

## DESIGN EDITORIAL: ANÁLISE DOS PROJETOS GRÁFICOS DA REVISTA QUATRO RODAS A PARTIR DE ACERVO DIGITAL

### EDITORIAL DESIGN: ANALYSIS OF GRAPHIC DESIGNS FROM THE QUATRO RODAS MAGAZINE FROM THE DIGITAL COLLECTION

Carolina Vaitiekunas Pizarro<sup>1</sup>

Cassia Leticia Carrara Domiciano<sup>2</sup>

Paula da Cruz Landim<sup>3</sup>

#### Resumo

As revistas estão presentes no cotidiano dos leitores, não somente como veículo de informação e entretenimento, mas muitas vezes como representantes de determinado público ou seguimento. Do ponto de vista do design, sempre foi uma vitrine para as linguagens visuais vigentes, bem como novas tendências, sendo uma importante fonte de pesquisa. Ainda hoje apresenta múltiplas possibilidades em seus projetos. A presente pesquisa apresenta uma análise de mudanças do projeto gráfico da revista Quatro Rodas desde a sua criação até os dias atuais, valendo-se da disponibilização de todas as suas edições em formato digital, sob forma de um acervo. Foram observados os principais componentes gráficos da publicação, tendo como parâmetros os elementos básicos de construção de um projeto editorial. Pôde-se perceber ao final da pesquisa que o projeto gráfico da Quatro Rodas se modificou e se adaptou às demandas do público leitor, bem como às possibilidades tecnológicas disponíveis no espaço de tempo no qual àquelas edições estavam inseridas.

**Palavras-chave:** design editorial; revista; projeto gráfico; acervos digitais.

#### Abstract

The magazines are present in the daily lives of readers, not only as a vehicle for information and entertainment, but often as representatives of particular public or follow-up. From a design point of view, it has always been a showcase for the existing visual languages as well as new trends and is also an important source of research. Till today presents multiple possibilities in your editorial design project. This research presents an analysis of the changes in the graphic design of the Quatro Rodas magazine since its inception to the present day, based on the availability of all its editions in digital format in the form of a collection. Were observed the leading graphics components of the publication, taking as parameters the basic elements of building a publishing project. It was noticed at the end of the research that the graphic design project of Quatro Rodas magazine was modified and adapted to the demands of the readership, as well as to the technological possibilities available in the space of time in which those editions were inserted.

**Keywords:** editorial design; magazine; graphic project; digital collections.

---

<sup>1</sup> Mestra, Doutoranda do PPG Design – FAAC - UNESP, caroldipp@gmail.com

<sup>2</sup> Professora Titular Doutora, Departamento de Design – FAAC - UNESP, carrara@faac.unesp.br

<sup>3</sup> Professora Adjunta Doutora, Departamento de Design – FAAC - UNESP, paula@faac.unesp.br

## 1. Introdução

As revistas estão presentes no cotidiano dos leitores não somente como veículo de informação e entretenimento, mas também como um produto editorial de forte representatividade junto a diferentes públicos, abordando variados assuntos e, do ponto de vista de projeto, apresentando múltiplas possibilidades de ação para os designers. No Brasil as primeiras revistas surgiram ainda no século XIX e sua produção e desenvolvimento foram pautados pelas tecnologias disponíveis na época de sua edição, bem como o design gráfico – fruto da criação dos designers – sofreu influências de tendências vigentes nestes mesmos períodos.

Se em um primeiro momento tais publicações tinham um caráter de crônica cotidiana, as quais em suas páginas apresentavam os usos e costumes de determinada época, o passar dos anos e a mudança no perfil dos leitores – principalmente o decorrer do século XX – fizeram da revista uma vitrine para novos artistas, um terreno de atuação para novos designers e ao mesmo tempo, abriram espaço para a abordagem de novas e variadas temáticas.

Cada publicação constitui sua identidade na forma de um projeto editorial, elaborado preferencialmente pelo editor da revista em parceria com uma equipe multidisciplinar, incluindo o designer responsável por seu projeto gráfico (diretor de arte), com vistas a desenvolver um veículo de comunicação atraente e eficiente. Uma vez definida a identidade da publicação e seu perfil editorial, é nas mãos dos designers que esta toma forma por meio do emprego de variados recursos (tipografia, uso de imagens, espaço, cor, navegação, contrastes, ritmo, entre outros elementos), valendo-se da união entre as linguagens verbal e visual com o objetivo de melhor comunicar seu conteúdo o leitor.

Seguindo a tendência verificada durante o século XX de produção de publicações destinadas a atender nichos de públicos específicos, a revista Quatro Rodas – objeto de análise no presente artigo – surgiu especificamente para atender ao público que se interessa pelo meio automobilístico bem como pelas particularidades e curiosidades do setor. Ao longo dos anos, desde sua criação em 1960, a publicação passou por mudanças em seu projeto gráfico que puderam ser analisadas a partir de acervo digital, disponibilizado no website da publicação. Embora não fosse afetada pelas tendências mais radicais que permearam o design editorial nos últimos anos, ficou perceptível na análise realizada como as mudanças, principalmente tecnológicas, influenciaram seu projeto gráfico.

A revista tal qual se apresenta hoje é, portanto, resultado de todo um arcabouço histórico que sintetiza anos de conhecimento, técnicas, tecnologias e criatividade desenvolvidos por variados profissionais ao longo dos anos, na construção de um dos produtos editoriais brasileiros que mais resistem em tempos digitais e que busca constantemente adaptar-se a esse novo contexto.

A presente investigação visa realizar uma análise nas mudanças do projeto gráfico da revista Quatro Rodas ao longo do tempo, desde a sua criação, a qual foi realizada a partir das principais partes componentes da publicação – capa, sumário, reportagem de capa e seção fixa – tendo como parâmetros os elementos básicos de construção de um projeto gráfico para produtos editoriais.

## 2. A Revista no Brasil

Segundo Fatima Ali:

A revista é um meio de comunicação com algumas vantagens sobre os outros: é portátil, fácil de usar e oferece grande quantidade de informação por um

custo pequeno. Entra na nossa casa, amplia nosso conhecimento, nos ajuda a refletir sobre nós mesmos e, principalmente, nos dá referências para formarmos nossa opinião (ALI, 2009, p.18).

É, portanto, um veículo estratégico e de grande importância na história dos meios de comunicação. Para Domiciano, as revistas, além de informar ou entreter, deram destaque ao design e seus momentos na história.

As revistas desempenham papel fundamental na nossa cultura visual e sempre tiveram papel de vanguarda na comunicação. Estabelecem a ponte entre um grupo de pessoas interessado num determinado assunto, e um indivíduo ou organização com motivação suficiente para comunicá-lo (DOMICIANO in MENEZES E MOURA, 2013, p.163).

As revistas também refletiram gostos e costumes de determinadas épocas. Elas também foram importantes para o florescimento do design gráfico brasileiro, empregando muitos dos grandes nomes do ramo. Visando estruturar uma breve revisão histórica a fim de situar cronologicamente a pesquisa desenvolvida, apresentam-se, com base na “macroperiodização” realizada por Melo e Ramos (2011, p. 19-21) a evolução de diversos produtos gráficos, incluindo as revistas.

O primeiro período ressaltado pelos autores compreende o século XIX, destacado como sendo a era da tipografia de chumbo, onde os parâmetros da linguagem gráfica foram definidos em grande medida pelas características da tipografia manual e as coleções de tipos e ornamentos disponíveis. Vale destacar que a impressão tipográfica só chegou ao país em 1808, junto com a família real. Esse fato justifica que, mesmo tendo as primeiras revistas surgido na Europa em meados do século XVII, a primeira revista brasileira – Correio Brasiliense – tenha sido editada em Londres, circulando clandestinamente no Brasil e em Portugal entre 1808 e 1822 (ALI, 2009). “As Variedades” ou “Ensaio de Literatura”, datada do ano de 1812, é considerada oficialmente a primeira revista do país (EDITORA ABRIL, 2000).

De acordo com Melo e Ramos (2011, p.47-49) a partir de 1860 cresceu a quantidade de periódicos, principalmente voltados à sátira política e à crônica de costumes. Os autores destacam ainda que o periódico Revista Ilustrada, de Angelo Agostini é considerado o mais importante periódico brasileiro do Século XIX e isso se deve “[...] tanto à sua longevidade – existiu de 1876 a 1898 – como ao destacado papel político que cumpriu na luta pela causa abolicionista” (MELO e COIMBRA, 2011, p. 49).

O segundo período destacado pelos autores compreende de 1900 a meados do século XX, chamado de “era da ilustração”. Na época, muitos foram os avanços tecnológicos ocorridos, os quais permitiram a impressão de imagens inclusive coloridas. Destaque para a litografia, técnica que permitiu uma melhoria na reprodução de imagens e passando a ser utilizada em conjunto à tipografia. De acordo com Domiciano (2012), a técnica consagrou-se na Europa do século XIX e foi usada por inúmeros artistas. A produção gráfica brasileira sofreu, portanto, forte influência europeia, uma vez que os técnicos especializados eram imigrantes. Também se verificou uma expansão das publicações, bem como uma variação nas técnicas de impressão e composição.

Assim, houve um aumento de possibilidades para a reprodução de ilustrações, as quais eram em sua maioria humorísticas e realizadas em técnicas de pintura. Essas passaram a predominar nas produções gráficas, sendo de autoria da primeira geração de artistas nascidos no Brasil. Sobral destaca alguns dos grandes nomes que estiveram em evidência na produção de ilustrações para periódicos, principalmente nos anos 1920:

[...] na área gráfica, Julião Machado, Raul Pederneiras, K. Lixto, J. Carlos. Di Cavalcanti, dentre outros, trabalharam na colaboração e na criação dos principais semanários ilustrados de grande circulação [...] produzindo os anúncios comerciais e desenhando as charges políticas (SOBRAL in CARDOSO, 2005, p.124).

Nesse período, publicações de grande importância permearam a produção gráfica. A Avenida (1903); Renascença (1904); Atheneida (1903), Kósmos (1904), Para Todos (1918), Fonfon! (1907), O Malho (1902) e O Cruzeiro (1929) são algumas das produções da primeira década do século XX no Brasil. As três últimas foram as revistas de maior sucesso da época, sendo editadas até a década de 1950. Seus conteúdos registravam fatos e opiniões do cotidiano da sociedade daquele momento.

O terceiro período destacado por Melo e Ramos (2011) compreende meados do século XX aos anos 1980, período denominado como a “era da fotografia”. Os autores destacam que a ilustração começou a perder espaço para a fotografia a partir dos anos 20 do século XX, por conta do avanço da técnica de impressão offset, também conhecida como litografia industrial, e que começou a ser desenvolvida ainda no fim do século XIX. Principalmente após a Segunda Guerra Mundial, essa técnica se consolidou como sistema hegemônico de reprodução de imagens, perdurando até os dias atuais. A fotografia então passou a se destacar, segundo Andrade, pelo caráter realístico e sintético do conteúdo a ser apresentado:

Desde cedo, a imprensa ilustrada passou a se valer de fotografias originais como inspiração ou modelo para a produção de sua iconografia. O que se pretendia – especialmente no caso da imprensa periódica – era dar ainda mais veracidade, mais autenticidade, mais objetividade à narrativa visual (ANDRADE in CARDOSO, 2005, p.61).

Assim, as revistas passaram a adotar a fotografia como um elemento de primeiro plano para se manterem alinhadas às expectativas dos leitores com vistas à atraí-los. Destacaram-se no período, pelo vanguardismo, qualidade e design, a revista Senhor (1959) - periódico de cultura de autoria de Carlos Sciliar e Glauco Rodrigues - e pela grande circulação e importância, as revistas Realidade (1966) e Veja (1968), de cunho jornalístico. Outras publicações como a revista de moda Vogue Brasil (1975) e a Quatro Rodas (1960), voltada ao segmento automobilístico e objeto de estudo da presente pesquisa, compõem parte de uma tendência verificada no período: o surgimento de publicações segmentadas.

O quarto período – a partir dos anos 1990 – caracterizado por Melo e Ramos como a “era digital”, reflete como a revolução digital iniciada na década de 1980 se disseminou na década de 1990 com grande impacto no design gráfico, principalmente devido ao uso dos computadores pessoais. Além disso, o surgimento de softwares gráficos ampliou as possibilidades de manipulação digital de imagens. Sobre esse cenário Domiciano reflete:

Até o final do século XX a discussão e produção das artes visuais contemporâneas continuamente usaram, interferiram e questionaram as ferramentas tecnológicas e as ainda novas linguagens digitais. O produto híbrido passou a ser o mote mais comum. Hoje a chamada arte digital dificilmente se define: desde o uso da digitalização de conteúdos analógicos e materiais na construção de textos gráficos híbridos, passando pelo uso da linguagem digital enquanto ferramenta para produção e divulgação de produtos visuais, até obras e processos existentes apenas em rede (DOMICIANO, 2012, p.31).

Também nesse período o design gráfico passou a compor as mídias eletrônicas e a ser um reflexo da complexidade de possibilidades de manipulação, reprodução e difusão em uma

vertente que se tornou conhecida como a “desconstrução” e que se manteve em destaque nos anos 90 e 2000, sendo hoje uma influência em vários segmentos da produção impressa.

### 3. A Revista Quatro Rodas

Primeiro periódico do mercado editorial brasileiro voltado ao tema automóvel. Sua primeira edição data do mês de agosto de 1960, sendo publicada pela Editora Abril desde o primeiro exemplar, até os dias atuais.

Na década anterior ao lançamento da revista, as primeiras subsidiárias de indústrias multinacionais montadoras de veículos se instalaram no Brasil. Assim, a década seguinte – 1960 – foi pautada pelo aumento progressivo de compra de veículos, por grandes obras rodoviárias, bem como pela instalação de indústrias metalúrgicas e siderúrgicas fornecedoras de componentes para as fabricantes de automóveis (PIZARRO, 2014).

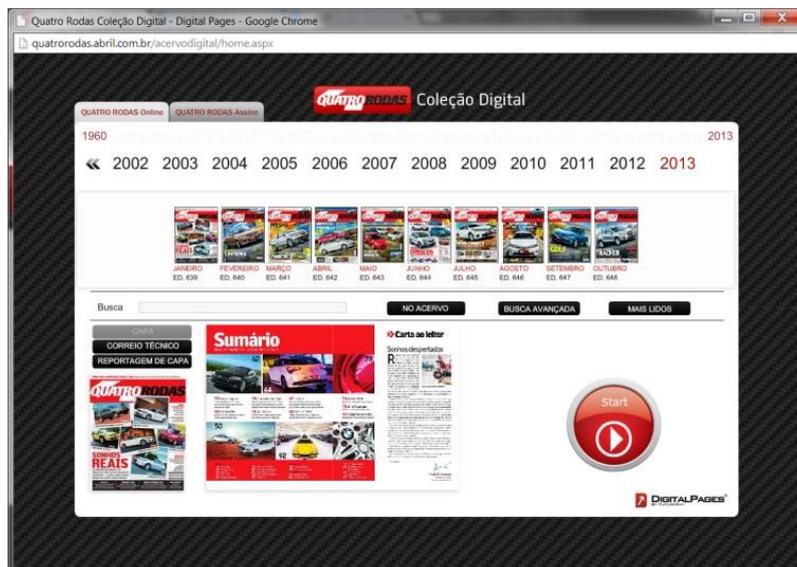
Desde o primeiro exemplar, a revista, com periodicidade mensal, se propôs a publicar reportagens e notícias sobre mecânica, curiosidades e serviços do setor automobilístico para os usuários e leitores interessados. Também trazia mapas, rotas e pontos turísticos a serem descobertos pelo “motorista brasileiro”. De acordo com o editor da publicação na época, Victor Civita, foram três os motivos que levaram à criação da revista:

Primeiro porque a indústria automobilística brasileira brotou e expandiu-se tão rapidamente nos últimos quatro anos, que o nosso país já se tornou um dos grandes produtores de automóveis e caminhões. Este progresso, este mercado – este espantoso índice de confiança – exigem a cobertura jornalística de uma publicação séria e objetiva. Segundo porque os proprietários e compradores de carros no Brasil necessitam de uma publicação que os forneça informações completas e compreensíveis sobre manutenção, consertos, serviços e características de automóveis novos e ‘velhos’. Terceiro, porque belíssimos recantos do nosso país estão esperando para serem descobertos ou valorizados turisticamente por aqueles que possuem carro e um louvável espírito de aventura (CIVITA, 1960, p.5).

O crescimento e a popularidade da revista permitiram que ao longo do tempo, a mesma se tornasse uma das principais publicações do gênero no país, além de importante fonte de dados sobre o setor. Desde o primeiro número a revista apresenta conteúdo abrangente, com reportagens sobre projeto, produção, mercado e economia, além de constantemente divulgar dados oficiais da indústria, notícias atualizadas e matérias exclusivas que antecipam novos modelos e lançamentos tanto referentes às marcas operantes no Brasil, quanto fora dele.

No mês de agosto de 2010 a publicação comemorou 50 anos de existência e, para celebrar, a Editora Abril disponibilizou para consulta no site da revista um acervo digital reunindo todo o conteúdo publicado desde a edição número 1. Embora atualmente o conteúdo esteja temporariamente indisponível, o acervo digital disponibilizava para consulta online no endereço eletrônico <<http://quatrorodas.abril.com.br/acervodigital/>> mais de 70 mil páginas de informação, totalizando mais de 600 edições da revista e compreendia o período temporal de 1960 a 2013 – Figura 1.

Figura 1: Interface da ferramenta de pesquisa do Acervo Digital da Revista Quatro Rodas.



Fonte: <http://quatorrodas.abril.com.br/acervodigital/> Acesso em: 09 Mar. 2017

#### 4. Materiais e Métodos

Esta pesquisa caracteriza-se como qualitativa, sendo o método empregado do tipo análise documental, tendo como base de coleta de dados o acervo digital da revista Quatro Rodas quando este ainda se encontrava disponível online. Foram analisados os conteúdos principais de sete edições da revista. Dada à falta de registros sobre quais e quando foram realizadas mudanças efetivas de projeto gráfico da publicação, optou-se por realizar a análise a partir das edições de janeiro do início de cada década, a saber: 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010 mais a edição de Outubro de 2015 por ser a edição representante da metade da década na qual este artigo foi elaborado.

A análise das mudanças no projeto gráfico da publicação ao longo do tempo foi realizada a partir de páginas relevantes à caracterização visual - e editorial - de uma edição: capa, sumário, reportagem de capa e seção fixa tendo como parâmetros os elementos básicos de construção de um projeto gráfico para produtos editoriais destacados por Domiciano (2015), com base em King (2001), Ali (2009) e Samara (2011), entre eles o formato; a diagramação, destacando os grids e “chapéus” (retrancas); a identidade visual e seus elementos; as cores; o uso de imagens, incluído boxes e infográficos; as tipografias - com chamadas, leads, olho, etc.; e o ritmo.

#### 5. Resultados e Discussões

##### 5.1. Mudanças no Projeto Gráfico da Revista Quatro Rodas

O design editorial, de acordo com Caldwell e Zappaterra, cumpre diferentes funções, entre elas dar expressão e personalidade ao conteúdo, atrair e manter os leitores e estruturar o material e forma clara, além de agir como um reflexo de seu tempo. Segundo as autoras “[...] ele age como um instantâneo cultural vivo da época em que é produzido” (2014, p.10). Na elaboração de uma publicação periódica como a revista, muitos são os fatores que devem ser considerados pelo designer para que o resultado final esteja de acordo com as expectativas dos editores e principalmente dos leitores. Nesse sentido, Samara destaca que, ao contrário de itens de formato único, como cartazes, os que contém mais páginas exigem que os designers

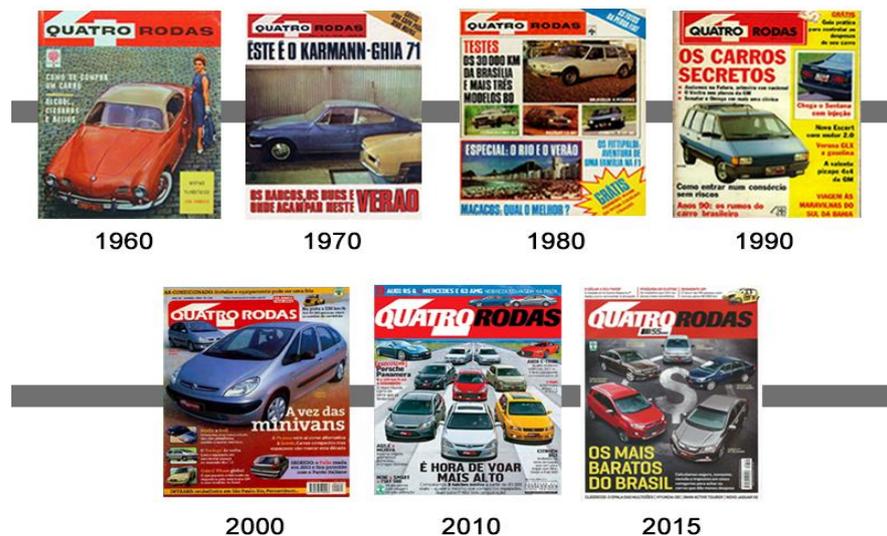
[...] se concentrem nas questões decorrentes da leitura extensa: organizar grandes volumes de conteúdo em pacotes de informações relacionadas; trabalhar a tipografia para que seja confortavelmente legível ao longo de diversas páginas, mas mantendo a leitura viva o suficiente para envolver o leitor; estruturar partes de páginas e seções para acomodar uma variedade de conteúdo, seja ele baseado em imagens ou texto; e integrar as imagens à tipografia para obter uma forma unificada e construir uma comunicação que é maior que a soma de suas partes (SAMARA, 2011, p.11).

Assim, na construção de um projeto gráfico a coordenação destes elementos favorece o resultado final quando o produto editorial for acessado pelos usuários. Nas linhas a seguir é apresentada a análise de alguns desses elementos componentes do projeto gráfico da Revista Quatro Rodas. Para melhorar a visualização dos pontos analisados, as imagens da publicação, referentes a cada parte em destaque (capa, sumário, reportagem de capa e seção fixa), serão apresentadas lado a lado, de maneira que seja possível visualizar as mudanças pelas quais cada um passou ao longo do tempo. No que se refere ao seu formato, a revista apresenta sempre uma medida padrão de 20 X 27 centímetros, muito comum em publicações dessa natureza pela sua economia frente à produção em offset. A encadernação é sempre do tipo “canoa” (grampeada ao meio), simples e igualmente econômica. Seguem os demais elementos destacados.

### 5.1.1. Capa

Quanto à capa, a Figura 2 apresenta as capas analisadas referentes às edições de Janeiro de 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010 e Outubro de 2015.

Figura 2: Capas da Revista Quatro Rodas.



Fonte: <http://quatrorodas.abril.com.br/acervodigital/> Acesso em: 09 Mar. 2017

Iniciando a análise a partir do logotipo, percebe-se que o mesmo sofreu poucas modificações ao longo do tempo. Da versão inicial, na década de 2000 a tipografia passa a apresentar-se toda branca e a partir de 2010, a tipografia mostra-se em preto e branco, e um itálico é acrescentado. A faixa passa a ser sangrada, em substituição ao box anterior. Porém as estratégias gráficas não mudam em todas essas décadas: destacar o algarismo 4 para reforçar o

nome e manter uma cor predominante, o vermelho, muito utilizada e preferida pelo público em capas de revista, segundo Ali (2009).

O uso de imagens para representar o conteúdo sempre foi uma constante na publicação. A imagem predomina na capa desde a primeira edição, contudo, fica evidente ao passar dos anos a liberdade de composição advinda do emprego das tecnologias digitais na composição dos elementos de capa, como montagens, retoques, uso de novas tipografias, sobreposições de textos às imagens. Um exemplo é a capa de 2015, onde há uma provável arte digital, unindo diferentes fotografias dos veículos a um fundo único.

A estratégia do uso de chamadas, comum nas revistas comerciais, mantém-se, porém em quantidades diferentes ao longo das edições, indo de uma capa mais limpa a princípio e passando pelas capas altamente poluídas das décadas de 80 e 90, algo bem característico destes períodos, quando o uso dos primeiros softwares gráficos trouxeram um verdadeiro “boom” dos efeitos digitais disponíveis à época.

### 5.1.2. Sumário

A Figura 3 apresenta os sumários analisados referentes às edições de janeiro de 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010 e outubro de 2015.

Figura 3: Sumários da Revista Quatro Rodas.



Fonte: <http://quatorrodas.abril.com.br/acervodigital/> Acesso em: 09 Mar. 2017

Os sumários apresentam-se acompanhados de outros elementos, como o expediente (1960 e 1970) e o editorial (1980 a 2010).

Nas quatro primeiras décadas a diagramação baseia-se num grid em 3 colunas, ainda que os textos ocupem esses espaços de forma diferente. Os cabeçalhos e rodapés (fólios) também parecem muito próximos. A partir da década de 1980 os sumários passam a apresentar elementos em cores, além de imagens.

A edição de 2000 traz sumário em página dupla, e uma visível valorização, tanto da marca da revista, quanto do editorial, que ganha espaço e destaques. As possibilidades gráficas ficam mais evidentes pelas fotos maiores e mais abundantes fundos e sobreposições. O projeto

tipográfico também se aprimora. Ainda há um grid presente, mas uma liberdade compositiva um pouco maior.

A edição de 2010 mantém a mesma estratégia, privilegiando a “voz” da revista através de um editorial mais limpo, envolto em uma margem maior. Já o sumário se contrasta com boxes em vermelho, ainda que claramente organizado em um grid rígido. A cor passa a ser o mais evidente elemento de identidade da revista, pois a marca desaparece dessas páginas. A retranca ocupa o espaço da marca, destacando a palavra “sumário”. O mesmo ocorre na edição de 2015. Porém esta apresenta um conteúdo mais enxuto, distribuído em uma única coluna, de um evidente grid de três. As duas outras se ocupam de imagens, menores e abundantes.

Percebe-se um projeto tipográfico sempre em mudança, numa busca por tendências de época, ainda que todas as tipografias apresentadas apresentem claramente uma fácil leitura, postura comum às revistas de caráter comercial.

### 5.1.3. Seção Fixa

A Figura 4 apresenta as seções fixas analisadas referentes às edições de janeiro de 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010 e outubro de 2015.

Figura 4: Seções fixas da Revista Quatro Rodas.



Fonte: <http://quatorrodas.abril.com.br/acervodigital/> Acesso em: 09 Mar. 2017

A seção fixa de opinião do leitor recebeu diferentes nomes ao longo do tempo – Ponto de estacionamento em 1960, Opinião do leitor de 1970 a 1990, Direito a voz em 2000 e Viva-voz de 2010 até a atualidade. Ela também compõe as páginas iniciais da revista, sendo que nas edições de 60 e 70 a opinião do leitor divide espaço com uma publicidade e na edição de 80, com o expediente. Já na edição de 1990 em diante, um espaço crescente vai sendo dado ao leitor, sendo que na edição de 2000 a seção chega a ocupar praticamente 3 páginas.

Essa seção, representada sempre por um chapéu (retranca) característico em cada projeto, já permite observar de forma mais clara a evolução do projeto gráfico da revista. O uso dos espaços, elementos gráficos, cores, entre outros, mostram nítidas mudanças.

Quanto à diagramação observa-se a presença de um grid bem delimitado para a seção em todos os projetos gráficos apresentados, o que facilita uma caracterização deste espaço e uma fácil composição das edições mensais. O projeto mais recente apresenta claramente uma organização diagramática mais arejada, onde os espaços em branco valorizam as formas. A organização tipográfica dessa última edição valoriza o alinhamento à esquerda do texto, o que traz menos rigidez à página.

Apenas a partir do projeto representado pela edição de 1990 percebe-se o uso de cores e imagens. O número de imagens foi sendo aumentado, bem como a presença de elementos gráficos, mais marcantes na edição de 2000 (fios, boxes, cores), e mais leves a partir de 2010 (tarjas mais finas, menor número de cores, menor variação tipográfica, presença de “olho” nas matérias)

#### 5.1.4. Reportagem de Capa

A Figura 5 apresenta as reportagens de capa analisadas referentes às edições de janeiro de 1960 e 1970.

Figura 5: Reportagens de capa da Revista Quatro Rodas.



Fonte: <http://quatrorodas.abril.com.br/acervodigital/> Acesso em: 09 Mar. 2017

As matérias de capa permitem visualizar uma composição mais ampla, onde, além dos elementos já abordados nas análises acima (grids, cores, imagens, tipografias) pode-se observar um fator importante: o ritmo da composição. Como já colocado, o ritmo afeta o processo de leitura, e leva o leitor a entediar-se ou empolgar-se em sua experiência com o produto gráfico.

Na reportagem de capa da edição de janeiro de 1960 fica evidente o mínimo uso de cores empregado, duas por página, provavelmente para minimizar os custos de produção, o que se evidencia também no uso predominante de imagens à traço. A diagramação mantém o grid básico de coluna dupla, valendo-se do uso de capitulares acompanhadas de imagens, as quais destacam os tipos e orientam o olhar, auxiliando o fluxo de leitura. Esses elementos reforçam uma identidade própria da matéria, funcionando como ícones. Há um emprego do espaço em branco, diferentemente das seções da mesma edição anteriormente mostradas. Nesse quesito, há uma interessante conexão visual com algumas revistas da época, como a Revista Senhor, ou

ainda a americana *Direction*, editada por Paul Rand nas décadas de 30 e 40 – Figura 6. No entanto, na *Quatro Rodas*, nenhum elemento de contraste impõe um ritmo diferenciado às páginas.

**Figura 6: Reportagem da Revista *Direction*, Paul Rand, Volume 2, Number 2: March 1939**



Fonte: [http://www.paul-rand.com/foundation/editorial/#prettyPhoto\[direction\]/141/](http://www.paul-rand.com/foundation/editorial/#prettyPhoto[direction]/141/)

A reportagem da edição de janeiro de 1970 amplia o emprego de imagens. Fotos e o conteúdo verbal da reportagem permanecem monocromáticos, mas a foto de abertura da reportagem já se apresenta em página dupla e a cores! Imagens também são utilizadas para apresentar detalhes do carro, organizadas em diagramação de coluna dupla. Ainda há um interessante “espaço em branco”, mas as características de uma publicação mais padronizada começam a aparecer. A seguir, a Figura 7 apresenta as reportagens de capa analisadas referentes às edições de janeiro de 1980 e 1990, trazendo algumas mudanças.

**Figura 7: Reportagens de capa da Revista Quatro Rodas.**



Fonte: <http://quatrorodas.abril.com.br/acervodigital/> Acesso em: 09 Mar. 2017

A matéria da década de 1980 “decepciona” pelas poucas mudanças apresentadas. A estratégia de abertura é a mesma da edição de 70: uma foto em página dupla, colorida, uma chamada e um lead (resumo da matéria que abre o texto). A tipografia do título parece um

padrão que ainda se repete dez anos depois. A edição de imagens se apresenta mais elaborada, com duas outras pequenas fotos sobrepostas à principal. As demais páginas, entretanto, permanecem monocromáticas, ou seja, não há uma aplicação de cores enquanto um elemento de identidade ou ainda um item organizador de informações, diagramadas em um grid de 4 colunas, com preenchimento desigual, mas mesmo assim, bastante estático. As margens são estreitas e a ausência de espaços brancos, subtítulos, olhos, ou quaisquer outros elementos de contraste deixam a diagramação com ritmo bastante monótono até o final. Pode-se verificar a presença de tabelas, uma marca da revista.

Na reportagem de capa da edição de janeiro de 1990 as possibilidades abertas pelo emprego dos meios digitais impacta de maneira irreversível a editoração da revista. A diagramação dos textos se distribui em 2 grids diferentes, de 3 e 4 colunas, criando conseqüentemente um pouco mais de dinâmica e ritmo. O uso de imagens também colabora para isso, pois agora estão editadas e trabalhadas em conjunto ao texto, por vezes organizadas fugindo ao grid. A estratégia da tipografia do título muda bastante da edição anterior. Está mais leve e em cores. Em conjunto com o lead e imagens, dá mais leveza à página de abertura. Em destaque também o uso de cores, tanto nas fotos, quanto em tabelas, além de anúncios publicitários. Esse uso acompanha o barateamento do emprego das mesmas, vinculado à simplificação da produção de fotolitos a partir de tecnologias digitais. A Figura 8, a seguir, apresenta a reportagem de capa analisada referente à edição de janeiro do ano 2000.

**Figura 8: Reportagens de capa da Revista Quatro Rodas.**



2000

Fonte: <http://quatorrodas.abril.com.br/acervodigital/> Acesso em: 09 Mar. 2017

Na edição de janeiro de 2000 a reportagem de capa tem a diagramação baseada nas imagens em alta definição. Estas apresentam-se cuidadosamente elaboradas e produzidas – foco, luz, enquadramento e registro do veículo em movimento – detalhando cada parte do modelo apresentado. Há ritmo, diferentes elementos e disposições, mas pouco contraste entre as páginas. Todos os elementos buscam um espaço próprio no olhar do leitor.

O amplo uso das potencialidades dos meios digitais de criação se revela na definição e construção de infográficos, nas imagens editadas e na montagem destes elementos junto ao conteúdo verbal. Grafismos criam uma espécie de moldura na porção inferior da página, que funciona como elemento de identidade visual para a matéria. Um grid mais flexível permite a sincronização das colunas de texto com quadros, tabelas e boxes. A tipografia se destaca na adoção do uso de chapéu e no título, que integra a página dupla de abertura.

A seguir, na Figura 9 é apresentada a reportagem de capa analisada referente à edição de janeiro de 2010.

**Figura 9: Reportagens de capa da Revista Quatro Rodas.**



Fonte: <http://quatrorodas.abril.com.br/acervodigital/> Acesso em: 09 Mar. 2017

Em janeiro de 2010 a reportagem de capa corresponde a testes comparativos e apresenta uma composição com maior padronização quando comparada à edição de 2000. A página dupla de abertura privilegia uma imagem com fundo limpo, mas escuro, e volta a contrastar com as páginas seguintes, como a segunda e terceira edições analisadas. O chapéu e diferentes pesos tipográficos constroem a dinâmica da abertura. Ao lado de cada carro apresentado, um cada boxe vermelho, o nome do modelo, seu preço de mercado bem como um breve resumo definindo suas características, numa estratégia de imagem infográfica.

Nas páginas seguintes, em detalhes, são apresentados o desempenho e as vantagens de cada um, com amplo uso de imagens em apoio ao texto. O uso de tabelas e boxes em cores também sintetizam o conteúdo, otimizando a leitura. Há pequenos títulos e subtítulos, que constroem páginas bastante organizadas, numa fórmula, que, porém, se repete ao longo de 8 páginas praticamente iguais em termos diagramacionais, o que cadencia o ritmo à monotonia. As duas últimas páginas apresentam tabelas, tratadas sem muitos recursos tipográficos, faltando portanto, contraste nas informações.

Na Figura 10 está reproduzida a reportagem de capa analisada referente à edição de Outubro de 2015

Figura 10: Reportagens de capa da Revista Quatro Rodas.



2015

Fonte: <http://quatorrodas.abril.com.br/acervodigital/> Acesso em: 09 Mar. 2017

Na edição de outubro de 2015 a matéria principal trata, similarmente à edição de 2010, de um teste comparativo entre modelos. Destaca-se igualmente o amplo uso de imagens para realizar a comparação e apoiar as análises desenvolvidas no texto. A abertura da matéria também é feita com fotografia de página dupla. O fundo neutro, agora com poucos veículos, um título leva com tipografia mais contemporânea, acompanhado de um lead e pouco texto, compondo uma página mais limpa. As informações sobre os veículos concentram-se em uma única coluna de texto, em um box branco, o que cria bastante contraste. Na diagramação das páginas seguintes há uma única receita que se repete. Porém o número de páginas é menor do que os apresentados em 2010. Apesar do ritmo repetitivo da estratégia, há uma valorização maior das áreas em branco, pelo uso de algumas porções de texto alinhadas à esquerda. A identidade da matéria é forte. A cor vermelha, fios e tipografias constroem uma coesão visual, que alinhava as páginas umas às outras.

A tipografia também tem papel de destaque no chapéu, nos subtítulos – os quais apresentam a classificação dos modelos em vermelho – além do emprego de boxes laterais a cada análise com o custo, valor e características dos mesmos. Verifica-se uma limpeza e organização na diagramação muito semelhante à web.

O projeto atual é, portanto, mais limpo, arejado, de fácil leitura e organização. Há poucos elementos contrastantes ou complexos. Segue um design profissional e técnico, isento de posturas mais autorais por parte dos designers e diretores de arte.

## 6. Considerações Finais

As revistas desempenham um importante papel na história do Design Gráfico no Brasil e desde as primeiras edições não apenas divulgam, mas registram diversas e novas maneiras de se

interpretar e comunicar os diversos aspectos que compõem o ambiente cultural da sociedade a qual retratam, tendo nos designers os profissionais responsáveis pela tradução deste entorno em informação a ser comunicada de maneira agradável e eficiente.

O projeto gráfico da Quatro Rodas se modificou e se adaptou às demandas do público leitor, bem como às possibilidades tecnológicas disponíveis no espaço de tempo no qual àquelas edições estavam inseridas. Os recursos utilizados pelos designers dentro de seu projeto gráfico acompanharam as disponibilidades técnicas e padrões estéticos de cada época e isso fica evidente a partir das análises realizadas.

Se em um primeiro momento a publicação tinha um caráter mais informativo e de divulgação das marcas de veículos – que não eram muitas no Brasil – ao longo dos 57 anos de existência, os quais presenciaram o forte crescimento do setor automobilístico no Brasil, seu projeto editorial e gráfico passou a falar mais diretamente ao leitor, trazendo informações essenciais em meio a um amplo mercado no qual a concorrência é acirrada e a oferta de produtos, bem como seus atributos, são equivalentes. Um exemplo foi o crescimento da seção fixa de opinião do leitor que, embora tenha mudado de nome com o passar dos anos, mantém dentro da publicação um espaço de expressão para o seu público, o que promove um canal de sugestões, auxiliando a detecção de novas demandas por parte do público.

Importa destacar que diante desta análise percebe-se que os projetos, pelo cunho comercial apresentado pela revista, seguiram padrões estéticos do seu tempo para esse tipo de publicação, prezando pela clareza das informações e projetos bem ajustados e de prática execução periódica, porém pouco inovadores.

Embora temporariamente indisponível para consulta no site, a organização e a divulgação das edições da revista na íntegra por meio do Acervo Digital constituía um vasto banco de dados e informações não somente sobre a história do produto carro em si, mas também muito das mudanças na cultura e da sociedade brasileiras ao longo dos últimos 57 anos. Tal banco de dados apresentava-se, portanto, como uma ampla fonte de informação e de pesquisa para muitos outros estudos tanto para a área de Design quanto para várias outras áreas. Espera-se que em breve ele seu conteúdo seja novamente disponibilizado online pela publicação e que contenha um volume maior – e mais atualizado – de informações para que o acesso a este material seja contínuo e permanente.

## Referências

ABRIL. **A revista no Brasil**. São Paulo: Editora abril, 2000. 249 p.

ANDRADE, Joaquim M, F. Do gráfico ao fotográfico: a presença da fotografia nos impressos. In: CARDOSO, Rafael. (Org.). **O design brasileiro antes do design**: aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009. 399 p.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. Design Editorial: jornais e revistas/ mídia impressa e digital. São Paulo: Gustavo Gili, 2014. 240p.

CIVITA, Victor. (1960). Carta do editor. **Quatro Rodas**, ano 1, (1), pp.5. Disponível em: <<http://quatorrodas.abril.com.br/acervodigital/>>

DOMICIANO, Cassia. L. C. Design editorial na contemporaneidade: revistas impressas e digitais. In: MENEZES, Marizilda S.; MOURA, Mônica. (Orgs.). **Rumos da pesquisa no design contemporâneo**: relação tecnologia x humanidades (e-book). São Paulo: Estação das letras e

cores Ltda. 2013. 483 p. Disponível em: <[http://www.estacaolettras.com.br/pdfs/rumos\\_da\\_pesquisa\\_no\\_design\\_contemporaneo\\_relacao\\_tecnologiac397\\_humanidades.pdf](http://www.estacaolettras.com.br/pdfs/rumos_da_pesquisa_no_design_contemporaneo_relacao_tecnologiac397_humanidades.pdf)>. Acesso em: 10 jan.2016.

DOMICIANO, Cassia. L. C. Produção Gráfica: dos primeiros sistemas de reprodução às linguagens digitais. In:\_\_\_\_.(Orgs.). Ensaio em Design: Produção e diversidade. Bauru: Canal 6, 2012. Disponível em: < [http://canal6.com.br/ensaios/pdfs/Ensaio\\_em\\_design\\_3.pdf](http://canal6.com.br/ensaios/pdfs/Ensaio_em_design_3.pdf)> Acesso em: 10 jan. 2016.

DOMICIANO, Cassia. L. C. Design gráfico contemporâneo Estudo de caso: produção discente da UNES. In Andrade et al. **Ensaio em design**: práticas interdisciplinares Bauru: Canal 6, 2015. Disponível em: < [http://canal6.com.br/ensaios/pdfs/Ensaio\\_em\\_design\\_4.pdf](http://canal6.com.br/ensaios/pdfs/Ensaio_em_design_4.pdf)>

KING, Stacey. **Diseño de revistas: passos para conseguir el major diseño**. Barcelona: Gustavo Gili, 2001

MELO, Chico. H.; RAMOS, Elaine. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011

PIZARRO, Carolina V. (2014). **O designer e a prática profissional na indústria automobilística no Brasil**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual Paulista Programa de Pós-graduação em Design, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 305.

QUATRO RODAS. Acervo digital da revista **Quatro Rodas**. Disponível em: <<http://quatrorodas.abril.com.br/acervodigital/>>. Acesso em: 03 Mar.2017.

SAMARA, Timothy. **Guia de Design editorial: manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre: Bookman, 2011. 240p.

SOBRAL, Julieta C. J. Carlos designer. In: CARDOSO, R. (Org.). **O design brasileiro antes do design**: aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.