

Ano 11
#91
R\$ 9,90

market
press

Design

g r á f i c o

SOFTWARE:

- Corel X3
- 3DS Max 8

ILUSTRAÇÃO:

Fausto

PORTFÓLIO:

Thales Brandão

ENDOMARKETING:

Nova frente para
o design gráfico

O MERCADO
DE TRABALHO:
Experiências
e perspectivas
dos novos designers

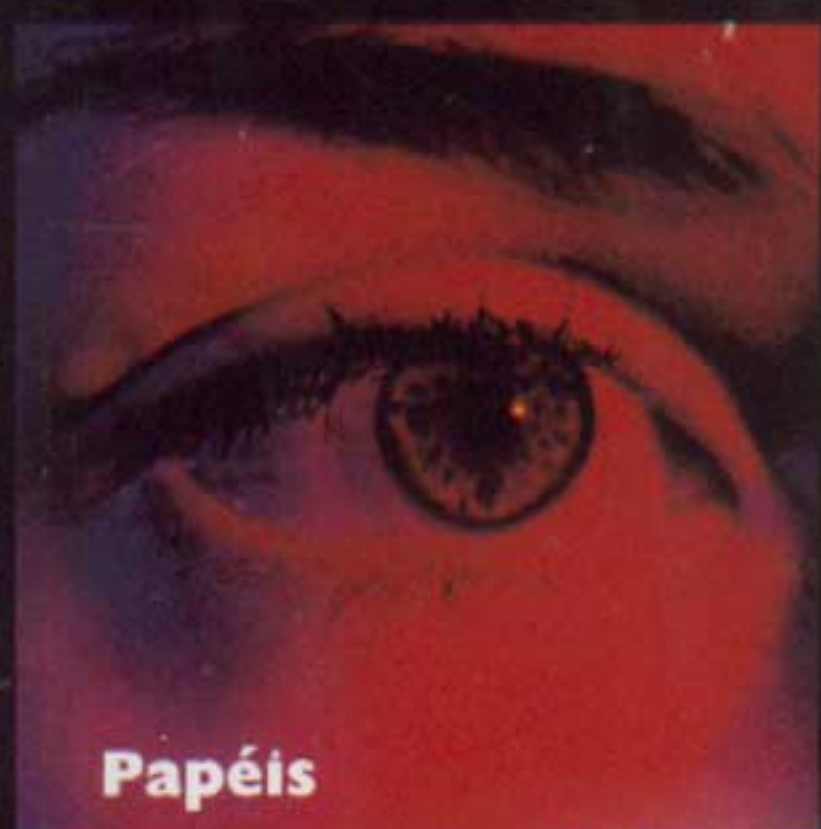
PAPÉIS:
Luminosidade
em alta

How To:
Como fazer
revistas!

ISSN 1413-9456



9 771413 945004



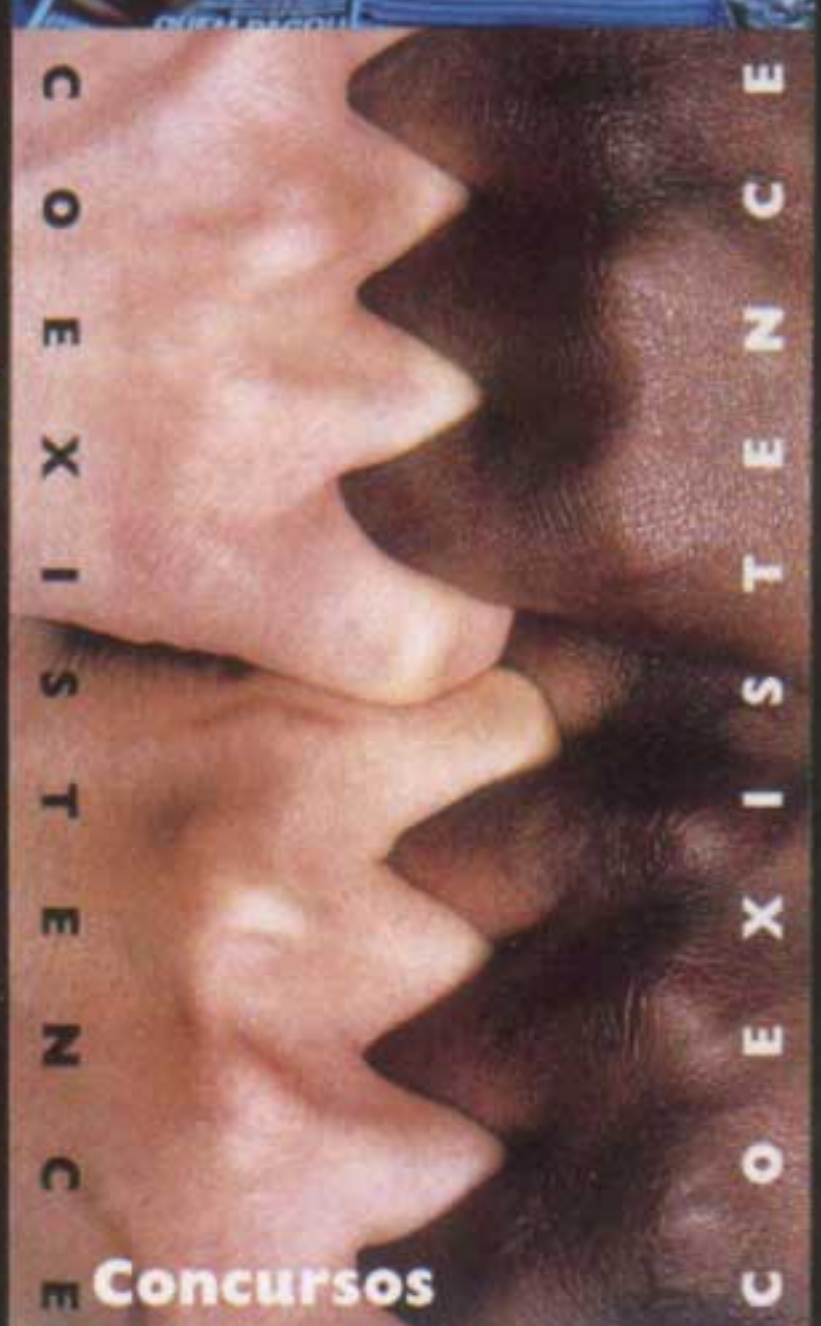
Papéis



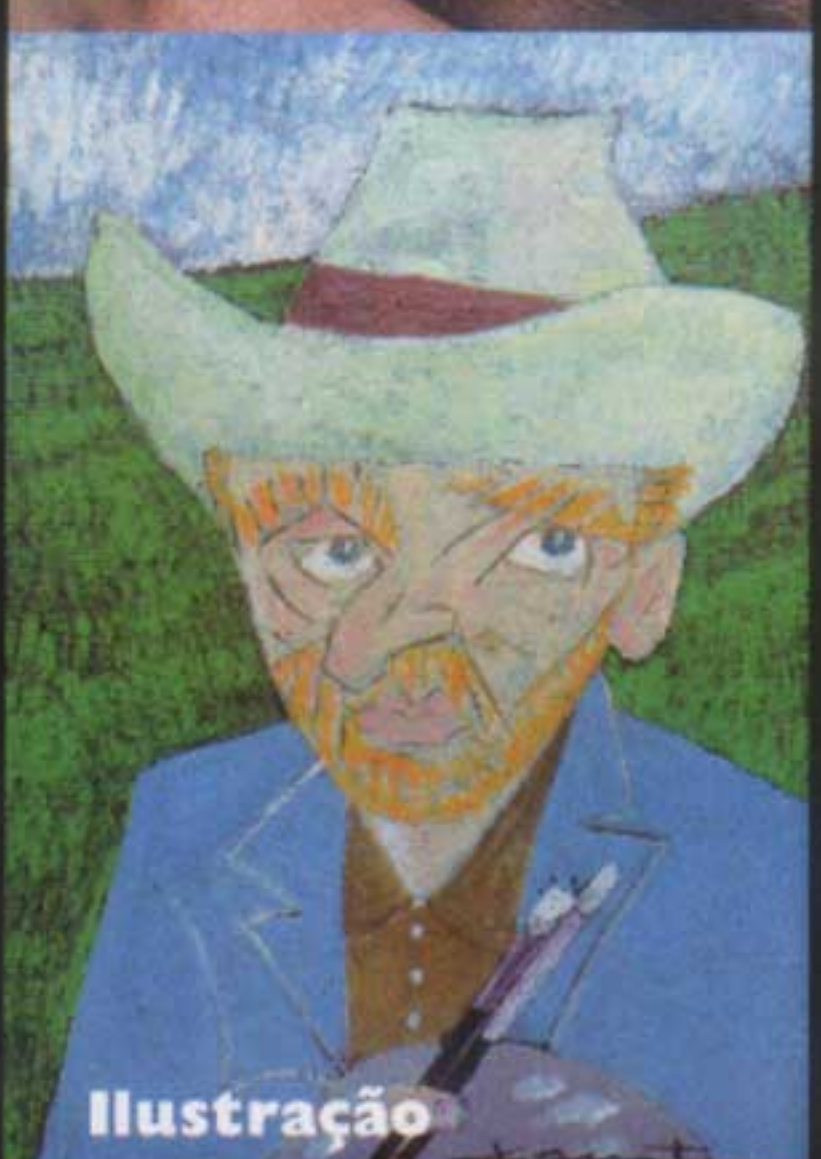
Debate



Revistas



Concursos



Ilustração

design

gráfico

editorial 04

conexão por Alex Cardelli 06

notas curtas/lançamentos 08

business Fábio Mestriner 11

como fazer revistas 12

portifólio Thales Brandão 18

depare o jovem designer chega 24

ilustração Fausto 38

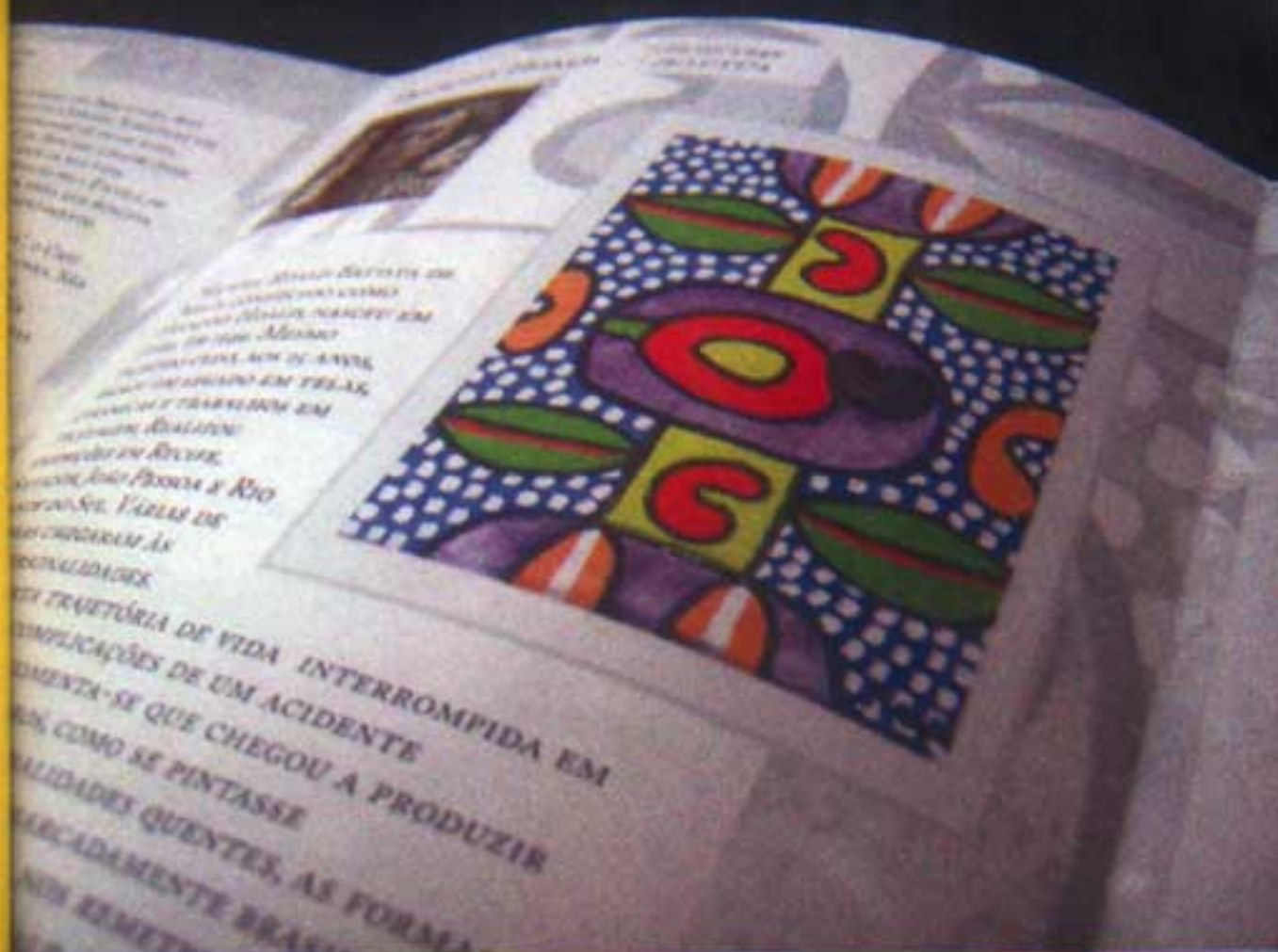
papeis novos brilhos e luzes 44

artigo o ciclo de uma marca 54

tutorial corel x3 58

tutorial 3D Studio Max 8 62

opinião Luiz Cleber Mattias 66



Design Gráfico é uma revista paradoxal, muito pouco crítica, entretanto enormemente criticada, —e no mais das vezes, o que é pior, com razão. A principal restrição a ela é o seu design gráfico, pouco intelectualizado, pouco conceitual, fraco certas vezes. Feita por jornalistas, não por designers, é uma revista simples, informativa, de prestação de serviços, despretensiosa. Vive há dez anos uma carreira difícil de ser igualada em longevidade no setor. Nós, que a fazemos, nos orgulhamos dela, nos orgulhamos de promover o debate, estimular a profissão, ouvir sempre os vários lados, praticar o bom jornalismo, independente e franco.

Nesta edição, inauguramos uma série de reportagens na linha que os norte-americanos celebrizaram como "how to", o nosso como fazer. Começamos, naturalmente, com um minimanual de produção de revistas, entrevistando quem é experiente no ramo.

O homenageado com a seção portfólio (homenageado de fato, pois, ao contrário de outras revistas, ninguém paga para ser entrevistado ou perfilar-se nas páginas de "Design Gráfico") é de Aracaju, Sergipe, o Thales Brandão, jovem de valor e iniciativa.

Na Mesa Redonda, o debate envolve também jovens designers —a profissão toda tem se envolvido numa aura de juventude— comentando sua chega ao mercado de trabalho, as dificuldades iniciais e as portas que se abriram —ou fecharam nesse caminho.

O ilustrador presente nesta edição é Fausto Bergocce, que muitos leitores certamente já conhecem por seu trabalho, envolvido sempre com mídias de grande penetração. Fausto agora envereda pelas artes plásticas, desassociando sua criatividade das funções práticas da ilustração, permitindo a livre expansão artística.

Uma matéria sobre papéis aborda as novas tendências deste que é ainda o suporte mais importante para grande parte dos criadores gráficos e outra trata das possibilidades que se abrem aos designers ao investirem na área de endomarketing, aquele que as empresas dirigem a seu público interno, de caráter quase sempre motivacional. Bem, há mais artigos, mais novidades em software, essas ferramentas eletrônicas tão importantes e versáteis.

Boa Leitura!

Errata

Diferentemente do publicado à pág. 20 da edição 87 de "Design Gráfico", o cartaz do filme "Glauber - O Filme Labirinto do Brasil" não é de autoria de Jair de Souza, mas de Patricia Mendonça Tebet.

**market
press**

Diretor editorial

Eduardo Viotti

Diretora executiva

Zoraida Lobato Viotti

Redação, publicidade, administração e correspondência

Rua Hugo Carotini, 445
05532.020 São Paulo SP
T 11 3723 2950

design
GRÁFICO

Editora associada

Maria Edicy Moreira
designgrafico@marketpress.com.br

Redação

Ana Paula Diniz
Frederico Bernucci Viotti

Fotografia

Estevam Norio Ito

Colaboradores a esta edição:

Fábio Mestriner, Douglas Okasaki, Alexandre Barrichello, Eduardo Engelmann, Sérgio Casanova, Paulo Granato

Departamento Comercial

São Paulo 11 3723 2951

Departamento jurídico

Gandelman Associados 11 3073 0209

Jornalista Responsável

Eduardo Viotti Mtb 15 710

Impressão

Bandeirante

Distribuição

Fernando Chinaglia Distribuidora S/A.

ISSN 1517-2648

auto didata

Começou primeiro, estudou depois

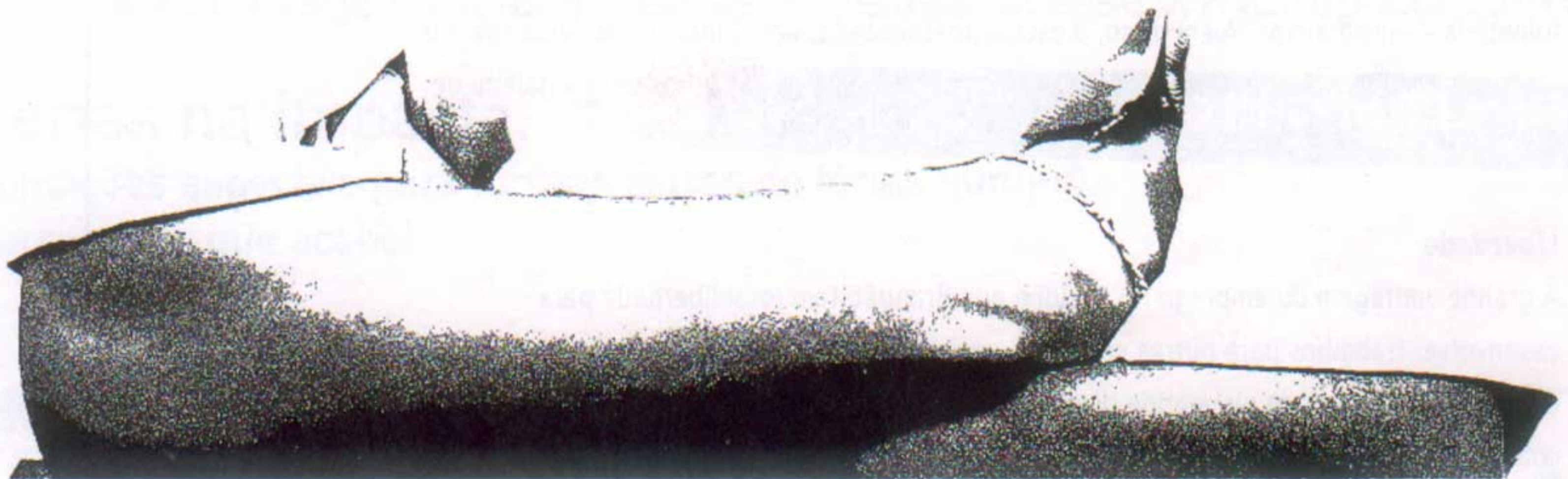
// Sempre fui fascinado por marcas. Desde criança consumia marcas porque meus pais criavam referências em minha mente relativas a diversas marcas: Ah! Thales, amanhã iremos comprar um televisor Toshiba igual ao da sala para colocarmos em seu quarto – comentava meu pai”. Foi assim que começou a relação de Thales Brandão, um alagoano de 26 anos, que há 20 anos vive em Aracaju (SE), com o design.

Aos 15 anos ele recebeu o convite de um diretor da unidade franqueada da rede de idiomas, Yázigi Internexus, de Aracaju, para trabalhar na diagramação de um informativo voltado aos alunos. Então seu interesse pelas marcas se tornou ainda mais latente. “Quando via o jornal nas mãos dos alunos nem acreditava que tinha sido desenvolvido por mim”.

Brandão viu que essa seria a grande oportunidade de conquistar uma carreira. “Concillei os estudos e arregacei as mangas. Esse começo foi muito importante porque passei a estudar a filosofia, os objetivos e as metas da empresa/rede e



*Thales Brandão,
Aracaju
SE*





como funcionava manual de identidade visual e o processo de aplicação de marcas. Dessa forma passei a conduzir um trabalho mais profissional saindo do amadorismo.”

Ele fez cursos de design ministrados por grandes nomes da área, mas não foi à universidade fazer graduação, por isso se considera autodidata em design. Ele é o que podemos definir como o “micreiro” que deu certo. Atualmente estuda marketing em uma faculdade de Aracaju.

“O curso está me ajudando a atingir os meus objetivos aliando meus conhecimentos de design com os de marketing. Não quero propor aqui que o profissional de design tenha que entender de marketing, mas meus conhecimentos nesta área só vieram somar ao que sei sobre design já que o design é uma ferramenta essencial para o marketing.”

Hoje Thales Brandão desenvolve para o Yázigí identidades visuais para eventos internos, folheteria e informativos. Além disso, a escola possui um Espaço Cultural que deixa sob sua responsabilidade o desenvolvimento de projetos de sinalização das obras para a galeria de arte, convites para exposições e folhetos culturais.

Liberdade

A grande vantagem do emprego no Yázigí é que Brandão tem total liberdade para desenvolver trabalhos para outras empresas, excetuando as que são concorrentes da escola. Graças a essa liberdade ele atende diversas empresas como restaurantes, lojas de roupas, concessionárias de veículos, projetos sociais etc. de Aracaju.



Projetos gráficos para folhetos da escola de línguas Yázigí de Aracaju, SE



Acima: marca para curso pré-vestibular; à esquerda, identidade visual para papelaria; abaixo, aplicação em fachada e logomarca de loja masculina Zaz em aplicação externa



Também já alçou alguns vãos para além do mercado de Sergipe, desenvolveu cartões telefônicos para a Telemar com abrangência nacional, além de trabalhos para unidades do Yázigi de outros estados e, recentemente redesenhou a marca e a folheteria do "Boa Luz Fazenda & Parque Resort", situado em Laranjeiras (SE).

"Depois da reformulação do meu portfólio virtual (www.thalesbrandao.com.br), lançado no começo de 2006, constantemente estou enviando e recebendo e-mails de possíveis clientes solicitando orçamentos." Hoje o designer trabalha no Yázigi e em casa, mas devido ao aumento da carteira de clientes e, conseqüentemente, de trabalho planeja abrir um escritório.

Desbravando o mercado

Como qualquer outro profissional que vive fora do eixo Rio/São Paulo, Brandão tem pela frente uma necessidade ainda maior de "catequizar" seus clientes, explicando o que é design e quais são seus benefícios. Porém, isso não o desanima. Ele se empenha em conscientizar os empresários e novos empreendedores sobre a importância de encarar o design gráfico como uma importante ferramenta na construção e gestão de uma marca, ajudando a expressá-la de forma única, alinhada e consistente, diferenciando esses empresários de seus concorrentes.

Para reforçar sua presença no mercado de design, Thales Brandão diz que procura criar referências positivas em todos os seus trabalhos e também sempre acha tempo para avaliar qual a melhor maneira de ganhar visibilidade. "Muitos dos meus colegas designers de outros estados reclamam da falta de tempo para





fazer sua autopromoção, mas tempo para mim não é problema, pois encaro a divulgação do meu trabalho como prioridade. Atualmente, há uma enorme oferta de anuários, catálogos, exposições, mala diretas, portfólio virtual, mídia interativa, profissionais especializados na área de atendimento, relações públicas etc. Tudo isso exige muito investimento, então cabe ao designer avaliar quais ações promocionais são mais importantes e que darão retorno”.



Acima: aplicação em prato de logomarca criada para restaurante italiano; também em aplicação externa na fachada. À esq., logos para loja de artigos esportivos, restaurante, empresa de marketing e loja de autos

