê as revistas desde a infância ou adolescência. Todos os indivíduos eram brasileiros e nenhum possui ascendência oriental. As principais respostas apontaram que o interesse por tal leitura se deve à possibilidade de conhecer e se atualizar sobre os principais atrativos da cultura pop oriental, sendo animes, mangás, cosplay, games, elementos tradicionais da cultura japonesa e matérias sobre a vida no Japão os assuntos que mais chamam atenção. As pessoas pesquisadas alegaram ter se interessado pela cultura principalmente por causa dos animes, mas também pela grande educação e criatividade dos japoneses, bem como por sua arte, artes marciais e as diferenças entre a cultura ocidental e oriental. Os principais problemas apontados pelos indivíduos foram poluição visual em relação às imagens, especialmente na capa, e dificuldades para compreender onde uma informação

termina e a outra começa. Os gráficos abaixo ilustram as divisões de escolaridade, idade e gênero dos participantes. Os formulários respondidos e o resumo das respostas poderão ser encontrados nos anexos deste trabalho.





Na contracapa das revistas podemos encontrar anúncios de outras revistas, sejam elas ou não de cultura pop japonesa. Tomando como o exemplo a principal revista estudada, a Neo Tokyo, é possível observar que os anúncios estão bem organizados, mais organizados e visualmente agradáveis do que as capas, e não incomodam os leitores, inclusive devido à falta de reclamações a respeito de tais anúncios.



Figura 33 - Contracapas das edições 65 e 102 da Neo Tokyo, respectivamente.

Fonte: Imagens digitalizadas das edições impressas das revistas.

Infelizmente não foi possível encontrar uma resposta exata para a questão levantada no início do estudo, que visava compreender se os editores das revistas em circulação no mercado não possuíam conhecimento sobre design editorial ou se não o julgavam importante para o resultado final do trabalho. Foram feitas tentativas de comunicação com as revistas em questão através de e-mail e redes sociais solicitando uma entrevista ou uma pequena discussão sobre design editorial para contribuir para este trabalho acadêmico, mas nunca houve resposta alguma por parte delas. Porém, foi observado que há cerca de dois anos a revista NeoTokyo promoveu mudanças em suas capas, diminuindo consideravelmente a poluição visual causada pelo amontoado de várias imagens num único lugar e exibindo uma aparência mais organizada e visualmente mais agradável e atrativa. Mesmo os anúncios na contracapa que não apresentavam problemas se tornaram mais atrativos, como é possível observar na imagem acima da edição 65 para a 102. Sendo assim, podemos deduzir que possivelmente os editores da revista não possuíam o devido conhecimento sobre design editorial anteriormente e decidiram por fim utilizar esse ramo do design gráfico para influenciar melhor no resultado final da revista, como veremos nas imagens abaixo, nas nítidas diferenças entre as edições 65 e 67 e as edições 102 e 103.



Figura 34 - Edições 65 e 67 da revista Neo Tokyo

Fonte: Imagens digitalizadas das edições impressas da revista.

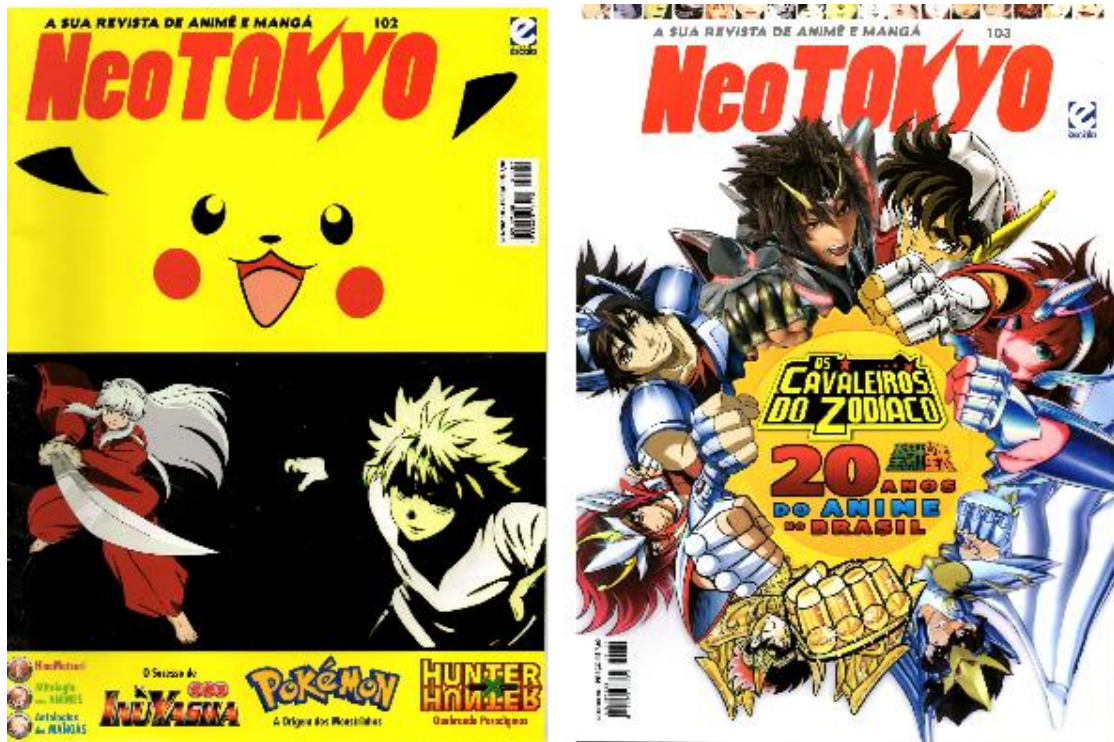


Figura 34 - Edições 102 e 103 da revista Neo Tokyo

Fonte: Imagens digitalizadas das edições impressas da revista.

Para corrigir os erros apontados e mostrar uma nova proposta com correções surgiu a ideia de gerar um guia de redesign criado a partir das opiniões contidas nos formulários, mostrando algumas páginas problemáticas nas revistas e como seriam corrigidas em uma nova revista (projeto iniciado na disciplina de design editorial), a fim de criar um guia para qualquer estudo que vise gerar um redesign de revistas.

A nova revista se chama *Harajuku*, como é conhecida a área no entorno da Estação Harajuku, localizada na linha Yamanote, no bairro de Shibuya em Tóquio, no Japão. O guia fala um pouco sobre Harajuku e o grande choque entre as várias expressões da cultura japonesa que podem ser facilmente encontradas nesse local a qualquer momento do dia, e em como esses atributos influenciaram na criação da revista Harajuku. Também cita as conclusões tiradas a partir do formulário, o que agrada e desagrada os leitores nas revistas estudadas, os principais problemas apontados e por fim como poderiam ser melhorados na revista Harajuku. A seguir podemos ver a capa criada para o guia de redesign que acompanhará este trabalho.

UNIVERSIDADE FEDERAL
DE PERNAMBUCO

Guia para redesign



Revista Harajuku

Daniela Cavalcanti Silva

O círculo vermelho no centro da capa faz uma clara referência à bandeira japonesa, e espada curva (katana) junto ao título nos faz pensar nos elementos tradicionais da cultura do Japão, além de suas artes marciais e cosplay. A mistura de duas tonalidades de rosa no fundo faz uma referência à explosão de cores diariamente presenciada em Harajuku, onde o rosa se mostra uma cor bastante recorrente. O efeito utilizado para mesclar as duas cores se chama *seda suave*, obtido no programa Corel Draw X3, através do qual também foram feitas as propostas de correção presentes no final do guia. Mais uma referência à Harajuku, cujo maior destaque é sua imensa diversidade de expressões da moda pop japonesa.

Conclusão

A ideia para um redesign de revistas de cultura pop japonesa veio da disciplina de Design Editorial, ministrada pela professora Sophia Costa, a qual cursei no terceiro período do curso de Design. Durante a disciplina tive a chance, de junto a dois colegas, analisar os problemas da revista NeoTokyo e propor em uma nova revista, a qual chamamos de Harajuku, correções para a capa da NeoTokyo, na qual o maior deles era a poluição visual gerada por imagens em excesso em um único lugar.

Conversando com amigos e outros estudantes de design, percebi que eu não era a única a me sentir incomodada com o desequilíbrio da quantidade de imagens, as divisões ineficazes entre as matérias dentro da revista, e por vezes muitas tipografias diferentes jogadas de uma só vez numa página, e pensei que seria uma boa ideia, nesta pesquisa, discutir sobre a cultura pop japonesa, sobre design editorial, e como a união de ambos pode levar a um resultado visual e gráfico melhor tanto para as revistas já disponíveis no mercado quanto para outras que venham a surgir no futuro.

Foi difícil encontrar referências para iniciar a pesquisa sobre cultura pop japonesa, em virtude da enorme dificuldade em encontrar livros a respeito do assunto. Praticamente tudo que foi escrito no primeiro capítulo veio de conhecimento acumulado nas minhas memórias desde que eu tinha cerca de sete anos de idade, e recorri a pesquisas na internet para confirmar ou acrescentar algo ao meu conhecimento. Quanto ao que diz respeito a design felizmente encontrei bons livros disponíveis para me ajudar, alguns deles sugeridos por minha orientadora, inclusive com assuntos específicos para a edição de revistas.

Surgiu a ideia de criar um guia de redesign que sirva como inspiração para futuros trabalhos, sejam eles ou não sobre cultura pop japonesa. Esse guia contém as opiniões dos participantes do formulário criado para auxiliar no estudo, o que aprovam e desaprovam, e como os problemas detectados podem ser melhorados aplicando-se os conceitos de design editorial. Além do formulário, quatro revistas em circulação foram utilizadas como material de pesquisa, sendo elas em ordem decrescente de popularidade, NeoTokyo, Anime Do, Clube do Anime e Heróis do desenho, sendo a NeoTokyo a mais famosa delas e também a principal inspiração.

Após o término do desenvolvimento das propostas de correção inseridas na revista Harajuku, o resultado final foi mostrado a alguns colegas, sendo alguns deles estudantes de design, e suas reações foram positivas. Opinaram que a Harajuku parecia mais bonita, melhor organizada que as quatro revistas analisadas, com fácil leitura, sem causar confusão visual entre textos e imagens, além de apresentar boas propostas para corrigir os problemas detectados anteriormente. Logo, apesar de apresentar apenas um pouco da grande quantidade de informação que poderia ser abordada em um projeto de uma revista que seria realmente publicada, o guia obteve bons resultados e pode ser utilizado por outros estudantes de design para inspirá-los em seus trabalhos.

Referências

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade . Fundamentos de Metodologia Científica . ed. 5 . São Paulo: Atlas S.A., 2003

LUPTON, Ellen . Pensar com Tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes .Título original: Thinking with type: a critical guide for designers, writers, editors and students . Tradução: André Stolarski . ed. 2 . São Paulo: Cosac Naify, 2013

FATIMA, Ali . A Arte de Editar Revistas . ed. 1. São Paulo: Nacional, 2009

GARCIA, Fábio .NeoTokyo - Uma Década de Mangás no Brasil . ed. 55. São Paulo: Escala, 2012

LOBACH, Bernd . Design industrial – Bases para a configuração dos produtos industriais . ed. 1 . São Paulo: Blucher, 2001

SAMARA, Timothy . Guia de Design Editorial – Manual prático para o design de publicações . ed. 1 . Porto Alegre: Bookman, 2011

CLEARY, Thomas . O caminho do guerreiro . ed. 1 . São Paulo: JBC, 2010

GOLDEN, Arthur . Memórias de uma gueixa . Tradução: Lya Luft . ed. 3 . Rio de Janeiro: Imago, 2006

Sua Pesquisa . Disponível em: <<http://www.suapesquisa.com>>. Acesso em: 19 de Fev. de 2015

Wikipédia – A enciclopédia livre . Disponível em: <<http://www.wikipedia.com>> . Acesso em: 20 de Fev. de 2015 e 24 de Fev. de 2015

Imigração Japonesa – Museus, história e depoimentos . Disponível em: <<http://www.imigracaojaponesa.com.br>> .Acesso em: 20 de Fev. de 2015

100 anos de Imigração Japonesa no Brasil . Disponível em: <<http://www.ndl.go.jp>>.Acesso em: 21 de Fev. de 2015

Portal Aprende Brasil . Disponível em: <<http://www.aprendebrasil.com.br>>. Acesso em: 21 de Fev. de 2015

Mundo Estranho . Disponível em: <<http://www.mundoestranho.abril.com.br>> . Acesso em: 21 de Fev. de 2015

Portal dos Mitos . Disponível em:

<<http://www.portal-dos-mitos.blogspot.com.br>> . Acesso em: 21 de Fev. de 2015

Yahoo! Answers . Disponível em: <<http://br.answers.yahoo.com>> .Acesso em: 22 de Fev. de 2015

Nave Bebop . Disponível em: <<http://www.navebebop.blogspot.com.br>>. Acesso em: 22 de Fev. de 2015

JBox . Disponível em: <<http://www.jbox.com.br>>.Acesso em: 22 de Fev. de 2015

Reira . Disponível em: <<http://www.reira-magazine.blospot.com.br>> . Acesso em: 23 de Fev. de 2015

Globo . Disponível em: <<http://www.g1.globo.com>> . Acesso em: 23 de Fev. de 2015

Festival Tanabata . Disponível em: <<http://www.ribeiraopreto.sp.gov.br>> . Acesso em: 25 de Fev. de 2015

Significados.com.br . Disponível em: <<http://www.significados.com.br>> . Acesso em: 4 de julho de 2015

Wikia . Disponível em: <<http://pt-br.designeditorial.wikia.com/wiki/Categoria:Grid>> . Acesso em: 15 de Nov. de 2015

Wikipédia . Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Bauhaus>> Acesso em: 17 de nov. de 2015

The New Yorker . Disponível em: <<http://www.newyorker.com>> Acesso em 07 de abril de 2016

Portal Rebia . Disponível em: <<http://www.portal.rebia.org.br>> Acesso em 07 de abril de 2016

Cultura Japonesa . Disponível em:

<http://www.culturajaponesa.com.br/?page_id=141> Acesso em 05 de novembro de 2016

Wikipédia . Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Harajuku>> . Acesso em 17 de janeiro de 2017

Wikipédia . Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Nikkei>> . Acesso em 01 de março de 2017

Academiae . Disponível em:

<<https://academiae.wordpress.com/2011/12/03/hokusaimanga/>> . Acesso em 01 de março de 2017

JBC . Disponível em: <<http://mangasjbc.com.br/o-que-e-manga/>> . Acesso em 05 de março de 2017

Significados . Disponível em: <<https://www.significados.com.br/>> . Acesso em 05 de março de 2017

Wikipédia . Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina_principal> . Acesso em 05 de março de 2017

Nipop . Disponível em: <<https://nipop.wordpress.com/2011/04/03/especial-clamp-clampquem-sao/>> . Acesso em 05 de março de 2017

Glossário

- 1 – Otomekei (pág. 14): Gênero de animês, mangás e derivados feitos especialmente para mulheres.
- 2 – Empresa Teikoku Imin Kaisha (pág. 15): Antiga empresa japonesa, cujo nome significa Companhia Imperial de Imigração, responsável por firmar em 1907, com a Secretaria de Agricultura de São Paulo, o acordo que trouxe trabalhadores japoneses para o Brasil.
- 3 – Nikkeis (pág. 16): São os descendentes de japoneses que nasceram fora do Japão ou que vivem regularmente em outros países, se dividindo entre nisseis, sanseis e yonseis.
- 4 – Nisseis (pág. 16): São os filhos de japoneses nascidos fora do Japão.
- 5 – Sanseis (pág. 16): Netos de japoneses nascidos fora do território japonês.
- 6 – Yonseis (pág. 16): Bisnetos de japoneses que não nasceram no Japão.
- 7 – Dekasegi (pág. 16): Nipo-brasileiros que deixaram o Brasil para trabalhar no Japão na década de 80.
- 8 – Kobe (pág. 16): Lê-se kôbê. Porto marítimo que fica na cidade de Kobe, na província de Hyogo, na região da grande Osaka.
- 9 – Kasato Maru (pág. 16): Pronuncia-se Kasatô Marú. Primeiro navio a trazer imigrantes japoneses para o Brasil, em 1908. Originalmente era um navio russo chamado Kazan, utilizado como navio-hospital durante a guerra Russo-Japonesa. Ao final da guerra, o navio foi passado para os cuidados dos japoneses.
- 10 – Issei (s) (pág. 16): Japonês que emigra para outro país. “Sei” significa geração, e issei significa primeira geração, sendo nissei a segunda, e sansei a terceira.
- 11 – Nippon Maru (pág. 19): Pronuncia-se Nippôn Marú. Último navio da imigração japonesa a trazer japoneses ao Brasil, em 1973.
- 12 – Mangá (s) (pág. 19): É como são chamadas as histórias em quadrinhos japonesas. A palavra se formou a partir da união dos termos “man” e “gá”, que significam respectivamente humor e grafismo, podendo-se traduzir a palavra como caricatura ou desenho engraçado.
- 13 – Animê (s) (pág. 19): Palavra utilizada para se referir a qualquer tipo de animação no Japão, embora os ocidentais a utilizem apenas para se referir à animações japonesas, provavelmente porque a maioria é derivada de mangás, mais comumente produzidos no Japão. A origem dessa palavra gera dúvidas, e não há

certeza se foi derivada da palavra *animation* em inglês ou da palavra *animée* em francês.

14 – Hokusai Mangá (pág. 20): Obra de Katsushika Hokusai, primeiro artista a usar a palavra mangá, que retratava em 15 volumes o dia-a-dia do artista, enfatizando os traços marcantes das pessoas nos desenhos.

15 – Mangaká (s) (pág. 20): Artista especializado em desenhar mangás. Não apenas desenhavam, mas escrevem as próprias histórias e pintam as ilustrações. O trabalho para publicar um mangá regularmente é imenso, portanto os mangakás possuem vários ajudantes com os quais dividem as tarefas. Alguns profissionais se tornam mangakás através de cursos para mangakás em faculdades, outros ganham experiência ao se tornarem assistentes de mangakás profissionais, e há ainda os que ganham uma oportunidade de ingressar nesse mercado através de concursos promovidos por revistas.

16 – Shoujo (pág. 21): Significa literalmente “pequena garota”. É um estilo de mangá e animê criado especialmente para o público feminino. Os desenhos são mais suaves e por vezes infantis. A história costuma ficar bem balanceada entre romance e outras coisas ou focar principalmente nos relacionamentos românticos e emoções humanas. Normalmente as protagonistas são meninas e são doces e gentis, mas há histórias que fogem a essa característica, mostrando garotas mais independentes e fortes ou até mesmo shoujos protagonizados por personagens masculinos.

17 – Shonen (pág. 21): Significa “garoto jovem”. Compreende mangás e animês direcionados ao público masculino. Os desenhos parecem mais adultos ou com traços mais marcantes que no shoujo. A história contém pouco ou nenhum romance, embora ainda possa mostrar bastante foco nas emoções humanas, e se concentra mais em lutas e assuntos mais sérios. Os protagonistas geralmente são garotos de personalidade forte, mas como no shoujo há histórias que podem fugir a essa regra.

18 – CLAMP (pág. 21): Grupo de mangakás formado nos anos 80, inicialmente com 11 integrantes, que se conheceram no colégio e começaram a produzir histórias. Em 1989 publicaram RG Veda, seu primeiro mangá, através da revista Wings, da editora Shinshokan. No decorrer da publicação do mangá integrantes começaram a deixar o grupo, restando apenas o quarteto hoje conhecido como CLAMP, formado por Mokona, Mikki, Nanase e Satsuki. Elas são chamadas de “Rainhas do Shoujo”, e absolutamente todas as histórias dos mangás que já produziram estão conectadas umas com as outras, por vezes sendo necessário ler duas ou mais histórias ao mesmo tempo para compreender a trama. Uma curiosidade é que um dos mais famosos personagens se chama Mokona, em homenagem à mangaká de mesmo nome.

19 – Tankohon (pág. 23): É um mangá de um único volume, o qual contém em apenas um volume uma história completa.

20 – Otaku (s) (pág. 24): Termo sem gênero, utilizado para homens e mulheres, que no Japão descreve qualquer pessoa que seja extremamente fanática por alguma coisa, sendo por vezes visto como algo pejorativo e ruim. Porém no ocidente essa palavra ganhou outro contexto e é utilizada para descrever os fãs de cultura japonesa.

21 – Otome (s) (pág. 24): Outra forma para chamar fãs de cultura japonesa do sexo feminino. Significa donzela.

22 – Cosplayer (s) (pág. 24): Pessoa que se caracteriza de qualquer personagem fictício ou real e o interpreta.

23 – OVA (s) (pág. 25): É a sigla para Original Video Animation (Animação de Vídeo Original). Se trata de um único episódio de animê que contém em si toda a história ou alguns poucos episódios que contam uma parte da história que não está presente no anime original. OVA também é como são chamadas animações feitas para serem lançadas diretamente em DVD no mercado.

24 – Rebut (pág. 26): É quando uma história ganha uma nova versão com os mesmos personagens, porém sofre algumas alterações como mudança de contexto ou a maneira como alguns acontecimentos se passaram, mas sem fugir do objetivo original que os personagens desejam alcançar.

25 – Remake (pág. 27): É quando uma história já existente é trabalhada e criada novamente, podendo ser apresentada no formato original ou em outros distintos.

26 – Tokusatsu (s) (pág. 28): Filme de efeitos especiais. Antigamente utilizado para descrever qualquer série ou filme que utilizasse feitos especiais. Hoje a palavra é comumente usada para se referir a live actions de super heróis produzidos no Japão, que utilizem efeitos especiais.

27 – Fanfiction (s) (pág. 28): Fanfiction, fanfic ou apenas fic. Significa literalmente ficção escrita por fã. Se tratam de histórias ficcionais feitas e publicadas na internet por fãs de animês, mangás, filmes, novelas, doramas, livros, etc. Elas podem dar continuidade à alguma história, mostrar versões diferentes do que poderia ter acontecido, interpretações diferentes, pontos de vista de personagens, mudar finais, mostrar passagens de alguma história que ficaram ocultas na versão original, unir personagens de universos diferentes no mesmo enredo, entre várias outras possibilidades.

28 – Live action (pág. 28): Produções cinematográficas feitas com atores e cenários reais, podendo haver adição de efeitos especiais para criar alguns cenários e elementos.

29 – Crossover (s) (pág. 28): Ocorre quando personagens e universos de histórias diferentes são colocados juntos na mesma trama.

30 – Cosplay (pág. 29): Palavra formada a partir da união de “costume” (fantasia em inglês) com “play” (brincar). É o ato de se fantasiar de algum personagem fictício ou real de forma a alcançar a aparência mais real possível a do personagem.

31 – Future Costume (pág. 30): Em português se traduz como traje do futuro.

32 – J-pop (pág.30): Forma abreviada para música popular japonesa.

33 – World Cosplay Summit (WCS) (pág. 30): Campeonato mundial de cosplay organizado pela rede de TV Aichi até 2013, a partir de 2014 a organização do evento se tornou independente. O campeonato ocorre na cidade de Nagoya, no Japão, realizado por duplas que representam seus respectivos países após passarem por competições eliminatórias nos países que representam. Antes da competição há uma grande caminhada de cosplayers pela cidade.

34 – Harajuku (pág. 31): Área que se localiza ao redor da Estação Harajuku, na linha Yamanote, no bairro de Shibuya, na cidade de Tóquio no Japão, e é o ponto de encontro constante de diversas expressões da moda pop japonesa.

35 – Shibuya (pág. 31): Bairro da cidade de Tóquio no Japão.

36 – Lolita (s) (pág. 31): Estilo de moda japonesa no qual garotas se vestem como bonecas, apresentando diversas subdivisões, das quais as mais famosas são sweet e gothic. A sweet lolita é mais doce, usa cores de tons pastéis e estampas delicadas, possuindo um estilo fofinho. A gothic lolita costuma se inspirar na moda vitoriana ou rococó, possuindo um visual mais sombrio, e por vezes procurando adquirir a aparência de princesas ou de bonecas de porcelana.

37 – Punk (s) (pág. 31): Movimento rebelde que segue a autonomia, visual agressivo, simplicidade, sarcasmo, liberdade e outras questões sociais.

38 – Visual kei (pág. 31): Movimento musical que surgiu no Japão na década de 80 e se tornou um estilo de moda extravagante baseado em vários tipos de música, mas especialmente no rock, também chamado de visual rock.

39 – Kawaii (pág. 32): Significa fofinho ou bonitinho.

40 – Sweet (pág. 32): Significa doce em inglês.

41 – Gothic (pág. 32): Significa gótico em inglês.

42 – Seramyu (pág. 33): Seramyu é a forma abreviada para Sailor Moon Musical. É um musical criado a partir do mangá e animê Sailor Moon, da mangaká Naoko Takeuchi. A primeira edição foi apresentada em agosto de 1993, contando com o elenco principal do grupo de J-pop Sakurako Club, o qual incluía a cantora Anza Ooyama, que interpretou a primeira e mais marcante Sailor Moon do musical, e única atriz a permanecer no papel por um estágio inteiro. O musical possui três estágios que compreendem toda a série, embora normalmente os fãs o descrevam

com quatro, devido às constantes mudanças de elenco, e por quatro atrizes diferentes terem interpretado a Sailor Moon. Foram mais de 800 apresentações até o musical entrar em pausa no ano de 2005. Em 2013 ele foi retomado e vem apresentando novas edições. Uma das razões para a mudança de atores é que os personagens crianças eram realmente interpretados por crianças, e conforme cresciam ocupavam outros papéis ou eram substituídas por crianças menores.

43 – Nu metal (pág. 33): Subgênero do heavy metal que mescla o metal com hip hop e sequências de música eletrônica. Também é chamado de aggro metal, new metal ou neo metal.

44 – Tsuki no Usagi (pág. 33): Pronuncia-se Tsúki no Usagí. “Tsuki” significa lua, “no” se trata da preposição de, e “Usagi” significa coelho. Literalmente Coelho da Lua. Lenda japonesa em que um viajante perdido é ajudado por animais. Comovido com a nobreza do coelho, o viajante o leva para viver com ele na lua. A lenda se torna ainda mais bela para aqueles que conseguem visualizar o coelho nas manchas escuras da lua cheia.

45 – Mochi (pág.34): Bolinho que é crocante por fora e macio por dentro, feito de arroz glutinoso moído em pasta, e depois moldado. É consumido tradicionalmente no Shogatsu (shogatsú), Ano Novo, e em ocasiões especiais como casamentos ou o nascimento de um bebê, embora também seja consumido durante todo o restante do ano. Deve ser apreciado com cuidado, pois seu recheio muito concentrado não muito raramente provoca mortes por sufocamento. Durante o Shogatsu, que dura vários dias no Japão, acontece o festival Mochitsuki, que significa bolo da lua, onde o mochi é preparado e servido ao público. Dependendo da região, o bolinho pode ser moldado em vários formatos.

46 – Festival da Lua / Otsukimi (pág. 34): Otsukimi (otsukimí) em japonês. Festival em que as pessoas se reúnem para observar a lua cheia, comer mochi, e ver as crianças cantando para o coelho da lua. Ocorre em vários lugares e surgiu da cultura chinesa. Ocorre por volta do mês de setembro, coincidindo com o equinócio no calendário solar, sendo uma ótima data para observar a lua cheia.

47 – Tanabata Matsuri (pág. 34): Significa “sétima noite” e é celebrado no dia 7 de julho. Outro significado é “Ponte do Tecelão”, em referência à Orihime, a princesa tecelã. A lenda, que começou na Corte Imperial do Japão há mais de mil anos, diz que após conhecer Kengyu, o pastor do gado, ambos ficaram tão apaixonados que passaram a negligenciar suas obrigações. Como castigo, Tentei, o senhor celestial, pai da princesa, os forçou a viverem em lados opostos da Via Láctea. Diante do sofrimento da filha, ele decidiu que poderiam se ver no sétimo dia do sétimo mês do calendário lunar, desde que nesse dia atendessem todos os pedidos vindos da Terra. Na mitologia japonesa esse casal é representado por duas estrelas, Vega (Orihime) e Altair (Kengyu), que ficam em lados opostos da Via Láctea e só são vistas juntas uma vez por ano. O Tanabata Matsuri se tornou feriado nacional a partir de 1603, e nele as pessoas se reúnem para fazer pedidos às estrelas. No

Brasil também é conhecido como “Festival das Estrelas”, celebrado desde 1979 na cidade de São Paulo.

48 – Kendo (pág. 35): Geralmente confundido com o kenjutsu, arte marcial japonesa que utiliza a katana (espada tradicional japonesa, de lâmina curva), o kendo (kendô) é na verdade “o caminho da espada”, a harmonia espiritual que é aprendida pelo guerreiro para alcançar o equilíbrio dentro de si mesmo e com o mundo a sua volta. O guerreiro aprende a disciplinar seu comportamento de acordo com os princípios do kenjutsu.

49 – Bushido Shoshinshu (pág. 35): Antigo código samurai, que data de mais de 400 anos atrás e é uma leitura obrigatória para qualquer cidadão japonês. Fala desde o comportamentos dos guerreiros no dia a dia normal até os procedimentos adotados em situação de guerra, evidenciando como o guerreiro se prepara para cada situação e mostrando um caminho para o aprendizado e o crescimento espiritual.

50 – Gueixa (s) (pág. 35): Ou Geiko (lê-se gueikô), como é falado em Kyoto, ou Gueigi (lê-se gueigui). União de guei (arte) com xa (pessoa), gueixa significa literalmente “artista”. Não se trata de uma prostituta de luxo como muitos pensam. É uma artista japonesa treinada desde a infância para cantar, dançar e conversar, além de receber preparação para ministrar a famosa cerimônia do chá, e com todas essas habilidades entreter clientes do sexo masculino em festas, banquetes e casas de chá, chamadas de ochayas (lê-se otchayá). A “sedução” ligada às gueixas se trata da habilidade para fazer os clientes se sentirem bem, confortáveis e tratados com educação e gentileza, como se estivessem em casa, além de fazê-los se divertir, e não tem relação com o significado literal da palavra. Dependendo do nível de aprendizado em que se encontram, as cores de suas roupas e a complexidade dos penteados podem mudar. Seus quimonos são mais discretos e harmoniosos, o laço do obi (faixa que é amarrada na cintura) é feito nas costas com nós firmes por ajudantes. Vivem em okiyas, casas habitadas por gueixas, onde pode-se encontrar várias gerações de gueixas, de idosas (normalmente as autoridades máximas do okiya) à crianças em aprendizado. Quando se tornam gueixas oficialmente recebem um novo nome, junto ao sobrenome da soberana do okiya.

51 – Oiran (s) (pág. 35): A palavra é formada por dois ideogramas, que significam “flor” e “líder”, outro significado é “cortesã”. São prostitutas de luxo. Seus quimonos possuem cores bem mais extravagantes e os penteados são maiores e mais chamativos, o laço do obi é usado para frente. Vivem em bordéis. Pode haver crianças em bordéis, e também recebem uma espécie de treinamento, durante o qual são chamadas de hikkomi (lê-se hikkomí), cortesã em treinamento. Antigamente as crianças que chegavam aos bordéis eram mais velhas, após serem possivelmente rejeitadas nos okiyas por já terem ultrapassado a idade ideal para treinamento. Tanto filhas de gueixas quanto de oirans podem treinar para seguir o ofício de suas mães. Hoje é uma escolha, diferente de quando crianças eram

enviadas à okiyas e bordéis sem escolha alguma, após ficarem órfãs ou serem rejeitadas ou vendidas por familiares ou terceiros.

52 – Daná (pág. 35): Marido. Após uma determinada quantidade de treinamento e com certa idade, geralmente pouco antes de atingir a idade adulta, as maikos (aprendizes de gueixas) vivenciam o “mizuage” (lê-se mizuague), que é basicamente a venda de sua virgindade, e esse ritual representa sua maioridade. A cor da gola de suas roupas muda de vermelho (cor da imaturidade) para branco (cor da maturidade) e o penteado também sofre alterações para ficar mais elegante. Há muitos anos os candidatos a daná eram selecionados de acordo com os benefícios e o patrocínio financeiro que poderiam trazer à gueixa e ao okiya, sendo raramente selecionados por amor. Algumas gueixas tinham essa sorte e até mesmo tinham filhos com seus danás, as filhas podiam também se tornar gueixas. A gueixa oferecia aos candidatos um bolinho chamado ekubo em uma pequena caixa, como um símbolo da disputa. Então os escolhidos começavam a fazer lances até que os demais candidatos não pudessem cobrir o lance mais alto. E aquele que o fizesse se tornaria o daná, patrocinando financeiramente a gueixa, ajudando o okiya, e podendo se encontrar ocasionalmente com ela apenas para fins de formalidade ou encontros íntimos, sendo o daná o único homem a quem a gueixa pode se entregar. As que tinham a sorte de possuir um daná com o qual o amor era verdadeiro passavam muito mais tempo com ele. Normalmente a gueixa que alcança um mizuage com maior valor é “adotada” pela soberana do okiya, recebendo seu sobrenome e sendo a principal gueixa que sustentará o local. Sendo os status do okiya avó, mãe, tia (gueixa que por alguma razão fora de seu controle teve seu treinamento interrompido e não pode continuar, tornando-se então uma ajudante das demais), das mais velhas para as mais jovens, a gueixa adotada se torna a filha.

53 – Okiya (pág. 35): Alojamento para maikos e gueixas viverem durante seu nenki (lê-se nenkí), que seria seu contrato ou carreira como gueixa.

54 – Quimono (pág. 35): Veste tradicional japonesa utilizada por ambos os sexos e em qualquer idade. Consiste numa túnica longa transpassada por obi, faixa que o prende na cintura. Geralmente é usada uma vestimenta menor completamente branca por baixo, também transpassada por um obi como o quimono. Às são usadas pequenas almofadas por dentro do quimono, na região da cintura, para ajudar a mantê-lo no lugar.

55 – Sakuran (pág. 36): Lê-se sakúran. Filme derivado do mangá Sakuran, feito pela mankagá Moyoco Anno. A palavra Sakuran é uma variante do nome Sakura (lê-se Sakurá), que significa “flor de cerejeira”. Um dos significados para a palavra sakuran é “confusão”, talvez fazendo referência ao momento em que as pétalas das flores de cerejeira se desprendem das árvores e são levadas pelo vento, parecendo girar e produzindo um lindo efeito.

56 – NHK (pág. 38): Nippon Hôsô Kyôkai, em japonês, e Corporação de Radiodifusão do Japão, em português. Maior emissora do Japão, fazendo

transmissão em rádio em 18 idiomas diferentes. Opera dois serviços de televisão terrestre, três de televisão via satélite, um de televisão de alta definição e três redes de rádio, além de um serviço de rádio e teledifusão internacional.

57 – Domo-kun (pág. 38): Mascote da NHK. Costuma aparecer em vinhetas de trinta segundos feitas com stop motion, exibidas nos intervalos entre as programações do canal e por vezes faz pequenas participações em outras mídias. Domo-kun é um mafagafo nascido de um ovo. Ele é pequeno, marrom e peludo, com uma boca grande que mostra dentes afiados. Ele não consegue fechar a boca e seu sonho é voar. Ele também é fã da banda Guitar Wolf. Por curiosidade, “kun” é um pronome de tratamento japonês, utilizado para se referir exclusivamente a meninos, normalmente crianças, ou a alguém de quem se é muito próximo, mesmo que essa pessoa não seja mais criança.

58 – Vocaloid (s) (pág. 38): Bôkaroido (lê-se bôkarôidô) em japonês. Vocaloid é um software de síntese de voz da Yamaha Corporation. O programa permite que os usuários, digitando letras, criem melodias junto a vozes artificiais criadas a partir das vozes previamente gravadas e sintetizadas de atores e cantores, além de tornar possível alterar a velocidade da pronúncia e adicionar efeitos sonoros especiais. O resultado é uma mistura de voz humana com voz robótica cantando. Cada vocaloid, personagem, é vendido individualmente como um cantor dentro uma caixinha, servindo de substituto para um cantor real.

59 – Zeruda no Densetsu (pág. 39): Um dos games mais famosos e amados até hoje. “Zeruda” é a pronúncia japonesa para Zelda, “no” é a preposição de, e “Densetsu” significa lenda. A pronúncia correta seria Zerudá no Densetsú. The Legend of Zelda (título original em inglês), ou A Lenda de Zelda, em português, é uma série de jogos eletrônicos da Nintendo, criada em 1986 por Shigeru Miyamoto e Takashi Tezuka. A cronologia do jogo é um pouco confusa, mas possível de ser entendida. Em 2011 foi lançado o livro Hyrule Historia (História de Hyrule), que explica os eventos em ordem cronológica e como cada jogo se conecta com os outros.

60 – Fainaru Fantaji (pág. 40): “Fainaru” é a pronúncia japonesa para Final e Fantaji é fantasia, pronuncia-se Fainarú Fantají. Final Fantasy é uma franquia de multimídia concentrada em uma série de jogos eletrônicos com base no RPG criada por Hironobu Sakaguchi e lançada em 1987. Com o enorme sucesso, o jogo ganhou inúmeras sequências. Apesar de muitos dos jogos apresentarem histórias independentes, sempre há elementos em cada um deles que os identifica como parte do mesmo universo.

61 – Manjuu (pág. 40): Doce japonês cozido à vapor. Feito com farinha de trigo, farinha de arroz e trigo sarraceno, e geralmente recheado com pasta de feijão azuki, grão originário da China. Foi criado como variação do mantou (mantôu), pão chinês recheado com carne de porco ou de engua.

62 – Sushi (pág. 40): Feito com arroz temperado com molho de vinagre, açúcar e sal, combinado com peixe ou frutos do mar crus, vegetais ou ovo, podendo ser adicionada a nori (norí), folha feita de alga marinha normalmente de cor verde escura. O sushi pode ser servido com wasabi, pasta de raiz forte, que possui cor verde e é bem mais picante que pimenta.

63 – Sashimi (pág. 40): Fatias de peixe ou frutos do mar crus, que podem ser servidos com molho shoyo, wasabi, condimentos frescos de gengibre ou ponzu (ponjhú), molho feito à base de limão.

64 – Temaki (pág. 40): Sushi em formato de cone, comido com as mãos.

65 – Tempurá (pág. 40): Prato exportado para o Japão da culinária portuguesa. Feitos com pedaços de mariscos ou vegetais fritos em óleo muito quente por dois ou três minutos, envoltos por um polme fino. Polme é uma massa mole com a qual se envolve alimentos antes da fritura.

66 – Yakisoba (pág. 40): Yakisoba ou sôsu yakisoba significa literalmente macarrão ou sobá frito e é um prato originado da culinária chinesa. Feito apenas com lámen (ou rámen) (macarrão chinês). Mas ao chegar nos outros países adquiriu adição de molho shoyo, legumes, verduras e carnes, fritos ou não, além de ser feitos também com outros tipos de macarrão. Sobá é um macarrão japonês feito com farinha de trigo sarraceno.

67 – Molho shoyo (pág. 40): Molho de soja feito a partir de soja, cereal torrado, água e sal marinho fermentados com micro-organismos.

68 – Missoshiro (pág. 40): Sopa de missô. O missô é dissolvido em água quente e misturado a vegetais, legumes, hondashi (hondashí – tempero à base de peixe), soja e tofu (tôfú - queijo branco produzido a partir da soja). O missoshiro deve ser servido quente e antes do prato principal.

69 – Missô (pág. 40): Ingrediente japonês feito com arroz fermentado, cevada e soja com sal. O resultado é uma pasta que pode ter colorações diferentes dependendo da combinação dos ingredientes.

70 – Udon (pág. 40): Macarrão grosso feito de farinha, que é misturado com koikuchi shoyo (koikutchí shoyo), molho shoyo de sabor mais forte, e água, sendo consumido como sopa.

71 – Sukiyaki (pág. 40): Prato curioso por ser preparado no decorrer da refeição. Conforme os ingredientes vão sendo cozidos, as pessoas servem a si mesmas. O sukiyaki é feito com grande variedade de ingredientes, como carne de boi ou de porco em fatias finas, verduras, udon, cogumelos, entre outros.

72 – Hashi (pág. 40): Palitos de madeira, normalmente de bambu, utilizados nos países do extremo oriente no lugar dos talheres.

73 – Nihongo (pág. 40): Significa literalmente japonês, o idioma.

74 – Daisuke (pág. 40): Significa “eu gosto de você”, dito para pessoas que você gosta ou por quem está apaixonado.

75 – Aishiteru (pág. 40): Forma de dizer “eu te amo” para a pessoa que você ama mais do que todas as outras.

76 – Koishiteru (pág. 40): Forma de dizer “eu te amo” utilizada quando você deseja passar o resto da vida com alguém.

77 – Dorama (s) (pág. 40): Pode ser entendido como novela ou série de TV oriental. Assim como os animês, pode ter bem poucos ou muitos capítulos, e abordar incontáveis temas diferentes, não deixando de emocionar e tomar o coração dos espectadores mesmo quando não foca em nenhum relacionamento romântico.

ANEXOS

Anexo A – Gráfico criativo feito para auxiliar o início dos estudos. – 1ª parte

O que você gostaria de estudar?

Por que as revistas de cultura japonesa produzidas no Brasil não apresentam boa qualidade? Os produtores não se preocupam em fazer uma boa revista ou lhes falta conhecimento em design gráfico editorial?

Quais as duas (ou três) grandes áreas envolvidas no tema?

Design

Cultura

Design gráfico e editorial

Cultura japonesa

Tópico amplo

A influência do design gráfico nas revistas de cultura japonesa.

Tópico específico

A influência dos aspectos do design editorial no projeto gráfico das revistas de cultura japonesa.

Poção do coração
→ Isto te dá HP (vida).

EI! ATENÇÃO!
Navi, a fada.

Leite do Rancho
Leon Leon
→ Isto te dá energia.

Junta 4 pedras para conseguir um recipiente de coração.

Você conseguiu um pedaço de coração!

Você conseguiu um pedaço de coração!

Você conseguiu um pedaço de coração!

Você conseguiu um pedaço de coração!

Anexo A – Gráfico criativo feito para auxiliar o início dos estudos. – 2ª parte



O gráfico no anexo **A** foi projetado para se parecer com um jogo onde à medida que as informações eram escritas ganhava-se uma recompensa. A inspiração foi o game The Legend of Zelda – Skyward Sword (A Lenda de Zelda – Espada Celestial).

Anexo **B** – Principais inspirações.



Animes



Bandas



Musicais



Mangás



**Filmes (live-action /
computação gráfica)**



Moda

Anexo C – Formulário

Observação: Formulário gerado e aplicado através do Google.

FORMULÁRIO

Design editorial para revistas de cultura japonesa

Sou estudante de design e me encontro em fase de conclusão do curso. Para auxiliar na pesquisa do meu projeto de graduação criei este formulário para entender como os leitores das revistas de cultura japonesa (NeoTokyo, Anime Do, Clube do Anime, Heróis do desenho) veem o projeto gráfico e estética dessas revistas.

1 - Qual o seu nível de escolaridade?

2 - Qual a sua idade?

3 - Seu gênero: (☐) Feminino (☐) Masculino

4 - Qual a sua nacionalidade?

5 - Você possui ascendência oriental? (☐) Sim (☐) Não (☐) Não sei

6 - Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

7 - Desde quando você lê essas revistas?

8 - O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

9 - O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

10 - Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

11 - Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

(☐) Sim (☐) Não

Anexo D – Formulários respondidos

Participante 1:

Qual o seu nível de escolaridade? Médio

Qual a sua idade? 26

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Porque admiro a cultura.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde criança.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

O comportamento.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Anime.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

(x) Sim () Não

Participante 2:

Qual o seu nível de escolaridade? Ensino superior incompleto

Qual a sua idade? 24

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Para ficar por dentro e atualizar sobre temas que eu gosto, ou para colecionador caso venha na edição algo que me interesse mais.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde a adolescência, acho que desde os 16 anos.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Pela educação dos japoneses, primeiro contato que tive com a cultura foi com os animes, depois pela música e por último as novelas e seriados.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Gosto das matérias que trazem curiosidade e história de bastidores sobre a criação de animes e também quando tem fotos de cosplay, quando sai um colega é bacana.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Algo que notei que me incomoda muito nessas revistinhas, as mais simples como a Anime Do são as imagens esticadas e sem qualidade. E a grande mistura de fontes.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 3:

Qual o seu nível de escolaridade? Médio técnico incompleto

Qual a sua idade? 34

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Porque mostra assuntos sobre uma cultura única e me proporciona aprendizado que levo pra minha vida.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde os 14.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Sua originalidade e a maneira de superar crises.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Animes e arte japonesa.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 4:

Qual o seu nível de escolaridade? Ensino médio completo

Qual a sua idade? 22

Seu gênero: () Feminino (x) Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileiro

Você possui ascendência oriental? () Sim () Não (x) Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Virou costume.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde 2005.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Sua arte.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Anime e cosplay.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 5:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior completo

Qual a sua idade? 30

Seu gênero: () Feminino (x) Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileiro

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Ficar informado sobre novos animes/mangás e também para ver os rankings de mangás mais vendidos e animes mais assistidos.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde criança quando a antiga TV Manchete começou a trazer os tokusatus.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

A qualidade das obras animadas.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Notícias sobre cosplay e eventos.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Muita informação desorganizada na capa, exemplo: muita variação de tipografia.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

(x) Sim () Não

Participante 6:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior incompleto

Qual a sua idade? 34

Seu gênero: () Feminino (x) Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileiro

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Por trazerem conteúdo diferenciado e específico para fãs de cultura oriental, novidades desse nicho, curiosidades, fatos históricos, dentre outros.

Desde quando você lê essas revistas?

Aproximadamente desde 2001.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Todo um diferencial em relação a cultura ocidental, respeito ao antigo, sem esquecer o novo.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Novidades sobre animações, series tokusatsus, musica, tecnologia, historia do Japão feudal.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Sim... Diagramação dinâmica, frases de impacto, cores e imagens que não só chamam a atenção, como também a prendem durante a leitura.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 7:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior incompleto

Qual a sua idade? 22

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Porque gosto da cultura oriental.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde 2008.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Depois de aprender alguns costumes do Japão que achava interessante.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Novidades sobre o mundo oriental.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 8:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior incompleto

Qual a sua idade? 25

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Por achar interessante.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde os 14 anos.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Animes e interesse familiar por artes marciais.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

A cultura e os animes.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Fonte pequena em muitos casos, e repetição da mesma ilustração toda vez que se fala de um assunto, além de exagero na quantidade de ilustras.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

(x) Sim () Não

Participante 9:

Qual o seu nível de escolaridade? Ensino médio

Qual a sua idade? 18

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim () Não (x) Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Acho interessante e acho muito bonita a cultura oriental.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde 2005.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Animes.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Cosplay.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 10:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior incompleto/cursando

Qual a sua idade? 22

Seu gênero: () Feminino (x) Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileiro

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Para saber informações que geralmente são ditas em matérias da internet. Conheço Animes, bandas, Tokusatus de outras eras e particularmente os artigos de revistas são melhores que sites.

Desde quando você lê essas revistas?

2002.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Qualidade nas obras em que os japoneses estão envolvidos.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Artigos diversos sobre temas em comum com outros animes.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 11:

Qual o seu nível de escolaridade? Graduação

Qual a sua idade? 25

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Porque me interesse pela cultural oriental, tanto a tradicional quanto a pop.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde criança, por volta dos 11 anos.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Animes e mangás.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Animes estreantes e descobrir novas obras do gênero que eu gosto.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Muitas delas tem um bloco de texto com letras muito pequenas.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

(x) Sim () Não

Participante 12:

Qual o seu nível de escolaridade? Ensino médio completo

Qual a sua idade? 29

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Porque trás informações sobre animes e coisas de fora do Brasil.

Desde quando você lê essas revistas?

2007.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Os animes e cosplays.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

O que mais chama a atenção é que com passar dos anos, mesmo com mídia digital, ainda há nas bancas.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 13:

Qual o seu nível de escolaridade? Médio completo

Qual a sua idade? 24

Seu gênero: () Feminino (x) Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileiro

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Para obter mais conhecimento da própria Cultura Japonesa e Conhecer Novos Animes.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde 2008.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Passar as todas as manhãs assistindo os famigerados Desenhos Animados (que muitos deles eram animes, Dragon Ball, Cavaleiros do Zodíaco, Digimon, Medabots Etc...).

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Cosplay e curiosidades sobre animes!

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não, geralmente gosto de tudo na revista, leitura fácil e descontraída, muito bom!

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 14:

Qual o seu nível de escolaridade? Graduando

Qual a sua idade? 21

Seu gênero: () Feminino (x) Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileiro

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Porque gosto de animes.

Desde quando você lê essas revistas? Desde 2012.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa? Os animes.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Animes.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

O exagero de figuras usadas, muitos personagens num local só.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

(x) Sim () Não

Participante 15:

Qual o seu nível de escolaridade? Ensino médio.

Qual a sua idade? 23

Seu gênero: () Feminino (x) Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileiro

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Para manter-me sempre informado sobre aquilo que tenho interesse.

Desde quando você lê essas revistas? 2003.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Achei interessante sua história e costumes.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Curiosidades sobre temas variados.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não, não há.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 16:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior incompleto.

Qual a sua idade? 22

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Porque o país tem uma cultura maravilhosa.

Desde quando você lê essas revistas? Há 3 anos.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

A dinâmica, inteligência e criatividade do povo.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Cultura.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 17:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior incompleto.

Qual a sua idade? 21

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Acho a cultura interessante, gostaria de conhecer.

Desde quando você lê essas revistas? 2010.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Animes.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

As tradições.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 18:

Qual o seu nível de escolaridade? Cursando ensino superior.

Qual a sua idade? 18

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira.

Você possui ascendência oriental? () Sim () Não (x) Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Porque me sinto mais informada acerca dos temas que eu gosto, uma vez que não costumo pesquisar muitas notícias sobre as séries que acompanho.

Desde quando você lê essas revistas?

Desde 2009, quando comecei a acompanhar séries animadas japonesas (animes) que eram mais conhecidas pelos meus colegas. Antes disso eu já tinha algum contato com as revistas, mas não me interessava tanto quanto hoje.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Primeiramente, as animações japonesas, as convenções e os mangás me aproximaram bastante dessa cultura. Depois, quando comecei a pesquisar mais a fundo, imagino que tenha sido a educação e alguns costumes específicos do povo japonês que mais me chamaram atenção e, por conseguinte, me fizeram cultivar certa admiração por eles.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Tópicos sobre filmes/animações que possuam duração mais longa e um enredo envolvente, geralmente associado a ação e aventura. Novidades sobre tecnologia, exclusividades do cotidiano nipônico e música também são bastante interessantes.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Sim. Não gostar das ilustrações e cores é mais difícil, mas muitas vezes tive problemas com a localização de assuntos diferentes numa mesma página, ou ainda, em como saber onde um assunto acabava e o outro tinha início - geralmente por não haver nenhuma divisória entre os tópicos ou destaque que permitisse uma distinção clara entre os dois pontos.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

(x) Sim () Não

Participante 19:

Qual o seu nível de escolaridade? Ensino superior incompleto.

Qual a sua idade? 22

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Normalmente aborda assuntos que me interessam.

Desde quando você lê essas revistas? Desde cerca de 15 anos de idade.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Especialmente os animes/mangás. O traço de desenho me interessava muito.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Matérias sobre animes com traços que acho interessantes e matérias sobre estilo de roupas orientais.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não necessariamente.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 20:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior incompleto.

Qual a sua idade? 23

Seu gênero: () Feminino (x) Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileiro

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Pela riqueza em detalhes e aspectos da cultura.

Desde quando você lê essas revistas? Li duas vezes apenas.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Acho que a arquitetura, os valores e a identidade compartilhada dos japoneses.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Mangás e animes sem dúvida.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Não, nada me desagrada.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 21:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior completo.

Qual a sua idade? 22

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Eu gosto da cultura pop e quero ver as novidades desse mundo.

Desde quando você lê essas revistas?

Comecei na infância, mas, não era fácil de achar, quando tinha eu comprava, essas revistas Neotokyo... Começou a venda na minha cidade na minha pré-adolescência, pois a cultura pop no Brasil demorou a se expandir e chegar no interior.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Toda magia, alegria e inocência, é como se fosse um mundo encantado onde eu fujo da minha realidade.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Imagens e fotos.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

Sim, às vezes eles não têm noção e fazem uma arte muito carregada, sem sintonia, bombardeando meu cérebro de informações e fica ilegível.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

() Sim (x) Não

Participante 22:

Qual o seu nível de escolaridade? Superior incompleto.

Qual a sua idade? 26

Seu gênero: (x) Feminino () Masculino

Qual a sua nacionalidade? Brasileira

Você possui ascendência oriental? () Sim (x) Não () Não sei

Por que você lê revistas de cultura japonesa? Especifique.

Porque tenho acesso à cultura deles.

Desde quando você lê essas revistas? Há alguns anos.

O que o fez passar a admirar a cultura japonesa?

Por que lá tudo é diferente, os costumes, a indumentária, a tecnologia, a forma de pensar, a cultura em si é muito rica e misteriosa.

O que mais lhe chama atenção e quais assuntos mais lhe atraem nas revistas de cultura japonesa?

Animes e jogos e eletrônicos.

Há algum aspecto visual da diagramação (letras, cor, ilustração, etc) que não lhe agrade nessas revistas? Caso sim, especifique.

As bagunça visual nas ilustrações.

Você sente dificuldades em localizar rapidamente as informações na capa ou dentro das revistas?

(x) Sim () Não