

**FACULDADES INTEGRADAS BARROS MELO**  
**Curso de graduação em Design Gráfico**

**Desenvolvimento de revista digital interativa para tablets**

**Filipe Soares de Assis**

**Olinda, junho de 2011.**

**Filipe Soares de Assis**

**PROJETO – Desenvolvimento de revista digital interativa para tablets**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de Tecnólogo em Comunicação pelo curso de Design Gráfico das Faculdades Integradas Barros Melo.

**Orientador**  
**Fábio Caparica de Luna**

**Olinda, junho de 2011.**

## **Agradecimentos**

Minha formação acadêmica só foi possível graças à minha mãe que se dispôs a pagar a faculdade. Sou muito grato, pois não estaria aqui se ela não tivesse se importado.

Minha formação como designer se dá também com o apoio de três outros 'professores', que me ensinaram muita coisa: Daniel Edmundson; Eduardo Rocha e Gustavo Gusmão, que me acolheram como estagiário na antiga MOOZ. Aprendi muito nesse escritório de design que teve papel de segunda faculdade, e através da experiência obtida, pude abrir muitas portas para meu aperfeiçoamento profissional.

Agradeço ao Professor Fábio Caparica por ter me incentivado a seguir com o projeto e por ter me ajudado a completar o trabalho. E por ter tido paciência com a minha verminose.

E por último, agradeço à mulher que mudou minha vida e que me ajudou de formas inimagináveis. Nathália Calina é uma namorada incrível e que sempre esteve ao meu lado para me auxiliar no que fosse preciso. Agradeço pelas madrugadas em claro em que esteve ao meu lado dando apoio e usando seus lados crítico e perfeccionista para me ajudar a executar o trabalho da melhor forma possível.

## **RESUMO**

Projeto de editoração digital para *tablets*, que consiste na criação de uma revista Interativa. Capaz de exibir vídeos, imagens, slide shows e texto de forma dinâmica.

## **ABSTRACT**

Digital Publishing Project for tablets, intending to create a interactive magazine.  
Able to show videos, images, slide shows and text in a dynamic way.

# **SUMÁRIO**

## **Introdução**

### **1- Interface**

1.1 - Metáforas e organização espacial

1.2 - Influência na sociedade

### **2 - Interação / Interatividade**

### **3 - Novas mídias e dispositivos digitais**

3.1- eReades

3.2 - Tablets

3.2.1 - iPad

3.2.2 - Tablets Android

3.2.3 - Nook color

### **4 - Abordagens Atuais para implementação de revistas em tablets**

4.1 - Adobe Digital publishing

4.1.1 - Navegação

4.1.2 - Visualização

4.1.3- Implementação

4.2 - Adobe Air

4.3 - Quark Xpress 9

4.4 - Web Apps

4.4.1 - HTML 5

4.4.2 - Formatos de tela

### **5 - Trabalhos Relacionados**

5.1 - Revista Wired

### **6 - Plano de Trabalho**

6.1 - Problema

6.2 - Objetivos

6.2.1 - Gerais

6.2.1 - Especificos

6.3 - Contexto

6.3.1 - Campo

6.3.2 - Indivíduos

**7 - Resultados**

**8 - Conclusões**

**9 - Trabalhos Futuros**

**10 - Bibliografia**

**11 - Anexos**

# INTRODUÇÃO

São indiscutíveis as mudanças provocadas pelo advento das novas mídias no mundo contemporâneo. A popularização de dispositivos eletrônicos portáteis e inteligentes com acesso a internet, e que são capazes de reproduzir milhares de formatos de arquivos, nos trouxe uma nova forma de interagir com o conteúdo que já é constantemente produzido.

As opções de interação e as possibilidades de recursos multimídias atraem designers e editores gráficos adeptos do método tradicional de publicação de conteúdo, que veem nos suportes com display mais avançados uma solução para o alto custo de impressão e baixo número de vendas de suas publicações impressas.

O formato digital de uma revista feita para *tablets*, por exemplo, além de oferecer um custo inferior na sua execução, transforma o modo como o leitor vai interagir com diversos tipos de conteúdos, seja propaganda, imagens, redes sociais que auxiliam no compartilhamento, e entre outros. Notícias, por exemplo, ficam mais acessíveis quando se é possível a visualização de uma galeria de imagens ou quando um infográfico animado e interativo é apresentado para se esclarecer alguma dúvida.

O surgimento de *tablets* e a formação de um público específico, consumidor de tendências faz com que a cada dia, cresçam o número de anunciantes para esse formato digital e que conseqüentemente faz com que apareçam interessados na criação e adaptação de conteúdo. As revistas digitais atuais não seguem um modelo de navegação, interface, nem de estruturação de conteúdo padrão, pois ainda estamos com uma tecnologia recente, que apenas agora está se mostrando funcional.

É notável a capacidade do *iPad* para a indústria gráfica, que aposta em versões digitais de suas revistas que já fazem sucesso no meio impresso, e que atraem curiosos, recém adeptos de aparelhos *touchscreen*, esses capazes de interagir com texto, imagem e vídeo como nunca antes visto, pois tudo acontece nos dedos do usuário, antes acostumado a folhear cada página, usuário esse que se tornou exigente, não aceitando mais páginas de revistas digitais que simulem

dobras, a tendência é a busca por uma forma de navegação mais intuitiva, eficaz e dinâmica.

A proposta dessa pesquisa é construir um projeto gráfico e o modelo de interação para uma revista, cujo suporte será *tablets*, a partir da experimentação e pesquisa de usabilidade junto ao usuário que está inserido no meio. Aliar texto, imagem, vídeo e animação para interagir com o leitor, criando uma navegação clara, junto com uma interface visualmente atrativa.

Buscar uma solução para esse problema requer estarmos atentos a melhor forma de apresentar um texto em tela, pensar em formas de interação equivalentes a experiência e impacto que se quer causar no leitor, descobrir novas formas de posicionar elementos como propaganda e sumário, e no fim causar a impressão de que a revista pode sim ser um aliado na busca por informação.

## 1. Interface

Estamos no meio de uma revolução digital, onde entramos em contato diariamente com dezenas de interfaces que interagem por comandos de voz, pelo toque e até biometria. Estar inserido nesse novo contexto que está em constante mudança, nos faz ir de encontro às melhores formas de produzir essas interfaces e tentar compreender como isso afeta a forma como vemos o mundo.

Nas amplas definições de interface, Lévy (1993) diz que:

“Como a luneta astronômica, o microscópio ou os raios X, a interface digital alarga o campo visível. Ela permite ver modelos abstratos de fenômenos físicos ou outros, visualizar dados numéricos que, sem isso, permaneceriam soterrados em toneladas de listagens.” (LÉVY, 1993)

Já para Johnson (1997) a interface é:

“uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra. Em outras palavras, a relação governada pela interface é uma relação semântica, caracterizada por significado e expressão, não por força física”. (JOHNSON, 1997)

Para ambos a Interação gráfica é responsável por intermediar o acesso a dados e informações de uma forma mais eficaz e intuitiva, onde a interface se relaciona com o usuário, explorador, de uma forma textual e gráfica.

### 1.1 – Metáforas e organização espacial

Em 1968 o engenheiro eletrônico Douglas Engelbart descrevia e demonstrava em uma exposição seu novo produto, que iria mudar o mundo da computação e a relação homem-máquina. Tratava-se de um mouse pré-histórico, dotado da função de naquele momento organizar pedaços de texto numa tela que antes era dominado por linhas de comando.

Engelbart foi pioneiro ao localizar espacialmente sequências de zero e um e transformá-los em fragmentos gráficos capazes de serem comandados e acessados virtualmente por uma pessoa, seu invento foi uma forma de traduzir a

informação numa linguagem visual. Ali nascia o modelo de interface como é conhecida nos dias de hoje.

Muitas das interfaces conhecidas são baseadas em metáforas, o desktop tem na escrivaninha sua maior inspiração para o seu modelo atual de interface, nela, documentos são sobrepostos e organizados em pastas. Revistas e jornais digitais, mesmo estando presentes num meio tão amplo e dinâmico como a internet, ainda simulam o folhear das páginas, para não citar outros exemplos. Johnson em *Cultura da Interface* (1997) tenta validar esses modelos:

“Se o computador podia assumir qualquer forma imaginável, por que não o fazer imitar o velho mundo analógico que iria substituir? Era uma espécie de troca imaginativa: se as pessoas iriam abandonar seus fichários e pilhas de papel, por que não simplesmente transferir essas coisas para o mundo digital?” (JOHNSON, 1997)

Johnson ainda completa,

“As metáforas tornariam a experiência do usuário mais intuitiva, e metáforas gráficas divertidas, animadas, tornariam a idéia de usar um computador menos intimidante. Se você sabia se sentar a uma escrivaninha e revirar papéis, podia usar a máquina.”

Diante da experiência positiva provocada no usuário, as metáforas tomaram um novo rumo e designers passaram a tentar simular o analógico no meio digital, como cita Johnson concluindo pensamento anterior:

“O sensato desejo de estabelecer analogias entre o digital e o orgânico deu lugar a uma busca sem limites de uma pura fusão entre os dois. Já temos salas de estar e corredores para andar por eles; não precisamos que se dupliquem também pelos nossos monitores.”

A intenção de tornar uma interface em algo amigável partindo de um pressuposto de que a simulação do modelo original analógico é o melhor caminho acaba por limitar a capacidade de interação da tecnologia, dando mais do mesmo a quem busca por uma alternativa as formas conhecidas.

## 1.2 – Influência na sociedade

Os primeiros modelos de interface foram projetados para computadores, como o *Macintosh*, e davam ao homem o poder de mover arquivos em um campo espacial, de interagir graficamente com a máquina que reagiam visualmente diante de uma ação do usuário.

Em seu livro, *A cultura da Interface*, Jonhson (1997) constata que:

“A adoção generalizada da GUI (Guided User Interface) operou uma mudança colossal no modo como os seres humanos e os computadores interagem, e expandiu enormemente a capacidade de usar os computadores entre pessoas antes alienadas pela sintaxe misteriosa das interfaces mais arcaicas de "linha de comando".

Superado os problemas iniciais de adaptação, hoje nos encontramos conectados e submissos a tecnologia digital, onde as interfaces digitais aliadas a arquitetura da informação se fazem presentes em todas as áreas da sociedade.

Com a vasta proliferação de conteúdo, surgiram milhões de sites, e serviços que fazem uso do universo online. A aplicabilidade da tecnologia transformou muitas das ferramentas de trabalho do mundo contemporâneo, já podemos interagir com a TV, celulares, GPS, geladeira e obter resultados mais satisfatórios mesmo em tarefas mais simplórias.

A informação está disponível em diversas plataformas e acelerou a produção e compartilhamento de conhecimento. A interface gráfica evoluiu de várias formas e estamos vivenciando uma nova revolução, onde objetos como o mouse, usado como intermediário na comunicação entre homem e computador está sendo substituído pelo toque e que vai mais além, chegando ao gestual.

## 2. Interação / Interatividade

Para entrarmos no tema, precisamos definir do que se trata. Ao problematizar a interação, Lévy (1997) diz que: *“o termo "interatividade" em geral ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação”*.

Existem diversas formas de interação que são determinadas pelos “dispositivos comunicacionais”, Lévy as separa em três categorias: um - todos, um - um e todos - todos, onde existe apenas um difusor e vários receptores na comunicação um - todos, dois receptores e dois difusores na comunicação um - um e vários receptores e difusores em ambos os lados da comunicação todos - todos, criando uma relação recíproca entre os interlocutores. O autor em destaque ressalta que não existe receptor passivo, pois mesmo uma pessoa que está na frente da TV é capaz de interagir de formas diferentes ao receber aquela informação.

Indo mais a fundo, para ocorrer uma interação é preciso transformar o receptor passivo em difusor, o receptor passivo é inserido em um sistema onde realiza troca de informações a partir de um dispositivo de interface. Esse mesmo dispositivo é responsável pelo nível de interação realizado, assim sendo, ele atua como mediador na transação, onde o usuário experimenta formas de imersão nas diversas modalidades perceptivas, seja usando o tato, visão ou audição. Quanto mais complexo o sistema interativo, mais completa a experiência e maior a resposta do usuário.

### **3. Novas mídias e dispositivos digitais**

Vários setores da nossa sociedade hoje passam por mudanças devido a uma revolução informacional, consequência de uma revolução tecnológica que começou poucas décadas atrás.

O computador pessoal foi o grande ícone dessa revolução também cultural, a partir do momento em que deixou de ser apenas uma máquina responsável por processamento de dados para tornar-se um instrumento de criação de textos, músicas e imagens nas mãos da população, indo mais além, sendo responsável por organizar, simular e divertir como destaca Lévy (1997).

O fácil acesso a informação com o surgimento de novas mídias e o barateamento da mesma nos transformou e ainda nos transforma culturalmente, uma vez já somos dependentes de mídias digitais, na medicina, produção, transporte, artes, economia, infraestrutura, navegação, entretenimento, ensino e outros campos sociais.

Um olhar sobre o momento cultural, digital e informacional contemporâneo nos trás um ambiente diferente do que vivíamos dez anos atrás, a alta velocidade de processamento aliada à capacidade de miniaturização de seus componentes eletrônicos nos trouxe dispositivos mais potentes em velocidade e capacidade, sem custos, uma vez que são mais baratos e menores. A internet já é responsável por grande parte da divulgação de conteúdo no planeta e prospecta ser a única fonte de informação daqui alguns anos, sendo mediada por soluções de interfaces capazes de interagir, compartilhar e reciclar a informação.

### 3.1– eReaders



Figura 1 - Kindle. ereader da Amazon

eReaders são os precursores dos *tablets*, surgiram na década passada com a responsabilidade de levar o conteúdo digitalizado e que já estava disponível na web de volta as ruas, para ser visto nas mãos das pessoas, que poderiam ler suas revistas e livros sem ter que carregar todo o peso necessário.

O *kindle*, da *Amazon*, é o leitor de textos mais popular, lançado em 2007, antes mesmo do *iPad*, oferecia uma plataforma eficiente para leitura de mídias digitais. Era leve, eficiente e inovador, implementou o *Eletronic paper* (ePaper), tinta digital eletrônica de alto contraste que não consumia energia ao exibir o conteúdo e permitia conexão *wi-fi* e EVDO, tornando o usuário independente de um computador, pois poderia baixar o conteúdo ao ar livre. Mas ainda não era a ferramenta multimídia que causaria impacto no mercado editorial, pois ainda não oferecia opções multimídia suficientes.

### 3.2 - Tablets



Figura 2 - Motorola xoom - ipad - Galaxy Tab - Hp Slate

*Gadgets* como o *iPad* da *Apple* são exemplos de soluções nessa nova revolução digital, onde produtos interativos, inteligentes e capazes de reproduzir diversos tipos de conteúdo se tornam cada vez mais populares. O *tablet* hoje é uma nova forma de mediação de conteúdo para a população, sua capacidade de interação por toque foi o que caracterizou o produto.

*Tablets* já eram imaginados anos atrás, houveram algumas tentativas fracassadas de execução, a limitação tecnológica era o grande responsável na elaboração do produto, que exigia baterias de longa duração, telas resistentes e rápidas na resposta, precisavam também de um sistema operacional que resolvesse problemas de interação. A *Apple* conseguiu resolver esses e outros problemas com seu *iPhone* e adaptou a navegação e interface para o primeiro *tablet* que realmente valia à pena.

O *tablet* era o dispositivo que estava entre os *smartphones* e *notebooks*, pois trazia as funções do computador mais a mobilidade e interface *touchscreen*, que oferecia uma interação mais dinâmica dos *iPhones* da mesma empresa. Nascia um novo mercado, e outras empresas lançaram *tablets* semelhantes, mas com sistemas operacionais diferentes, adaptados de *smartphones* como o *Android*.

Como aconteceu no começo da história do computador pessoal, estamos no meio de uma corrida tecnológica pelo dispositivo mais rápido, interativo e de baixo custo, que vai ser usado como ferramenta de criação, comunicação,

entretenimento e trabalho e que vão continuar transformando culturalmente nossas vidas.

### **3.2.1 - iPad**

O *iPad* é considerado o *tablet* mais bem sucedido da história, na época do seu lançamento, era o único do tipo no mercado, capaz de oferecer recursos multimídia e interação por *touchscreen*. Assim como o iPhone, o *tablet* da Apple, já na sua segunda geração, oferece notícias, utilitários, jogos e internet por meio de aplicativos que rodam no iOS, sistema operacional desenvolvido para dispositivos móveis da Apple. A partir desses aplicativos, é possível criar soluções e necessidades para diversas situações. Sua interface intuitiva, rápida e precisa, oferece atualmente o melhor ambiente para o desenvolvimento de revistas digitais interativas, que podem conter vídeos, imagens dinâmicas que giram 360 graus mostrando um ambiente por exemplo, é possível fazer uso de mapas e infográficos animados de forma dinâmica e interativa, onde o leitor navega usando o toque dos dedos.

### **3.2.2 - Tablets Android**

Os *Tablets Android* são os maiores concorrentes da Apple no mercado, são fabricados por empresas diferentes e oferecem o que o iPad ainda não quis oferecer, como por exemplo, o suporte ao Flash, presente na grande maioria dos sites da web.

O *Android* é um software operacional do Google que foi criado para Smartphones, assim como o *iOS*, e que por ser livre, oferece a desenvolvedores de aplicativos uma maior liberdade de custos. Com a chegada do iPad, a popularização de *tablets* e a busca por um sistema operacional para fazer frente ao iOS que foi adaptado do *iphone*, os desenvolvedores *Android* criaram o *Android Honeycomb*, sistema operacional pensado para *tablets*, que possui uma interface pensada para usuários do dispositivo e que já roda no *Xoom*, *tablet* da Motorola que vai fazer frente ao iPad2.

Esse sistema operacional, é o mais completo e a atual solução de interface para *tablets* que não são da Apple. *Possivelmente* o *Android* se tornará o software mais utilizado nesses dispositivos, uma vez que existem dezenas de novos aparelhos que precisam de um sistema pronto para tal função.

### **3.2.3 - Nook Color**

O *Nook color*, como *eReader*, não deixa de ser um *tablet*, ainda mais por oferecer um sistema operacional baseado no *Android* e ter funções multimídias, que são oferecidas via browser ou aplicativos criados exclusivamente para o leitor de livros da *Barnes & Noble*, livraria americana, considerada a maior livraria varejista dos Estados Unidos.

Disponível apenas no mercado americano, o *Nook Color* oferece um sistema totalmente voltado ao ambiente de leitura digital, onde livros e revistas encontram um ambiente nativo para esse tipo de conteúdo. Sua tela colorida dá força ao *Nook* frente ao *Kindle* da rival Amazon.

*eReaders* sempre foram considerados um pouco limitados, por serem em preto e branco, não possuírem interatividade e não atrair muito por sua interface. Mas no fim de outubro de 2010 isso mudou, pois foi anunciado o reader com funções multimídias, um *tablet*, que possuía uma tela de sete polegadas, multicolor e interface touchscreen, um *ipad* voltado ao mercado de mídia digital.

Livros e revistas podem ser comprados ou assinados a partir do próprio *tablet*, que faz uso dos milhares de exemplares disponíveis na *Barnes & Nobles*. Revistas para esse *tablet* ainda são versões adaptadas de revistas já existentes que são otimizadas para rodar no *Nook Color*, isso é um ponto negativo para o leitor digital, pois diferente dos *ipads*, que contam com milhares de revistas pensadas e executadas para o *tablet*, o *nook* é apenas um visualizador de um conteúdo impresso.



Figura 3 - Nook Color

#### **4. Abordagens Atuais para implementação de revistas em Tablets**

Visto o interesse e os benefícios de publicações para dispositivos digitais, e as possibilidades de envolvimento que o tablet oferece, é possível listar algumas soluções de editoração, soluções de *Digital Publishing*, como é conhecida a atividade, que oferecem recursos práticos para designers e desenvolvedores que queiram criar publicações voltadas para tablets.

##### **4.1- Adobe Digital Publishing Suit**

Visto o enorme crescimento de interessados em colocar suas publicações impressas no meio digital, mais especificamente no tablet da Apple, a Adobe desenvolveu uma solução de publicação digital denominada Adobe Digital Publishing Suit, que oferece a designers familiarizados com suas ferramentas de produção gráfica e HTML, a possibilidade de implementar conteúdo interativo nas revistas e publicá-las na Apple store para Download.

As revistas podem ser criadas no inDesign, a partir de painéis com recursos avançados que geram interatividade, e permitem o designer implementar e posicionar vídeos nas páginas, animações, galeria de imagens interativas, sons em mp3 ou criadas em HTML5, onde as páginas são estruturadas em linha de código. É essencial que o designer tenha conhecimento de inDesign e edição de vídeo, tratamento de imagens ou de alguma ferramenta 3d ou HTML, caso queira usufruir

e fazer bom uso dos variados recursos de interação disponíveis. Não sendo algo obrigatório.

#### 4.1.1 Navegação

A solução da Adobe definiu um modelo de navegação vertical e horizontal, o primeiro para o conteúdo de um artigo, e o segundo para navegar entre artigos. Aqui, um artigo leva ao outro com um movimento horizontal, e cada artigo pode ser explorado verticalmente

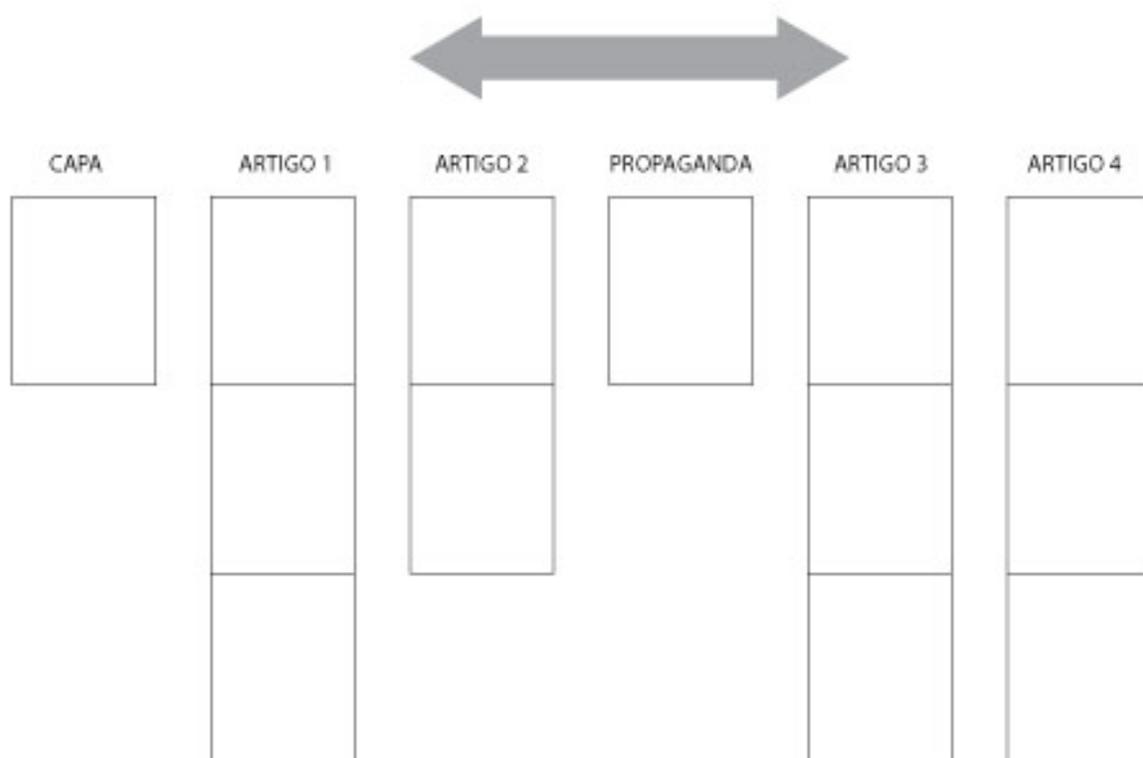


Figura 4 - Sistema de navegação horizontal do *Adobe Digital Publishing Suit*

Os artigos para uma revista que vão ser gerados no inDesign precisam ser criados separadamente, para no fim, serem organizados em colunas pelo programa. No modo de criação revista para ipad, no indesign, as páginas são dispostas verticalmente, uma embaixo da outra, até o fim do artigo. Quando o mesmo for visto no ipad, o leitor vai descendo e explorando todas as páginas do artigo, e no fim, passa para a próxima coluna com um movimento horizontal, onde vai encontrar um novo artigo.

Essa forma de navegação vai de encontro e confronta as simulações feitas em flash de revistas, frequentemente vistas na web, onde as mesmas possuem páginas com dobra e até som para ficarem parecidas com revistas de verdade. Mas soluções inovadoras como o ipad criam novas oportunidades, e a adobe inovou ao mudar o conceito de navegação para revistas digitais

#### **4.1.2 Visualização**

Artigos são posicionados lado a lado, e cada artigo possui seu conteúdo diagramado verticalmente no tablet, e pode ser visualizado tanto no modo paisagem, como no modo retrato, sendo uma opção do designer oferecer essa função. Como o ipad oferece formas de visualização diferentes, modo paisagem e modo retrato, é preciso que dois arquivos sejam criados com orientações diferentes, um na vertical e outro na horizontal, caso contrario o software faz isso automaticamente e ajusta a disposição dos textos e imagens da melhor forma possível para ser visualizado das duas formas.

Quando o ipad, por exemplo, é rotacionado para ficar na horizontal, a revista muda para um modo de visualização paisagem, e a disposição do conteúdo passa ser a favor daquela situação, nesse caso, vídeos, imagens e textos se acomodam de outra forma na tela, em alguns casos, podemos incluir no modo paisagem um recurso interativo, e no modo retrato um texto, e vice-versa, não sendo necessário repetir o conteúdo quando a revista for rotacionada, pode-se transformar essa situação numa oportunidade de dinamizar a revista:

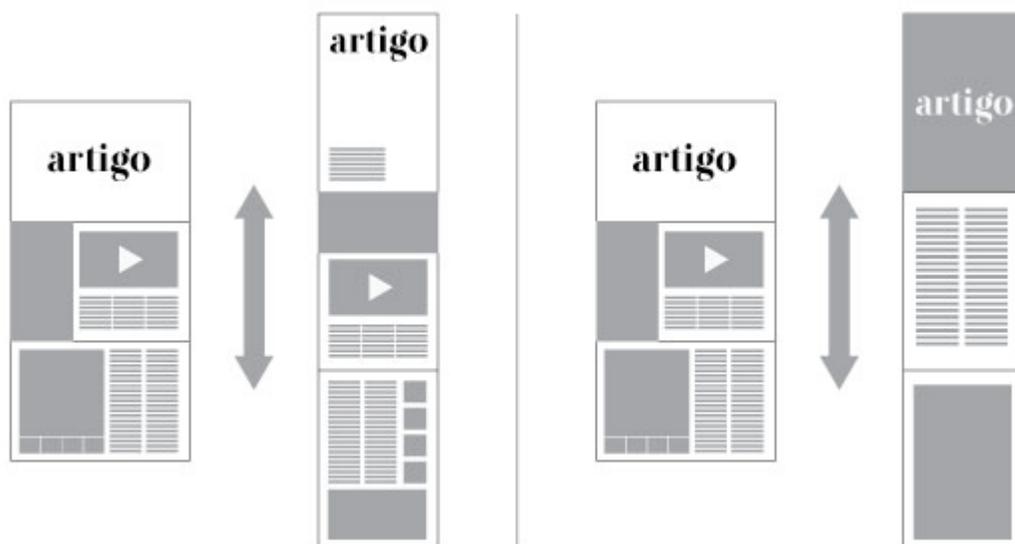


Figura 5 - Sistema de navegação vertical

### 4.1.3 Implementação

O Adobe Digital Publishing Suit não é apenas uma ferramenta de criação, é um conjunto de serviços de publicação digital, que oferece, desde plugins para o indesign até o suporte para venda das mesmas na iTunes store e outros.

Atualmente, o Adobe Digital Publishing Suit é oferecido para empresas a um alto custo, e é uma ferramenta ainda em criação que com o passar do tempo vai ser aprimorada pelos desenvolvedores da Adobe. Até lá, é possível criar as revistas e visualizá-las sem a necessidade de pagar por isso, mas ficando restrito a poucos tablets, pois a revista só fica disponível para download no itunes depois que contratado o serviço.

## 4.2 - Adobe Air (Adobe Integrated Runtime)

A adobe ainda conta com o suporte de outros produtos da própria empresa na criação de revistas interativas para tablets, o Flash e o Adobe Air. Criados para solucionar questões relacionadas à web, sendo o Flash bem mais antigo e o último bem mais recente, ambos permitem a exploração de conteúdo interativo a partir de interfaces dinâmicas.

A tecnologia mais recente integra algumas formas de programação web bem conhecidas, como HTML, Java script e o próprio Flash para criar aplicações multimídias para desktop e aparelhos móveis. Surgiu em 2007 com esse propósito, de ser uma plataforma flexível para desenvolvedores que precisassem criar aplicações fora do browser. Hoje é uma das melhores soluções para criação de conteúdo interativo para tablets.

### **4.3 - Quark xpress 9**

O Quark xpress perdura como principal concorrente do inDesign no mercado de criação editorial, estando nos últimos anos, atrás do software da adobe, que ganhou mais espaço por contar com o auxílio de outras ferramentas da mesma linha, como Photoshop e *illustrator*. No mercado desde 1987, o Quark ainda tem fôlego e recentemente entrou no mercado de publicação digital o *Quark Xpress 9 App Studio*, para competir com a solução da Adobe.

O Ambiente WYSIWYG (What you See Is What You Get, O que você vê é o que você obtém) do Quark e do inDesign proporcionam aos designers gráficos que querem criar para a mídia digital, uma maior liberdade na hora de criar elementos interativos, sem a necessidade de codificação complexa exigida por outras formas de implementação para *tablets*. Nesta nova versão do software, impressos ganham interatividade com o auxílio do *AppStudio*, ferramenta integrada ao software para gerar recursos interativos em revistas, como apresentação de imagens interativas, vídeos e áudio.

### **4.4 – Web Apps**

A web tornou-se uma grande plataforma para a execução de aplicativos online, a partir desses aplicativos é possível exibir arquivos em doc, planilhas, editores de imagem, jogos, animações e nisso podemos incluir algumas revistas digitais, que podem ser exibidas em pdf ou flash.

No ipad, sites da web se transformam em aplicativos na tela inicial, que quando iniciados, direcionam para uma página online desenhada para ser exibida

em dispositivos móveis, podendo oferecer recursos similares as de um aplicativo programado para mesma função.

A mediação do conteúdo é feito a partir do browser do dispositivo, que já são capazes de exibir codificação avançada, ainda em fase de implementação em outras plataformas, permitindo o uso da linguagem de marcação de textos HTML(Hyper Text Mark up Language) para estruturar conteúdo em tablets e smartphones.

#### **4.5- HTML 5**

Como única forma de estruturação de páginas na internet nos anos 90, o HTML ainda é a melhor opção para o desenvolvimento de sites para web. Atualmente, o HTML 5 em fase de implementação é muito mais amigável e está pronto para levar o conteúdo do browser para aparelhos móveis, que precisam de conteúdo adaptável para os diversos formatos de tela.

O HTML 5 incorpora funções do flash, permitindo o browser executar animações, gráficos interativos, vídeos redimensionáveis, galerias animadas a partir de bibliotecas Java script, que foram integradas a linguagem de programação.

Dessa forma, qualquer conteúdo online com uma navegação elaborada e baseada em HTML + CSS + Java script, pode ser visualizado em forma de revista em tablets e smartphones.

#### **4.6 - Formatos de Tela**

A diversidade de dispositivos eletrônicos no mercado exige a adaptabilidade e flexibilidade do conteúdo digital a ser exibido nos diversos formatos de telas existentes. Cabe ao designer definir uma estrutura com grid flexível, funcional para ser visualizado em tablets, smartphones, notebooks e outros dispositivos sem a perda de legibilidade e recursos importantes para a navegação e interação.

Uma revista impressa, com um tamanho característico, precisa se adaptar ao se render ao tamanho inferior de uma tela digital, e ser capaz de transpor sua identidade aquele conteúdo digital.

Para entender as diferenças entre os tamanhos de display, pode ser traçado um comparativo entre os tamanhos de revistas impressas e o tablet:



Figura 6 - Comparações da mão humana em relação aos formatos de tela e papel existentes

## 5. Trabalhos Relacionados

### 5.1 Revista Wired

A edição digital da revista americana Wired foi a primeira a ser lançada para tablets, na época, apenas para iPad, único tablet no mercado. Lançada em parceria com a Condé Nast Digital em parceria com a Adobe em 2010 impressionou ao inovar na experiência de navegação. Mostrava-se a frente da indústria impressa e prometia ser o futuro das revistas digitais. O presente projeto usa os mesmo conceitos e princípios de mostrados na revista citada. Também desenvolvida com o Adobe Digital Publishing Suit.



## **6. Plano de Trabalho**

### **6.1 Problema**

Definir a melhor solução para projetar uma revista digital interativa para tablets, com foco no ipad. Apresentando soluções de interface e navegação desenvolvidas pela Adobe em função do novo mercado criado recentemente, onde a demanda por conteúdo para tais aplicativos se faz necessário. Criando um projeto gráfico atraente e focado na experiência com o usuário, fornecendo conteúdo e publicidade multimídia.

### **6.2 Objetivos**

#### **6.2.1 Gerais**

O enfoque do projeto é desenvolver, a partir da melhor solução, uma revista para ipad, capaz de suprir as necessidades da indústria gráfica digital, exibindo as possibilidades do suporte em questão.

#### **6.2.2 Específicos**

##### **a) Contexto**

Para nortear o projeto, foi preciso situar o contexto em que os tablets estão inseridos, para tal, foi realizada uma pesquisa online com 48 usuários e não-usuários, que responderam a 13 questões sobre o assunto. Dando respostas sobre as formas de uso dos tablets no mercado.

##### **b) Possibilidades**

Com os resultados da pesquisa, foram geradas diversas possibilidades de execução, a análise dos dados nos leva as formas mais eficazes de criar uma revista que atenda aos desejos do usuário em foco.

### **c) Soluções**

Foram encontradas soluções que variam no grau de aplicabilidade, algumas mais viáveis que outras, tanto em tempo, quanto no custo de produção.

### **d) Seleção**

A melhor solução foi a que atende a forma mais prática de execução, sendo responsável pela cara final do projeto

### **e) Execução**

Com a ferramenta de desenvolvimento para de revista para ipads selecionada, dá-se início a execução do plano da revista, que vai ser criada tendo como base um projeto gráfico pré-estabelecido.

## **6.3 Contexto**

Para entender o contexto em que se situa os novos dispositivos *touchscreen*, é preciso entender a disputa entre os fabricantes e seus produtos. Traçar a evolução dos equipamentos se faz essencial para aplicabilidade das técnicas de editoração existentes e em desenvolvimento.

### **6.3.1 Campo**

As revistas digitais estão inseridas no meio online há algum tempo, ainda fora de um padrão, estando presentes apenas para assinantes de algumas publicações impressas, que digitalizaram suas edições e disponibilizaram as

mesmas online para assinantes, ou em sites de compartilhamento de revistas como o Issu.com, onde revistas de pequena circulação com foco em algum assunto específico são distribuídas gratuitamente. Dessa forma, qualquer pessoa pode gerar um arquivo em PDF e transformar numa revista digital.

O tablet trouxe a mobilidade e a interação com o usuário, e com ela veio à liberdade de leitura em qualquer ambiente, o usuário não estava mais preso a tela do computador para ler notícias, jornais e revistas. Esse novo ambiente criou um mercado capaz de lucrar com o novo molde, um investimento que começou com editoras nos Estados Unidos em 2009 chegou ao Brasil, e hoje chega ao país em edições como as da Revista Época e Veja.

É notável o interesse dos brasileiros nos *tablets* da Apple, visto que no lançamento recente do iPad 2, os mesmos foram esgotados nos primeiros dias. A perspectiva é de que com a adoção do *tablet* pela população consumidora de publicações impressas crie uma demanda por conteúdo digital nacional.

### 6.3.2 Indivíduos

Para entender o público alvo de uma revista digital, foi criado um formulário de pesquisa (Anexo 1) para elaboração das possibilidades que deveriam ser levadas em conta na execução do projeto.

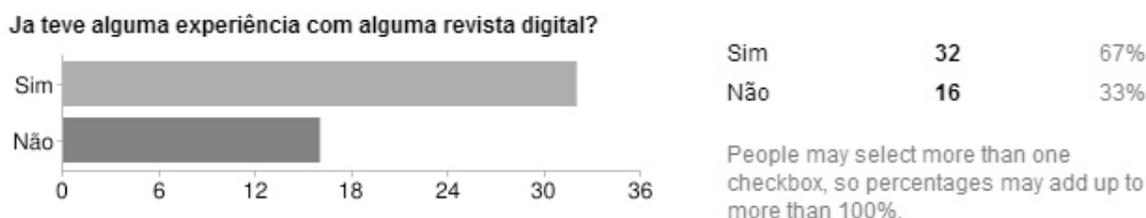
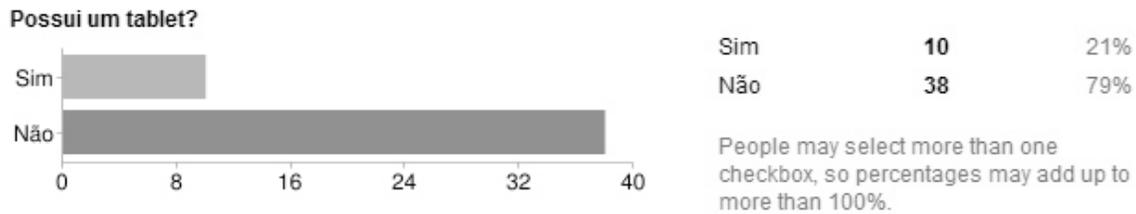


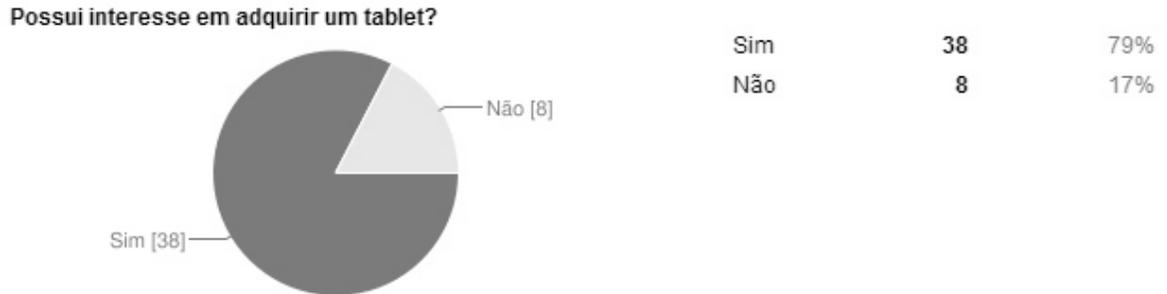
Figura 7 - Questão 1

A maioria das pessoas que responderam ao questionário estão cientes do meio, são indivíduos que sabem do que estão falando. Supondo que os 33% que não tiveram contato com o iPad, tenham noção da capacidade do

dispositivo.

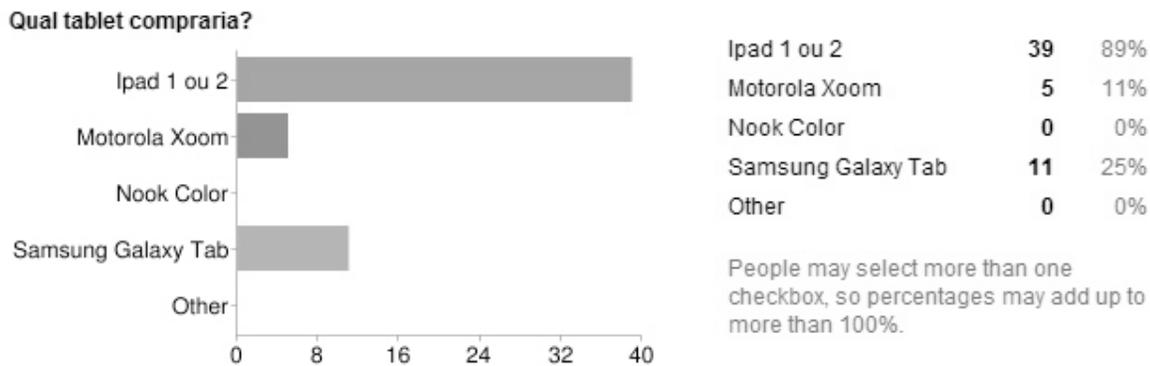


**Figura 8 - Questão 2**

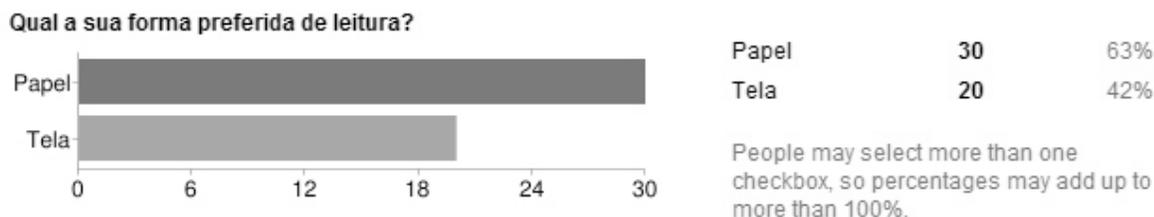


**Figura 9 - Questão 3**

O interesse demonstrado acima, reafirma o futuro positivo do mercado no Brasil, e que o ipad é preferido quando se fala em tablet, como vemos no gráfico abaixo:



**Figura 10 - Questão 4**



**Figura 11 - Questão 5**

Não é estranho o resultado do gráfico acima, o livro, a revista impressa ainda são as formas mais viáveis de leitura, a forma mais aceita e que perdura por séculos. Não se pode mudar esse conceito em uma década. Mas é tocante o fato de que quase metade já opte pela tela.



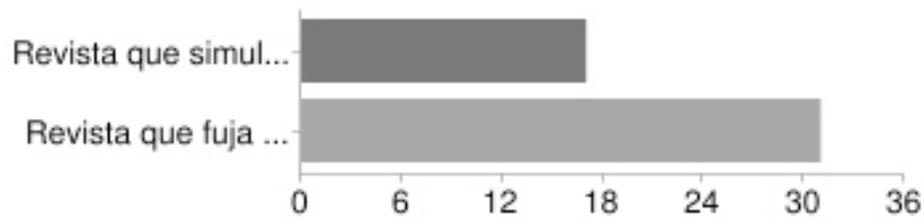
**Figura 12 - Questão 6**



**Figura 13 - questão 7**

A experiência interativa e multimídia é um fator decisivo na hora de escolher entre o impresso e o digital, percebe-se isso acima, onde a estaticidade é deixada de lado e troca de vídeos e imagens dinâmicas ao visualizar o conteúdo.

### Qual a melhor forma de visualização de uma revista digital?



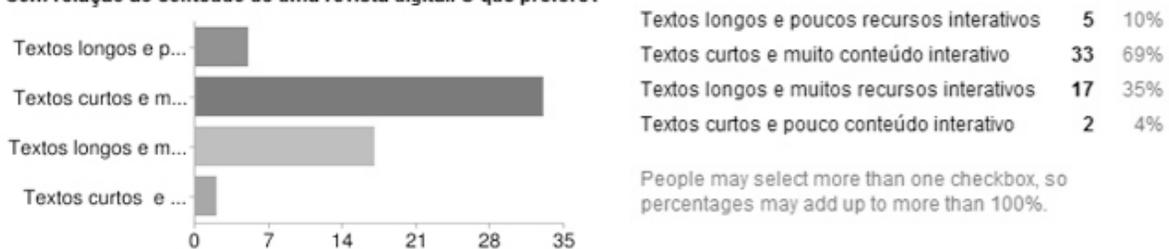
Revista que simule a experiência do folhear de páginas	17	36%
Revista que fuja do conceito impresso e tenha seu próprio sistema de navegação	31	66%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Figura 14 - questão 8

Novos conceitos de navegação são bem vindos pelos usuários, que vão optar pela melhor forma de experimentar o conteúdo.

### Com relação ao conteúdo de uma revista digital. O que prefere?



People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Figura 15 - Questão 9

Textos longos passariam despercebidos aos usuários de tablets, que preferem uma experiência rica em conteúdo dinâmico e interativo a velha massa de texto, característica de jornais e revistas.

O que realmente tende a mover a indústria de publicação digital, é a publicidade, que vai lucrar ainda mais com a atenção do leitor a suas propagandas, que não mais passarão despercebidas, pois serão mais atraentes aos olhos do consumidor, que passarão mais tempo explorando o produto. No gráfico abaixo, 56% dos entrevistados dariam mais atenção a uma propaganda na situação que segue.

**Quanto a exibição de publicidade. Uma revista digital oferece diversos recursos de interação com as propagandas. A campanha seria mais atraente aos seus olhos caso oferecesse recursos multimídia?**

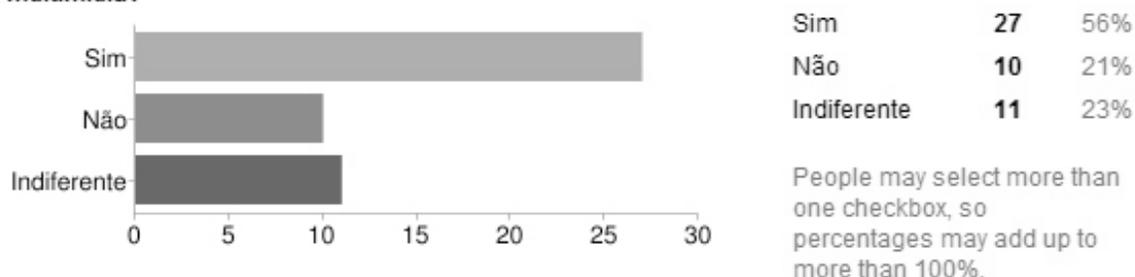


Figura 16 - Questão 10

Quanto ao indivíduo em si, sabemos sua faixa etária. A maioria Jovens, que estão em contato direto com a tecnologia.

**Qual sua idade?**

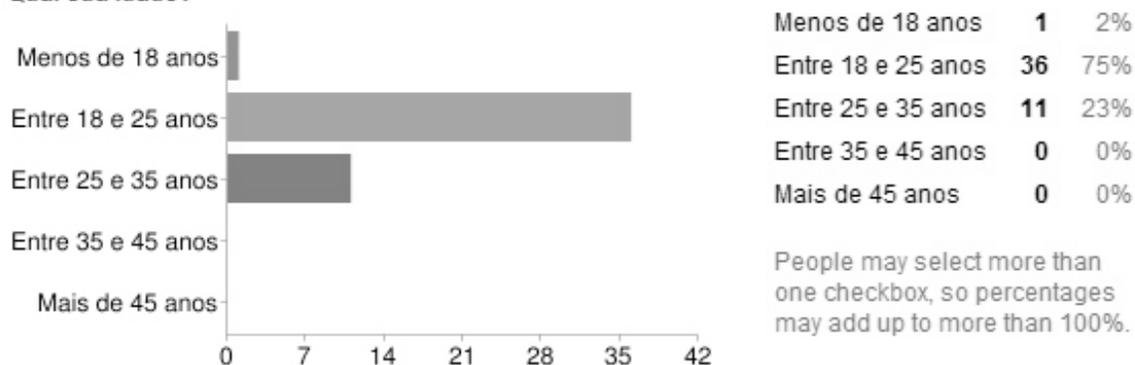


Figura 17 - questão 11

## 7. Resultados

Desenvolver uma revista digital para tablets requer esforço do designer para tentar compreender e por em prática as melhores formas de comunicação com o novo usuário. Ter noção das formas de interação que cabe a determinado artigo ou propaganda. A tendência desse novo eixo é sua expansão em diversos setores criativos, onde uns farão propagandas interativas para as revistas e outros trabalharão no desenvolvimento do conteúdo.

O trabalho gerou interesse de muitas pessoas situadas no meio tecnológico e gráfico, e que entendem a necessidade de um projeto desse tipo para o momento em que vivemos. Explorar esse novo espaço requer estarmos atentos às formas mais avançadas de produção de conteúdo, seja informativo ou comercial. A assimilação de novos conceitos a formas conhecidas de comunicação é a saída que a indústria gráfica escolheu para sobreviver a perda de demanda para a internet. A atração pela ferramenta capaz de levar o meio impresso até o formato digital interativo resultou nesse projeto, que criou uma revista capaz de explorar as necessidades de comunicação, sendo visualmente interessante e interativa, causando uma completa imersão do leitor no conteúdo a ser divulgado.

Para o projeto, foi criada a *Stroke Magazine*, uma revista conceito projetada só para o meio digital, para ser lida em diversos dispositivos tablets. O conteúdo amplo com foco em cultura e comportamento é o responsável por atrair adeptos desse tipo de revista, que ainda não formaram um nicho.



Figura 18 - Capa da Stroke

## 8.1 Projeto gráfico

A Stroke é uma revista moderna que busca chamar atenção do leitor acostumado ao meio impresso, e para tal, precisa atrair pelo seu diferencial, a tela de alto brilho e contraste de um tablet, que valoriza as cores e detalhes da imagem.

### 8.1.1 Marca

A identidade da stroke é flexível e permite várias combinações de cores fortes como o cyan, magenta, amarelo, verde e laranja, que podem alternar na capa da revista em cada edição, dependendo da cor da imagem em destaque. A marca foi criada com a fonte *Sneaker Script*, uma tipografia única e de personalidade e que funciona junto a tipografia da revista.

MARCA



TIPOGRAFIA  
Sneaker Script

*Sneaker Script*

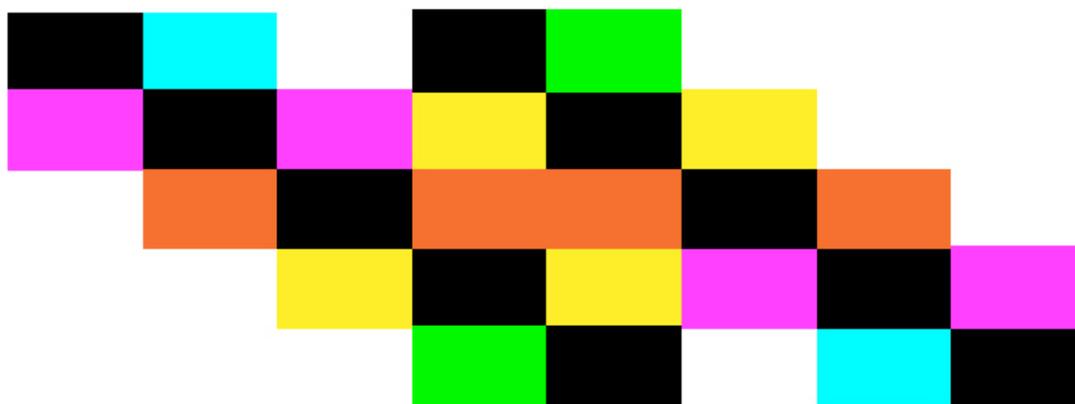
COMPORTAMENTO



Figura 19 - Identidade visual. Marca

### 8.1.2 Cores

O alto contraste do sistema cromático da identidade é responsável por compor o visual forte e atrativo da revista e é responsável pela hierarquia interna de separação de conteúdo.



### 8.1.3 Tipografia

A Revista não se limitou e não ficou presa a uma combinação simples de duas tipografias, comum em algumas revistas e jornais. Três tipografias compõe a identidade da Stroke. Para os destaques de capa, usa-se apenas duas famílias, como em revistas tradicionais. Dentro dos artigos, temos uma combinação de uma fonte pesada e não-serifada para destaques, uma fonte serifada para subtítulo dos artigos e alguns destaques de segunda importância e uma fonte de texto mais leve e de fácil leitura. Cada fonte tem uma função específica, priorizando uma hierarquia de visualização e leitura.



Figura 20 - Revistas que usam duas tipografias para destaques de capa

### 8.1.3.1 Tipografia de Título

Para essa função, foi usada a família Irma, uma fonte display com características marcantes de seus pesos, que podem ser combinadas de várias formas para dar destaque a algumas sentenças ou palavras.

STROKE MAGAZINE  
 STROKE MAGAZINE  
 STROKE MAGAZINE  
 STROKE MAGAZINE  
 STROKE MAGAZINE  
 STROKE MAGAZINE  
 STROKE MAGAZINE

Figura 21- Pesos em contraste da Irma

# A DOMINAÇÃO MUNDIAL DO IPAD

**SÃO PAULO OU NOVA YORK:**  
QUAL A MELHOR PIZZA DO MUNDO?

**AMY WINEHOUSE** DEIXA  
LEGADO NA MÚSICA E TAMBÉM  
NO MUNDO DA MODA

Figura 22 - Exemplo de títulos que fazem uso dos pesos da Irma para destacar o tema

## 8.1.3.2 Tipografia de Subtítulo

A Glossa text Italic é uma fonte de texto que tem função de destacar itens secundários na revista, como subtítulos, legendas, e seções.

*Stroke Magazine*  
***Stroke Magazine***  
***Stroke Magazine***  
***Stroke Magazine***

Figura 23 - Glossa text italic

# MÓVEIS INTELIGENTES PARA PEQUENOS ESPAÇOS

*Soluções da  
Resource Furniture  
ajudam a ganhar  
espaço com móveis  
funcionais e  
compactos*



Figura 24 - Exemplo de título e subtítulo usando a Irma e Glossa text italic no artigo de arquitetura e decoração

### 8.1.3.3 Tipografia de texto

A foco family possui detalhes únicos no seu desenho, que funcionam muito bem em tela com tamanho fixado em 16pt . Aparece na revista nos textos corridos e como legenda de imagens

**A** Resource Furniture é uma empresa italiana especializada em móveis para pequenos espaços, fugindo do tradicional sofá-cama pouco confortável e apresentando soluções que unem beleza, conforto e praticidade. Os móveis permitem que você tenha, por exemplo, uma elegante mesa de centro em uma mesa de jantar para a família e a escrivaninha em uma cama de casal, sem que você precise retirar os enfeites.

Figura 25 - Parágrafo com a foco em uso

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISICING ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA.**

**Stroke Magazine**  
*Stroke Magazine*  
**Stroke Magazine**  
*Stroke Magazine*

Figura 26 - Comportamento da Foco

#### 8.1.4 Grid

A Stroke foi contruída com 2 grids diferentes no número de colunas, mas com margens e *baseline* (16px) iguais. O grid com maior número de colunas é proporcional nas suas dimensões de 768x1024 pixels e é usado apenas no começo de cada artigo, para ser mais fácil dispor texto, imagem, vídeos e interações, que costumam vir em maior número que nas subpáginas.

##### 8.1.4.1 Grid com 10 colunas

Formado a partir de blocos de 64x64 pixels, que se dividem para resultar em 4 baselines de 16px e se multiplicam para formar 10 colunas separados pelos mesmos 16 pixels.

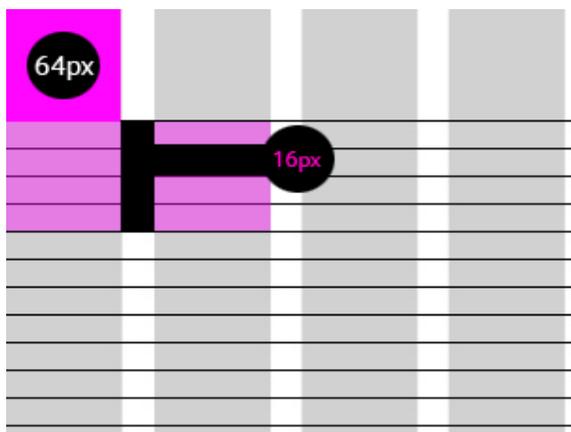


Figura 27 - Bloco de 64px formando o grid

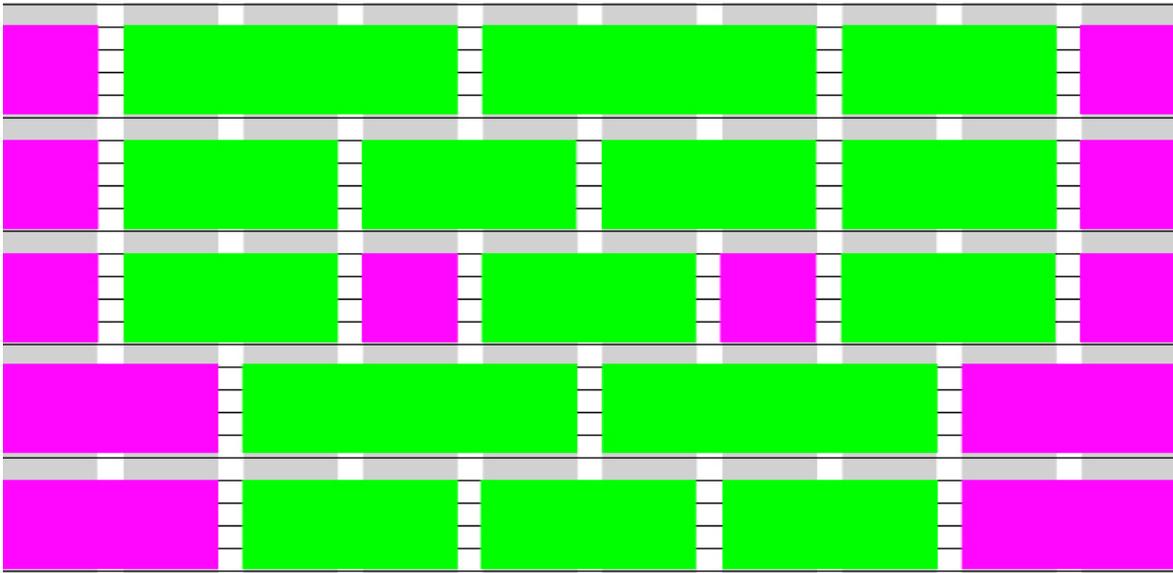


Figura 28 - Flexibilidade das 10 colunas para disposição de elementos

A revista possui a página inicial de cada artigo composto como na figura 12, onde existem uma áreas pré-definidas para imagem de destaque, Título e subtítulo. Nas laterais temos uma prévia das páginas anteriores e posteriores, que também funcionam como links. Acima temos o título da matéria e nome da seção acompanhado por uma barra colorida que indica a mesma. No canto inferior direito, uma referência ao número de páginas na vertical (ex.: página 1 de 3). O texto sempre alinhado a esquerda sem hifenização.



Figura 29 - Modelo de página inicial de artigo

### 8.1.4.2 Grid com 6 colunas

Um grid com 6 colunas se mostra suficiente para a quantidade de elementos dispostos nas páginas inferiores, onde a massa de texto não é tão grande e os elementos interativos ganham a maior parte do espaço.

As 6 colunas são formadas a partir da proporção de uma tela de 768x1024 (4:3)x2. Com uma margem interna de 64px e separação de 12px entre colunas.

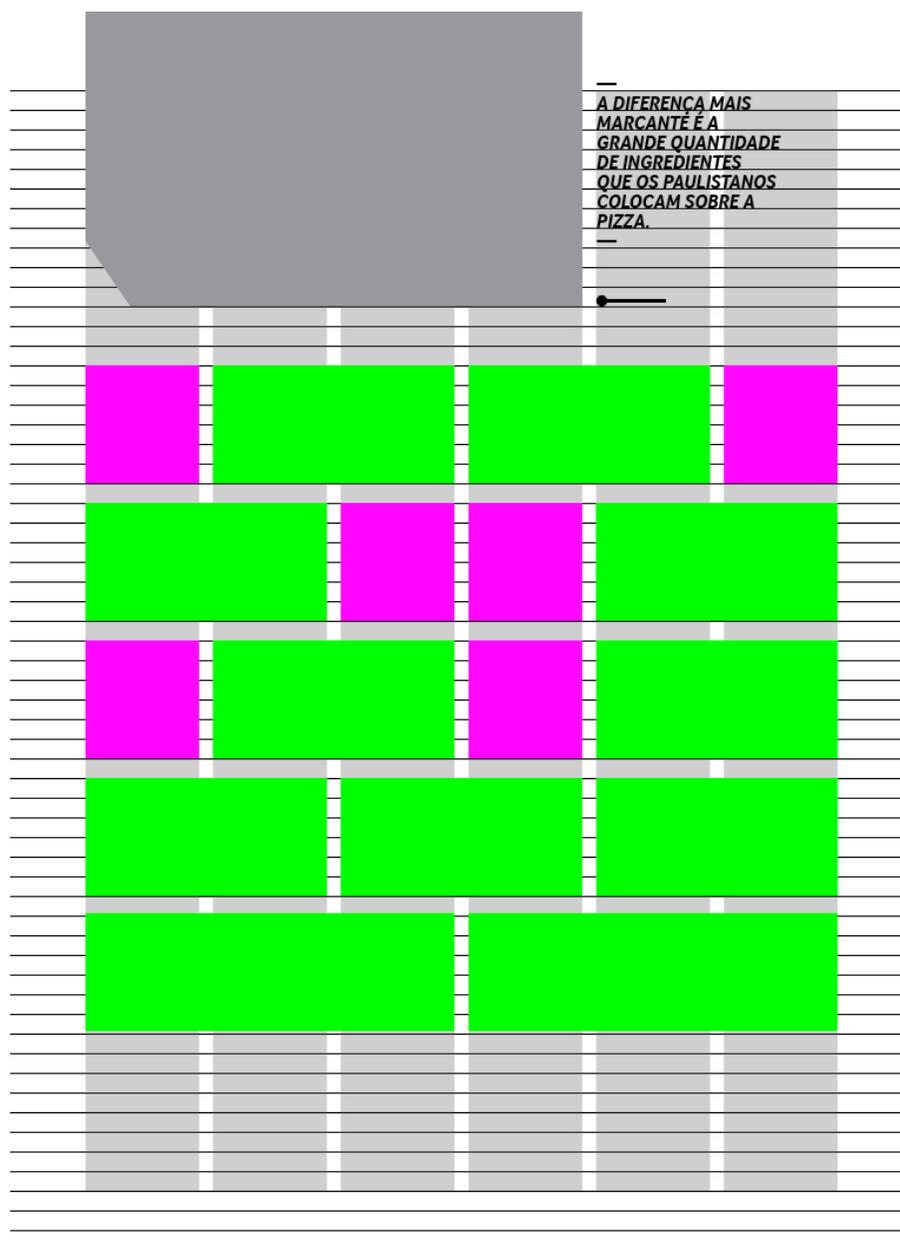


Figura 30 - Grid de 6 colunas presente nas páginas inferiores e com poucas informações

### 8.1.5 Sinalização de interação

Para que um conteúdo interativo não seja confundido com um objeto estático, foi necessário criar um sistema de sinalização animada para solucionar esse problema. A animação atrai a atenção do usuário e sinaliza de que forma ele deve ser entendido

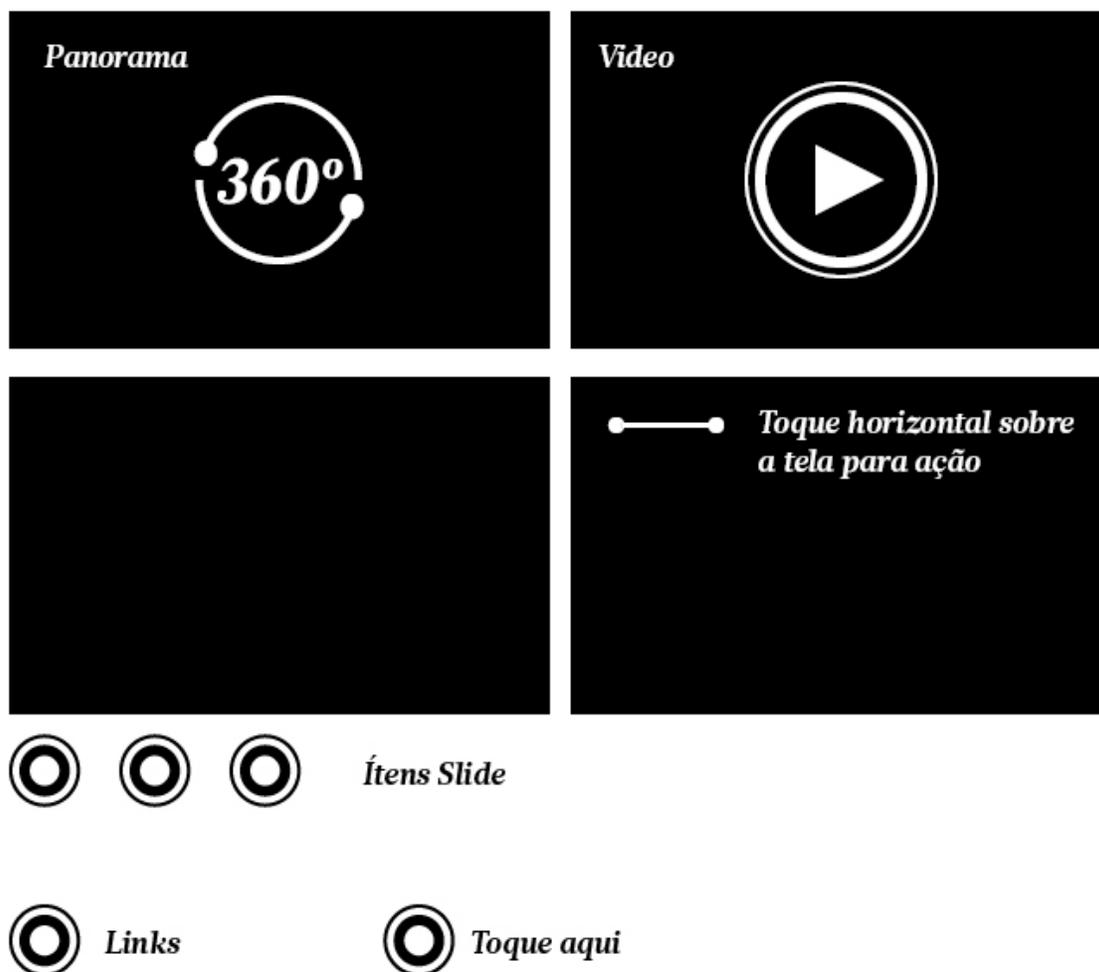


Figura 31 - Sinalizações presentes nos conteúdos interativos da revista

### 8.1.6 Navegação

A solução da Adobe escolhida para a criação da Stroke dispõe de uma interface própria para navegação na estrutura da revista e pode ser usado complementando a navegação interna disponível no índice ou como principal caso não exista um menu interno. O visualizador é parte da revista enquanto aplicativo e é responsável pelo controle geral da revista.



### 8.1.7 Interação

O diferencial de uma revista digital para tablets é a capacidade da implementação de conteúdo interativo como vídeos, slides e animações para enriquecer a experiência. Na execução do projeto foram levados em conta a capacidade do *Adobe digital Publishing*, que fornece opções de interação de fácil implementação, como por exemplo a de inserção de vídeos, slides, sequência de imagens, panoramas e conteúdo HTML no *overlay creator*. *Plugin* chave do *indesign* para interação.

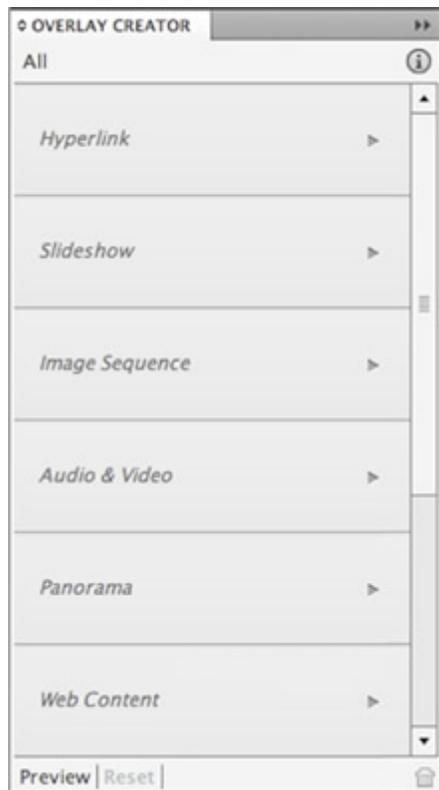


Figura 32 - Overlay creator, plugin de interação do indesign

Foi preciso um amplo conhecimento em ferramentas de edição de vídeos e imagem como *Photoshop* e *After Effects* para criar animações e *HTML* para criação de objetos dinâmicos para a Stroke.

### 8.1.7.1 Capa Animada

Uma das melhores experiências de uma revista digital e que está longe de ser possível em uma publicação impressa, é a de visualizar uma capa animada, onde o destaque se movimenta dando vida a edição. Edições da revista para ipad da Project e Marie Claire inspiraram a da Stroke.



Figura 33 - Edições da Marie Claire para ipad com Emma Watson e da Project (apenas edição digital) com Jeff Bridges. Ambos com destaque animado

### 8.1.7.1 Panorama 360

Para inserir um panorama 360 na revista, foi necessário ter imagens preparadas em ângulos diferentes e importar no *overlay creator*. Já era de conhecimento o trabalho do fotógrafo recifense Gilberto Marcelino, que possui um amplo portfolio de panoramas de vários cantos de Recife e Olinda, logo, o trabalho do mesmo entrou como artigo na revista, e junto, seus panoramas.

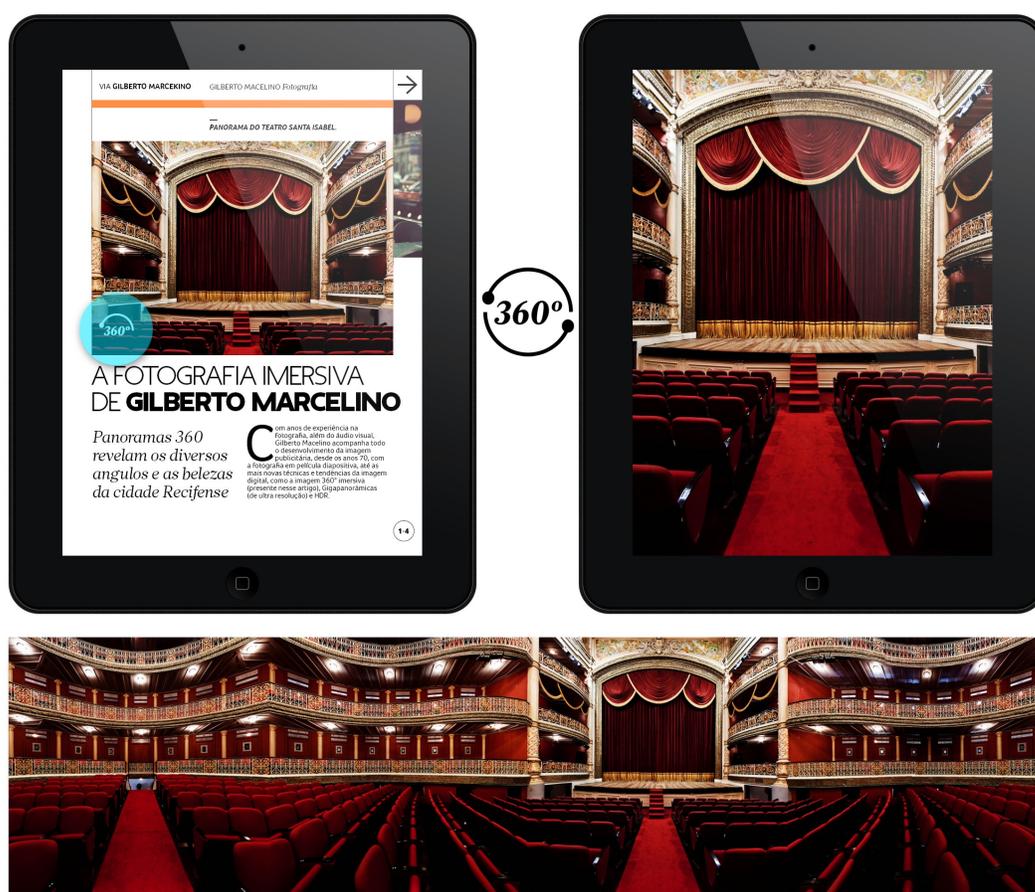


Figura 34 - Panorma 360 do teatro Santa Isabel e abaixo a foto 360 produzida por Gilberto Marcelino

### 8.1.7.2 PAN & ZOOM

Opção do *overlay creator* para inserção de imagens navegáveis e ampliáveis em *containers*.



Figura 35 - Artigo com Background em PAN



Figura 36 - Artigo com interação em PAN horizontal



## DE RATO DE CINEMA A DIRETOR "ASTRO DO ROCK"

**T**arantino é o que se pode chamar de grande falatório — começa a contar uma coisa, quase não respira, manda as palavras e só termina o assunto dez minutos depois, sem que ninguém consiga interrompê-lo.

*A seguir, algumas declarações e ensinamentos do mais pop dos cineastas:*

### A RECEPÇÃO DO PÚBLICO

Antes de dirigir meu primeiro longa, quando participava das oficinas de roteiro do Festival de Sundance, gente importante como Monte Hellman (roteirista) e Stephen Gombati (fotógrafo) estavam ali minhas ideias, cenas com planos longos. Diziam: "essa cena é horrível, é o mais horrível que você vai mesmo produzir". Eu saía para dar uma volta, refletia, mas continuava gostando da ideia.

No dia seguinte, eu apresentava a mesma cena para cineastas como Terry Gilliam, que adorava o que eu tinha escrito, ou Volker Schlöndorff, que me chamava de gênio. "Desde então, entendi que as pessoas usam amar ou odiar meus filmes, e era melhor me acostumar com isso."



### CÃES DE ALUGUEL

Durante as filmagens de "Cães de Aluguel", eu morria de medo de ser demitido pelos produtores. Primeiro, porque era tudo simplesmente muito bom para ser verdade. E segundo, porque não tinha dado certo até então na minha carreira.

### PULP FICTION



A cena em que Jules (Samuel Jackson) e Vincent (John Travolta) chegam à casa dos rapazes para assassinar-lhe, e Jules começa uma conversa bizarra sobre hambúrgueres, reflete três das coisas que eu mais gosto de fazer no cinema:

- 1) UM OU MAIS PERSONAGENS QUE DOMINAM A SITUAÇÃO DOS OUTROS EM CENA;
- 2) UMA TENSÃO ENTRE OS PERSONAGENS QUE AUMENTA ATÉ EXPLODIR;
- 3) O TRABALHO DE TORNAR ENGRACADO ALGO QUE EM GERAL NÃO É. SE O ESPECTADOR DE ALGUMA COISA MUITO ESTRANHA QUE EU ENCONTREI, ELE SE TORNA MEU COMPLICE.

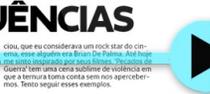
Sempre brinco: "que esse é o filme, que os personagens de meus outros filmes acabaram de ser no cinema. Antes, eu tinha dirigido algumas cenas de ação, mas nunca um filme de ação completo, do começo ao fim."

### TRILHA SONORA

Eu não consigo entender a ideia de terminar um filme, pagar alguém para se-lo e criar uma trilha que não é sua. Penso a música antes de tudo, ao escrever uma música me dá a ideia de como construir sequências sonoras. A vantagem do meu método é que trabalho com trilha já próximas dos maiores compositores do mundo — Ennio Morricone, Luis Schifano, John Barry — e não tenho nem que lidar com eles.

### AS INFLUÊNCIAS

Gosto de muita coisa no cinema americano: Scorsese, Howard Hawks, Samuel Fuller, Robert Aldrich, Sam Peckinpah, George Romero. E uma série de músicos: Sergio Leone em primeiro lugar, e também Mario Bava, Dario Argento. Mas se há alguém que realmente me influen-



ciou, que eu considerava um rock star do cinema, esse alguém era Brian De Palma. Adoro De Palma, Sam Peckinpah, George Romero. E uma coisa sempre inspirado por seus filmes: "Peccados de Guerra" tem uma cena notável de violência em que a turma toma conta sem nos apercebermos. Tento seguir esses exemplos.

### A VIDA ANTES DE DIRIGIR FILMES

É importante dizer que eu sempre fui cinefílico, mesmo antes de trabalhar em locadora, contratar-me justamente porque eu era um expert. Não descobri o cinema somente ao entrar na loja.

Figura 37 - Artigo com página em PAN horizontal

### 8.1.7.3 SLIDESHOW E VÍDEO

O processo de criação de slideshows usando o *overlay creator* é bastante simples, basta sobrepor as imagens que serão utilizadas e clicar em slideshow no próprio plugin. Para adicionar vídeo, basta importar o arquivo no formato .mp4 para a página e configurar opções de visualização, como por exemplo, se deseja que o vídeo inicie automaticamente ou não.

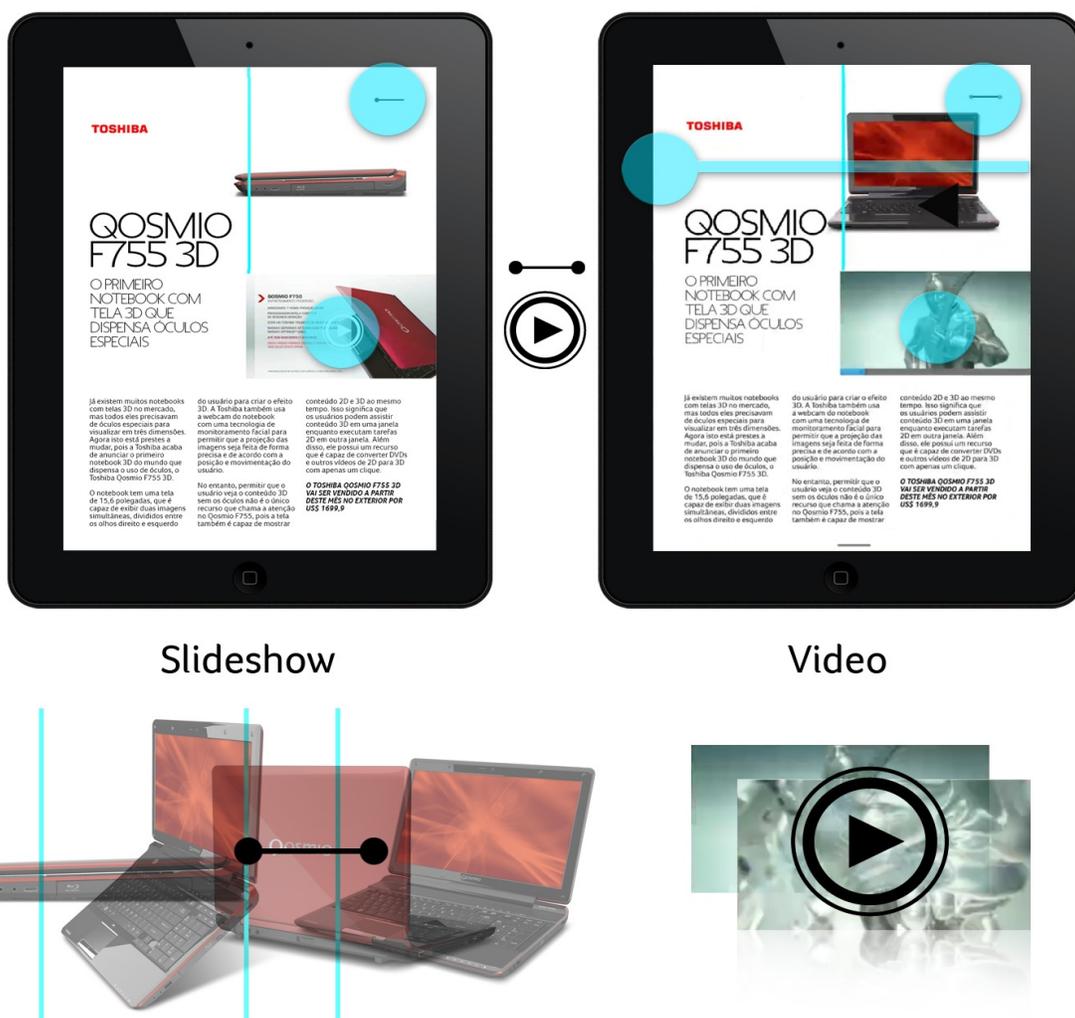


Figura 38- Slideshow e vídeo em artigo da Stroke

### 8.1.7.4 PUBLICIDADE INTERATIVA

A publicidade tem nas revistas digitais o poder de se reinventar ao fornecer produtos e divulgar anúncios de forma dinâmica em tablets. Anúncios esses onde um possível consumidor pode com um toque comprar um produto, ou ver o vídeo mais recente de uma campanha.

Para explorar um pouco a capacidade desse tema, foi introduzido um anúncio fictício da Adidas na Stroke, onde é possível visualizar lançamentos e novidades e na mesma página ter acesso a formas de comprar o produto através da loja interativa.



Figura 39- Anúncio fictício da Adidas. Loja interativa

## 8.1.7 Estrutura

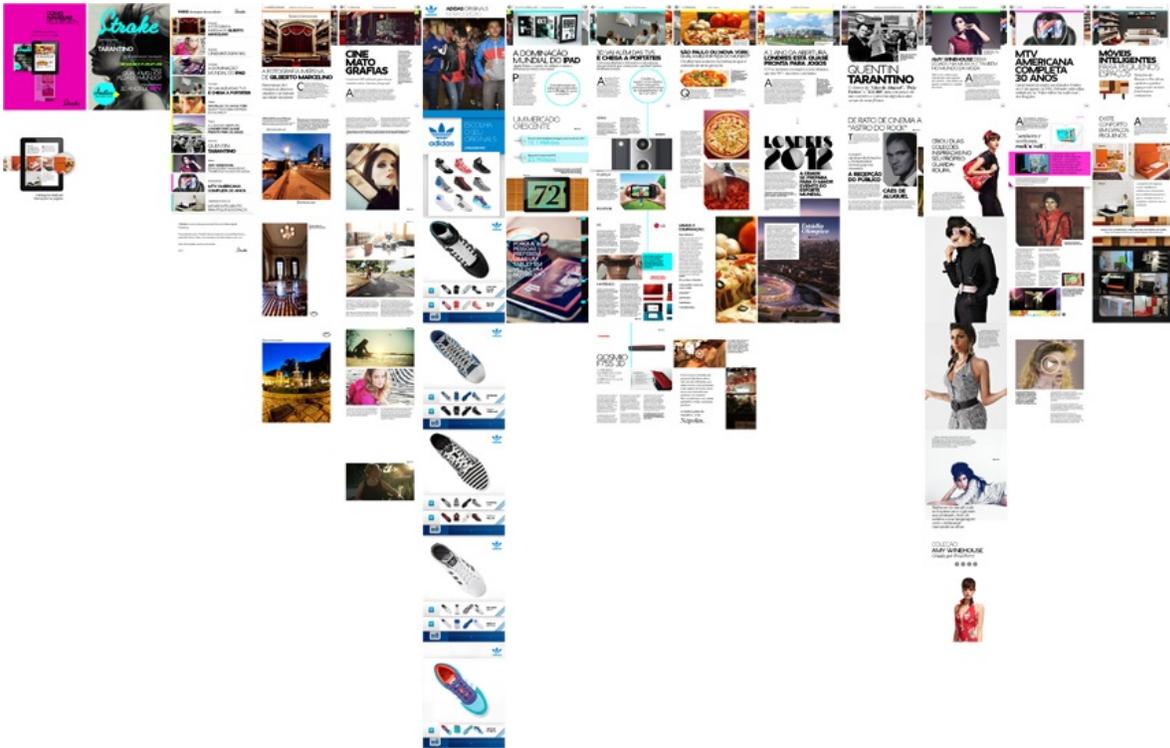


Figura 40 - Mapa da revista

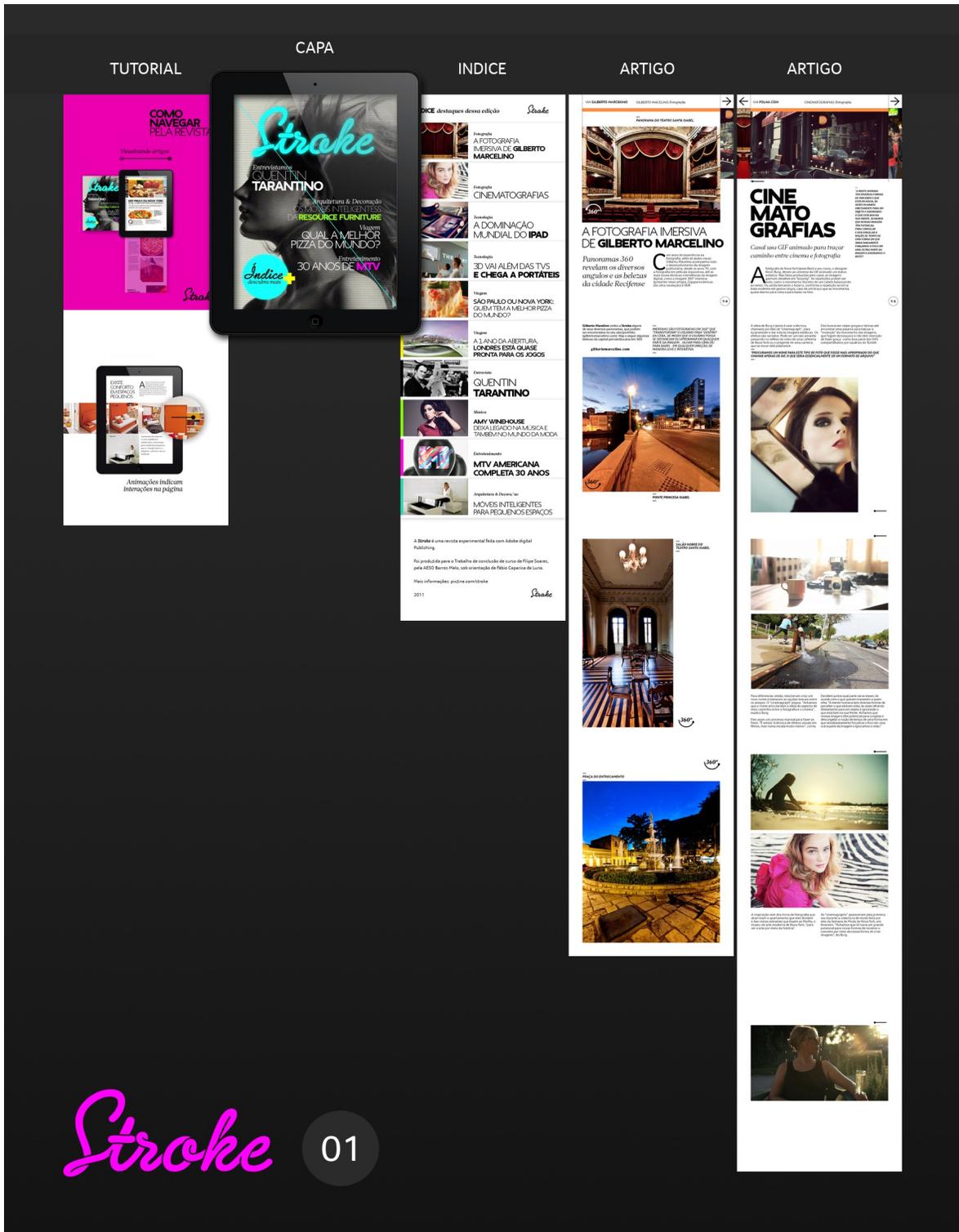


Figura 41 - Espelho da revista - Parte 1



02

Stroke

Figura 42 - Espelho da revista - Parte 2

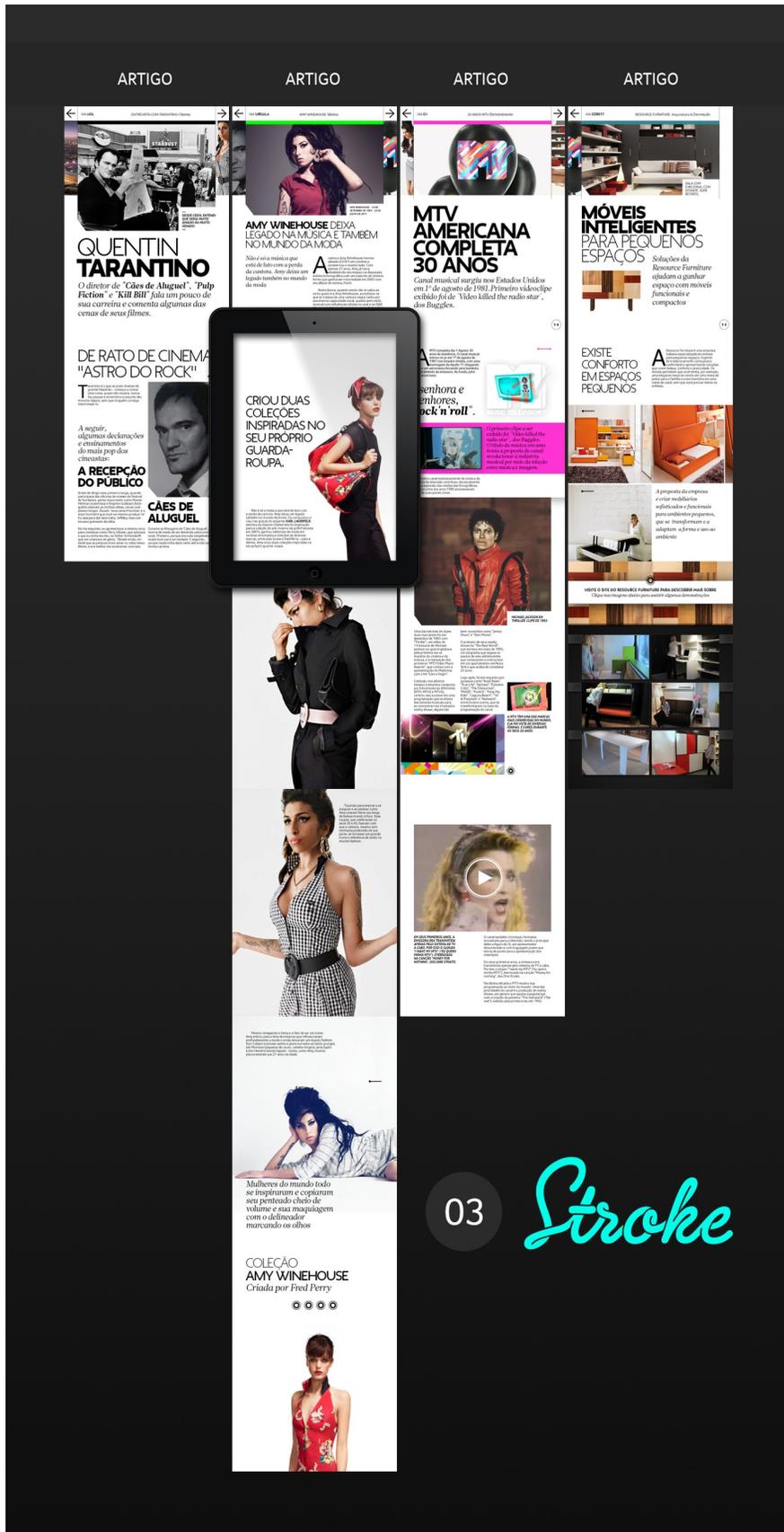


Figura 43 - Espelho da revista - Parte 3

### 8.1.7.1 Tutorial

Para facilitar a navegação e imersão de do novo usuário da tecnologia no meio das revistas digitais, a Stroke quando iniciada exibe um vídeo tutorial explicando o sistema de navegação da revista de forma prática.



Figura 44 - Tutorial explicativo do sistema de navegação da Stroke

## 8.1.7.2 Índice

Foi criado um menu de acesso rápido aos artigos da revista com conteúdo separado pela cor de cada seção.

ÍNDICE destaques dessa edição		Strake
	Fotografia A FOTOGRAFIA IMERSIVA DE <b>GILBERTO MARCELINO</b>	
	Fotografia CINEMATOGRAFIAS	
	Tecnologia A DOMINAÇÃO MUNDIAL DO <b>IPAD</b>	
	Tecnologia 3D VAI ALÉM DAS TVS E <b>CHEGA A PORTÁTEIS</b>	
	Viagem SÃO PAULO OU NOVA YORK: QUEM TEM A MELHOR PIZZA DO MUNDO?	
	Viagem A 1 ANO DA ABERTURA, LONDRES ESTÁ QUASE PRONTA PARA OS JOGOS	
	Entrevista <b>QUENTIN TARANTINO</b>	
	Música <b>AMY WINEHOUSE</b> DEIXA LEGADO NA MÚSICA E TAMBÉM NO MUNDO DA MODA	
	Entretenimento <b>MTV AMERICANA COMPLETA 30 ANOS</b>	
	Arquitetura & Decora;ão MÓVEIS INTELIGENTES PARA PEQUENOS ESPAÇOS	

Figura 45 - Menu de acesso rápido

### 8.1.7.3 Artigos

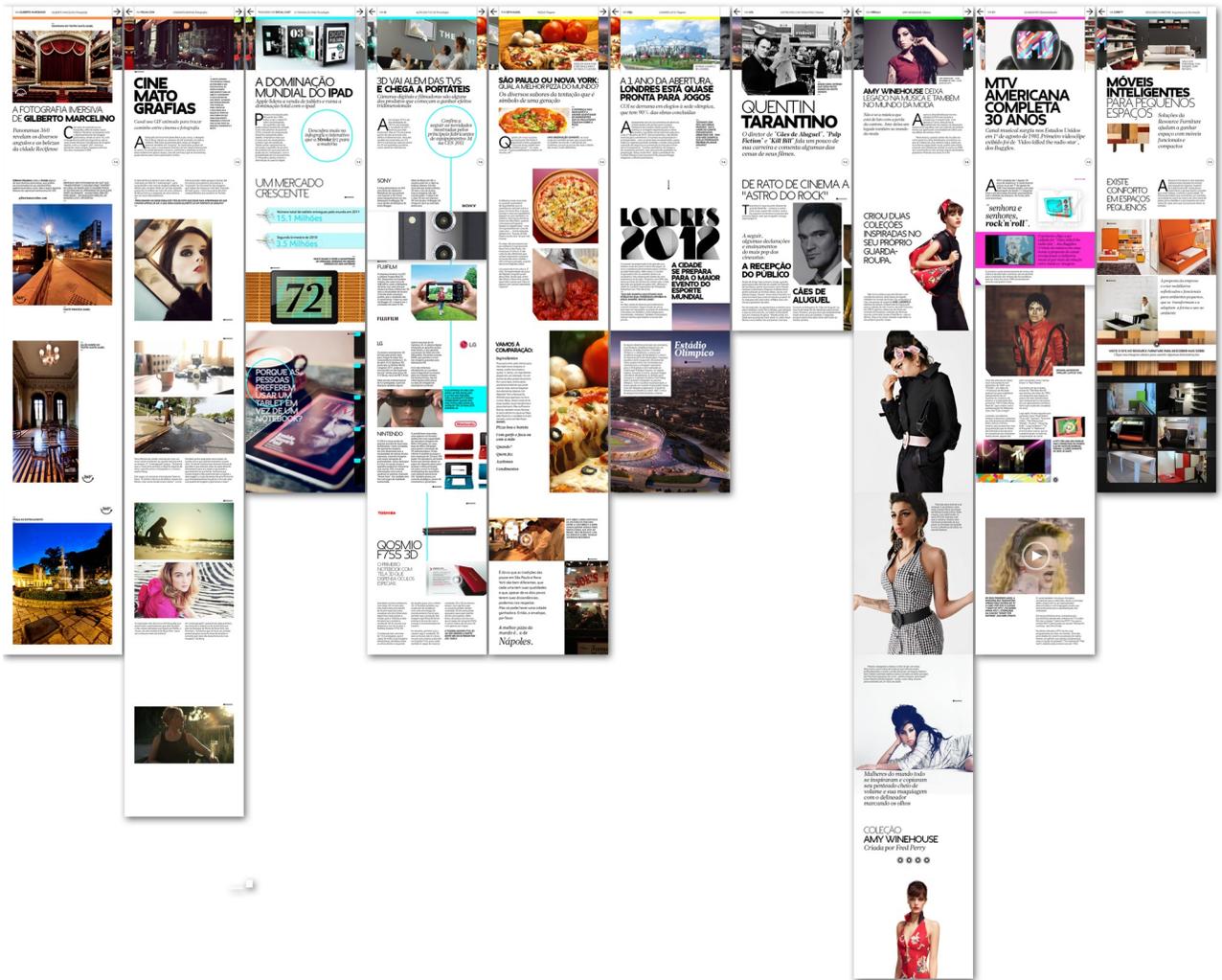


Figura 46 - Artigos da Stroke

## 9. Conclusões

Criar para novas mídias é sempre um trabalho complexo, pois é preciso uma busca constante por informação e novidades sobre o meio. Esse projeto foi dificultado pela incerteza da ferramenta escolhida para execução da revista, mesmo sendo a melhor opção, a solução da Adobe ainda estava incompleta e com um futuro incerto. Foi preciso muita dedicação para entender todo o processo, pois a assimilação se dava apenas pela ajuda mútua entre os outros desenvolvedores cadastrados no fórum da Adobe.

Hoje, já é possível contar com a ferramenta em sua versão final, e foi bom poder participar do processo e ter a certeza de que o melhor ainda está por ser feito, e que cabe a esse projeto expandir e criar um mercado local para revistas digitais.

O planejamento e interesse pelo assunto é maior que o projeto em si, pois é essa vontade de mudar e acrescentar algo a profissão que faz essa revista tentar ser referência local de publicação digital.

## 10. Trabalhos futuros

Pretende-se com esse trabalho direcionar o setor criativo da RGA Comunicação, empresa na qual trabalho desde Janeiro de 2011 como diretor de arte, a uma nova forma de comunicação digital, começando com a criação de um portfólio digital no *tablet*, desenvolvido em forma de revista, que será oferecido ao atendimento para divulgação de campanhas entre os clientes. Mais adiante, com a adesão do projeto por parte da empresa, pretende-se elaborar revistas para clientes específicos, com fins promocionais, oferecendo também, espaço para propaganda em revistas já existentes.

*[Pense num workshop de como fazer revistas digitais para tablets.]*

## BIBLIOGRAFIA

PREECE, Jenny; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de Interação**. Bookman, 2005.

LUPTON, Ellen; STOLARSKI, André. **Pensar com tipos: Guia para designers, escritores, editores e estudantes, Ed. 2**. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2006.

HURLBURT, Allen. **Layout – O Design da página Impressa**. São Paulo: Nobel, 2002.

HENDEL, Richard. **O Design do Livro**. São Paulo: O Ateliê Editorial, 2003.

BRINGHUST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**, 3ed. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

VILLARES, Fábio. **Novas mídias digitais (audiovisual, games e música): Impactos políticos, econômicos e sociais**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001

AMBROSE, Garvin. **Design básico: Grids**. Porto alegre: Bookman, 2009

# ANEXOS

## Anexo 1

### Pesquisa sobre usuários e não-usuários de tablets e suas experiências

Já teve alguma experiência com alguma revista digital?

- Sim  
 Não

Possui um tablet?

- Sim  
 Não

Possui interesse em adquirir um tablet?

- Sim  
 Não

Qual tablet compraria?

- Ipad 1 ou 2  
 Motorola Xoom  
 Nook Color  
 Samsung Galaxy Tab  
 Other:

Qual a sua forma preferida de leitura?

- Papel  
 Tela

Substituiria uma edição impressa de uma revista por uma mesma edição para ipad que ofereça recursos de interação tais como vídeos, galerias de imagens e mapas interativos?

- Sim  
 Não

Pagaria por uma revista para tablet, sabendo que a mesma possui um preço menor que a convencional impressa?

- Sim  
 Não

Qual experiência abaixo mais lhe atrai em relação ao conteúdo em tablets?

- Vídeos  
 galerias de imagens  
 Infográficos  
 Conteúdo estático

Qual a melhor forma de visualização de uma revista digital?

- Revista que simule a experiência do folhear de páginas  
 Revista que fuja do conceito impresso e tenha seu próprio sistema de navegação

Que eletrônico usa para ler em tela?

- Kindle  
 Computador pessoal  
 Smartphone  
 Tablet

Com relação ao conteúdo de uma revista digital, O que prefere?

- Textos longos e poucos recursos interativos  
 Textos curtos e muito conteúdo interativo  
 Textos longos e muitos recursos interativos  
 Textos curtos e pouco conteúdo interativo

Com relação ao conteúdo de uma revista digital, O que prefere?

- Textos longos e poucos recursos interativos  
 Textos curtos e muito conteúdo interativo  
 Textos longos e muitos recursos interativos  
 Textos curtos e pouco conteúdo interativo

Quanto a exibição de publicidade, uma revista digital oferece diversos recursos de interação com as propagandas. A campanha seria mais atraente aos seus olhos caso ofereça recursos multimídia?

- Sim  
 Não  
 Indiferente

Qual sua idade?

- Menos de 18 anos  
 Entre 18 e 25 anos  
 Entre 25 e 35 anos  
 Entre 35 e 45 anos  
 Mais de 45 anos

Powered by [Google Docs](#)