**Design editorial em instrumentos de comunicação dirigida**

Thales Balbino[[1]](#footnote-1); Jamile Paiva[[2]](#footnote-2); Josilene Ribeiro[[3]](#footnote-3);

Centro de Comunicação, Turismo e Artes – CCTA;

Departamento de Comunicação e Turismo – Decom – MONITORIA.

**Resumo:** Ao trabalhar a comunicação estratégica nas organizações, os profissionais de relações públicas utilizam, entre outros, os instrumentos de comunicação dirigida, que podem ser escritos, orais, aproximativos ou auxiliares. A comunicação dirigida escrita é o principal foco da disciplina e a monitoria direcionou seus esforços neste sentido, colaborando para a construção de publicações institucionais. Apesar de ser uma exigência do mercado, a preocupação com os projetos gráficos das publicações é pouco explorada durante a formação acadêmica. A monitoria utilizou a interdisciplinaridade através de conceitos do design gráfico e editorial, casos de sucesso e sua experiência na área para transmitir essa preocupação aos alunos. Durante a construção do trabalho final da disciplina, os conceitos e dicas expostos foram utilizados, resultando em publicações com eficientes projetos gráficos, em sintonia com os projetos editoriais e as identidades das organizações trabalhadas.

**Palavras-chave:** design editorial; comunicação dirigida; relações públicas.

**1 Introdução**

Para cumprir o objetivo de criar e manter boas relações entre determinada organização e seus públicos, as relações públicas utilizam diversos instrumentos. Entre eles estão os de comunicação dirigida, que têm a finalidade de transmitir, conduzir e algumas vezes recuperar informações, para estabelecer comunicação limitada, orientada e frequente com um número selecionado de pessoas homogêneas e conhecidas e assim, construir um relacionamento efetivo com os públicos (FORTES, 2003; ANDRADE, 2005; CESCA, 2006).

Objetos de estudo da disciplina Laboratório de Comunicação Dirigida II - LCD II, os instrumentos de comunicação dirigida são classificados por Andrade (2005) e Fortes (2003) em quatro grupos: escritos, orais, aproximativos e auxiliares. As programações com os públicos ocupam inicialmente os veículos de comunicação dirigida escrita, que por sua vez asseguram uma durabilidade maior das informações veiculadas e servem como material de referência para diversos grupos (FORTES, 2003). Entre os instrumentos de comunicação dirigida escrita estão os jornais, revistas e boletins, que juntos com outros tipos de publicações institucionais, foram estudados e produzidos na disciplina.

Para a produção de uma publicação institucional é necessário inicialmente apresentar o contexto da organização, os objetivos que a empresa pretende atingir com o instrumento e alinhar os objetivos da publicação com essa realidade. Em seguida é elaborado o projeto editorial, onde se encontram as informações que norteiam a publicação durante sua existência: temas a serem abordados, editorias, linguagem utilizada, periodicidade etc. Junto com o projeto editorial, também é elaborado o projeto gráfico da publicação, onde são definidos formato, cores, formas e tipografias a serem utilizadas, com base nos estudos do design gráfico e editorial.

As publicações institucionais podem tratar sobre diversos assuntos, sejam diretamente relacionados aos acontecimentos da organização ou sobre temas que se relacionem com seu negócio ou valores. Por este motivo, segundo a ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS DO BRASIL (2002), elas são o ponto de contato entre o universo da identidade corporativa e o design editorial. Ou seja, ficam no limite entre a identidade das instituições que as editam e uma identidade própria. Sendo assim, a tarefa mais complicada costuma ser a de equilibrar as doses de padronização e de novidade na linguagem gráfica da publicação institucional.

Apesar dessa dificuldade e da necessidade de qualidade nos projetos gráficos para o sucesso das publicações, o assunto geralmente é abordado timidamente no curso de relações públicas. Diante desse contexto, a monitoria da disciplina LCD II direcionou seus esforços para colaborar com a criação e despertar os alunos à importância de bons projetos gráficos para, aliados aos projetos editoriais, tornarem as publicações institucionais instrumentos eficazes de comunicação dirigida em relações públicas.

**2 Objetivos**

* Disseminar a importância do design editorial para os instrumentos de comunicação dirigida em relações públicas;
* Colaborar com a criação de bons projetos gráficos para publicações institucionais.

**3 Descrição Metodológica**

 Utilizando de recursos audiovisuais foi possível expor os componentes de um projeto gráfico: formato, tipografia cores e formas, resaltando a função de cada um para obter uma identidade própria, mas alinhada à da organização, além de apresentar casos de sucesso através de publicações impressas e virtuais.

 Foram apresentados também trabalhos de autoria do monitor, que compartilhou suas experiências adquiridas no próprio curso de relações públicas, como também de design gráfico que cursara no Instituto Federal da Paraíba (IFPB) e no estágio na Companhia Paraibana de Gás (PBGÁS), onde desenvolveu os projetos editorial e gráfico do informativo oficial da companhia;

 Para a produção de uma publicação para uma instituição real como trabalho final da disciplina, houve a indicação e explanação dos *softwares* de editoração eletrônica disponíveis para a criação de projetos gráficos e diagramação e acompanhamento junto à professora-orientadora do processo de criação e produção dos trabalhos.

**4 Resultados**

 Os objetivos propostos foram alcançados, visto que os alunos da disciplina se empenharam em entregar o trabalho final com um projeto gráfico bem feito e que transmitisse o que era sugerido no projeto editorial, aliados a identidade organizacional.

 Além disso, foi possível avaliar que a estética da maioria dos trabalhos finais era visualmente agradável e estava de acordo com os objetivos indicados anteriormente pelos alunos.

**5 Conclusão**

 A participação da monitoria na disciplina LCD II possibilitou a utilização da interdisciplinaridade como estratégia de colaboração no processo de ensino-aprendizagem. A explanação do design editorial nos instrumentos de comunicação dirigida contribuiu para que os alunos da disciplina agregassem conhecimentos que são exigidos no mercado de trabalho, mas nem sempre são estudados profundamente nas disciplinas do curso. Portanto, a inclusão do programa de monitoria na disciplina LCD II contribuiu de forma eficaz para a formação profissional dos estudantes envolvidos.

**Referências**

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender relações públicas**. 4.ed. São Paulo: Loyola, 2005.

ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS DO BRASIL. **O valor do design**: Guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002.

CESCA, Cleuza G. Gimenez. **Comunicação dirigida escrita na empresa**. 4.ed. São Paulo: Summus Editorial, 2006;

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico**: Teoria e Prática da Diagramação. São Paulo: Summus Editorial, 2006;

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas**: processo, funções, tecnologia e

estratégias. 2.ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003;

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Jornalismo empresarial**: Teoria e Prática. 4.ed. São Paulo: Summus Editorial, 1984.

1. Monitor-bolsista; [↑](#footnote-ref-1)
2. Professora-orientadora; [↑](#footnote-ref-2)
3. Coordenadora do projeto. [↑](#footnote-ref-3)