

UNIDADE 5

FERRAMENTAS E ASPECTOS ESSENCIAIS DA EDITORAÇÃO

5.1 OBJETIVO GERAL

Apresentar os aspectos essenciais da editoração.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Esperamos que, ao final desta Unidade, você seja capaz de:

- a) identificar os principais aspectos relacionados à composição gráfica;
 - b) apontar os principais tipos de publicações e compreender a sua classificação;
 - c) descrever os principais aspectos relacionados ao planejamento visual de uma publicação;
 - d) apresentar um método que sistematize o processo de editoração.
-

5.3 INTRODUÇÃO

É importante que o responsável pela editoração de materiais editoriais seja capaz de perceber que a sintaxe visual existe e que ela fornece linhas gerais para a produção de composições. Quando lançamos mão de técnicas compositivas no processo de editoração, fazemos isso com o objetivo de dar acesso à informação.

Lidwell, Holden e Butler (2010) apresentam um dos princípios universais do design chamado *efeito estética e usabilidade*. Esse princípio menciona que o usuário sente que os designs estéticos parecem mais fáceis no momento da utilização, sendo eles mais fáceis ou não. Por outro lado, um design sem apelo estético produz um tipo de interação que tanto estreita o raciocínio quanto sufoca a criatividade (Figura 27).

Figura 27 – Observe como a capa do jornal *The New York Times* de 1914 tinha um baixo apelo estético, se comparada às capas dos jornais de grande circulação de hoje em dia



Fonte: Wikimedia commons (2006).²⁷

No contexto atual, grande parte das publicações é projetada para o meio digital. Nesse sentido, o desenvolvimento de uma interface vai muito além do fator estético, pois implica facilitar a leitura da página, posicionar a marca e, principalmente, dar acesso às funcionalidades em um sistema.

Percebe-se aqui que, ao entender não só os fundamentos da linguagem visual, como também as técnicas de composição, o editor potencializa a capacidade de projetar interfaces com um forte apelo estético e, conseqüentemente, com uma boa usabilidade.

²⁷ Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:New_York_Times_1914-07-29.jpg>.

5.4 A COMPOSIÇÃO DAQUILO QUE VEMOS

O processo de editoração é composto por decisões racionais e conscientes, que podem ser analisadas, e também de decisões subconscientes, que decorrem da prática e da criatividade. As decisões racionais são tomadas com base no conhecimento explícito – adquirido a partir do estudo – dos fundamentos da linguagem e das leis de composição. No exercício da decisão racional, aplica-se também, mesmo que de forma subconsciente, o conhecimento tácito. Esse conhecimento contribui para o processo, permitindo que a experiência facilite tomadas de decisão ao longo do projeto. Quanto mais rica e investigativa for a experimentação, mais repertório e agilidade no processo o bibliotecário terá.

Conhecimento tácito

Aquele conhecimento que é executado e exercido na ação prática. Ver mais em: <http://www.pucsp.br/icom/ingles/downloads/papers/TL_013.pdf>.



Entre as decisões racionais que devem ser tomadas no processo de editoração de um projeto, encontram-se as questões relacionadas aos fundamentos da linguagem visual. *Dondis* (2007) destaca que a base teórica desses fundamentos é a crença de que o todo é formado por partes independentes que interagem entre si. Assim, o projeto de uma publicação, ou de qualquer representação gráfica, consiste em compreender como os elementos gráficos podem se relacionar em um espaço ou em uma área definida.



5.4.1 Atividade

Como você define o “efeito estética e usabilidade”? De que forma esse efeito impacta no processo de editoração de um periódico científico?

Resposta comentada

Quando o leitor, seja de um periódico impresso, seja de interface, se depara com um produto de alta ordem gráfica – estética refinada –, as possibilidades de utilização e aceitação desse material são potencializadas. A organização da informação em um espaço deve seguir princípios compositivos. O processo de editoração de periódicos científicos deve contemplar o aperfeiçoamento gráfico com vistas a torná-lo esteticamente agradável.

5.4.2 Fundamentos básicos da percepção gráfica

Uma tomada de decisão racional, no que tange à linguagem visual, parte do seguinte pressuposto: sempre que algum produto editorial é projetado, construído, a substância visual básica daquilo que vemos advém de um número reduzido de elementos.

Os elementos básicos da mensagem visual são descritos por *Dondis* (2007) na seguinte ordem: o **ponto**, unidade mínima, o indicador e marcador de espaços; a **linha**, a articuladora incansável da forma, tanto na liberdade de um esboço quanto na rigidez de um desenho técnico; a **forma**, constituída em suas representações básicas: círculo, triângulo, quadrado e todas as suas infinitas variações de planos e de dimensões; a **direção**, o impulso de movimento; o **tom**, definido pela presença ou a ausência de luz, que nos possibilita enxergar; a **cor**, o componente cromático do tom, o elemento visual mais expressivo e emocional; a **textura**, subdividida em tátil ou óptica e que se traduz na superfície dos materiais visuais; a **escala** ou **proporção**, a medida e o tamanho relativos; a **dimensão** e o **movimento**, ambos implícitos e representados com a mesma frequência. É a partir deles que se planejam e se representam todas as variedades de manifestações visuais.

Consoante *Dondis* (2007), fomos alfabetizados na linguagem verbal, mas ainda somos analfabetos na visual. O autor esclarece que, mesmo não parecendo, esta linguagem também tem uma disposição, ou seja, uma forma e uma ordenação adequadas, regidas por regras. Cabe ao diagramador usá-las de maneira inteligente, visto que as decisões compositivas facilitarão ou dificultarão o entendimento de uma informação.

O verbal, conforme *Dondis* (2007), tende a separar, a nacionalizar, enquanto que o visual tende a unificar. A linguagem é mais complexa, mais difícil; já o visual é mais rápido, “tem a velocidade da luz”, além de poder ser traduzido instantaneamente em diferentes tipos de ideias. Por esse motivo, para a autora, a compreensão tanto da natureza do visual quanto de seu funcionamento estabelece a base de uma linguagem poderosa, uma vez que ela vai além das barreiras dos idiomas, das culturas e das épocas.

Quando se projeta um espaço, tudo deve ser feito com critério. Todos os elementos devem ser dispostos de forma lógica e racional. Eles devem atender à necessidade informacional do usuário. *Fonseca* (2008) afirma que, quando se manipulam os elementos da linguagem visual de maneira criteriosa, o resultado é um arranjo harmonioso, agradável, atraente, lógico, confortável e, se possível, surpreendente.

Entre os fundamentos da linguagem visual, é importante que se entenda o que *Fonseca* (2008) define como “organização compositiva”. Esse fundamento constitui-se na organização dos elementos da composição e pode transmitir intencionalmente uma aparência. Para o autor, (2008), essa impressão é resultante da organização de “forças visuais”, as quais seguem algumas leis básicas. Essas leis não são exclusivas da expressão visual, porquanto podem ser encontradas na música, na literatura e na poesia.

A unidade é uma dessas leis. Ela assegura a harmonia viva e tonal entre linguagem e significado, conteúdo e forma. As outras são a lei da variedade e do interesse, a lei da ênfase e da subordinação e a lei do contraste e do conflito.



Fonseca (2008) ainda destaca que a aplicação criteriosa dessas leis é feita por meio dos “efeitos de ritmo” ou, conforme Dondis (2007), por meio da “organização compositiva”. Dessa forma, efeitos de ritmo, simetria, equilíbrio e intensidade vão tornar clara, agradável e compreensível a linguagem visual, a qual guia o significado intencionado e provoca a reação esperada.

Figura 28 – *Mona Lisa* (1503–1506), de *Leonardo da Vinci*, é um quadro estudado e venerado até hoje, em virtude de suas qualidades estéticas irrepreensíveis, como o equilíbrio e a harmonia da composição



Fonte: *Wikimedia commons* (2011).²⁸

Utilizar o conceito de hierarquia para apontar e exibir as informações mais importantes em uma publicação, segundo *Ambrose* e *Harris* (2009), é algo que pode ser conseguido por meio de escala e de posicionamento. Quando organizamos as estruturas visuais, nós tanto aumentamos a qualidade de visualização e de compreensão de complexidade quanto aprimoramos o processo de conhecimento sobre o sistema.

5.4.3 O que é *Gestalt*?

A maneira como percebemos e como interpretamos determinadas informações é regida por leis, as quais são intituladas Leis da *Gestalt*. *Gomes* (2004) salienta que, a partir dessas leis – unidade, segregação, unificação, fechamento, continuidade, proximidade, semelhança e pregnância da forma –, foi criado o suporte sensível e racional, espécie de ABC da leitura visual, que permite e favorece toda e qualquer articulação analítica e interpretativa da forma. *Dondis* (2007) ressalta o seguinte: grande parte do que sabemos acerca da interação e o efeito da percepção humana sobre o significado visual provém das pesquisas e dos experimentos da psicologia da *Gestalt*.

a) O que significa a palavra *Gestalt*?

O conhecimento da psicologia da *Gestalt* é fundamental para o desenvolvimento de projetos gráficos ou para a preparação de

²⁸ Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mona_Lisa,_by_Leonardo_da_Vinci,_from_C2RMF_retouched.jpg>.

produtos editoriais, tendo em vista que ela está diretamente relacionada com a área da teoria da forma, além de ter contribuição relevante com a área da percepção, da memória, da inteligência, entre outras. O próprio termo *Gestalt* (que vem da Alemanha) significa “configuração”, “figura”, “forma”. A psicologia da *Gestalt* também costuma ser chamada de “psicologia da forma”, “gestaltismo” ou, simplesmente, “*Gestalt*”.

b) Qual a origem da *Gestalt*?

Embora o conceito tenha sido primeiramente apresentado por *Christian von Ehrenfels*, foi *Max Wertheimer* quem ficou conhecido como o pai da *Gestalt*. Outros pensadores também apoiaram o gestaltismo, como *Ernst Mach*, *Immanuel Kant* e *Johann Goethe*.

A *Gestalt* foi uma escola de psicologia experimental que se iniciou na Alemanha durante a década de 1920. Os membros dessa escola fizeram pesquisas, envolvendo grupos sociais, com o objetivo de entender as razões do porquê de algumas formas serem percebidas pelo cérebro de maneira mais agradável do que outras. Essas pesquisas ajudaram no entendimento sobre a percepção morfofisiológica das imagens pelo cérebro. Acredita-se que o sistema nervoso central tenha uma região responsável por organizar as mensagens, ou seja, uma região que tente tanto unificar quanto trazer coerência para o que foi visualizado. Pelo que se tem percebido, tal região age de forma espontânea, independentemente de nossa vontade. De forma mais simplificada, quando vemos, pois, um objeto, o nosso cérebro tenta encaixar a imagem em moldes implícitos ou tenta criar mapas estruturais, com o objetivo de organizar a mensagem para que haja um entendimento.

É digno de nota que, quanto a um elemento, quanto mais claro ele for entendido e quanto mais rápido atuarem seus caracteres na percepção dos indivíduos, melhor será a pregnância. Na psicologia da *Gestalt*, pregnância é a base da percepção visual. *Gomes Filho* (2000, p. 36) ressalta que “qualquer padrão de estímulo tende a ser visto de tal modo que a estrutura resultante é tão simples quanto permitam as condições dadas”.

5.4.4 Percepção humana

Segundo *Baxter* (2003), a percepção humana é, em sua maioria, dominada pela visão. Quando falamos do estilo de um produto, referimo-nos ao seu estilo visual, dado que o sentido visual é dominante em relação aos outros sentidos. Sendo assim, o quão atrativo um produto pode ser depende basicamente de seu aspecto visual.

Para entender essa colocação, é necessário que se compreenda melhor a maneira como enxergamos um objeto. Quando a luz emitida por ele penetra em nossos olhos, atinge as células fotossensíveis da retina, gerando um impulso elétrico. Conforme explica *Baxter* (2003), a imagem, a que chamamos de visão, é a interpretação que o nosso cérebro apresenta sobre um conjunto de pequenos impulsos elétricos, que são gerados nas células da retina e conduzidos até o cérebro por meio de células do sistema nervoso. Essas células dividem a imagem visual em diversos componentes, como linhas, cores e movimentos. Esses componentes da imagem, por sua vez, são transmitidos ao cérebro, onde são processados para produzir um significado, podendo ser armazenados na memória para uso futuro.



Quais são as leis da *Gestalt*?

A maneira como a mente humana percebe determinadas formas, facilitando ou não a compreensão de uma informação, é regida pelas leis da *Gestalt*. Essas leis, na infografia, colaboram para uma melhor manipulação dos elementos gráficos a serem utilizados em um infográfico. As leis são as seguintes:

- a) **unidade:** a unidade é como um único elemento que se encerra em si mesmo ou como parte de um todo. Pode ser também compreendida como um conjunto de objetos que configuram o “todo”;
- b) **segregação:** compreende a capacidade perceptiva de separar, identificar, evidenciar ou destacar unidades em um conjunto, ou no “todo”, a partir de relações formais, dimensionais e de posicionamento. É possível também definir níveis de segregação, como for melhor para a análise do objeto;
- c) **unificação:** é a igualdade ou semelhança dos estímulos produzidos por um campo visual. Pode ser verificada quando o objeto de análise, ou alguma de suas partes, respeita os princípios de harmonia e equilíbrio visual;
- d) **fechamento:** diz respeito à formação de unidades. A sensação de fechamento visual da forma é obtida pela continuidade em uma ordem estrutural definida, agrupando-se os elementos de maneira a constituir uma figura total;
- e) **continuidade:** significa a tendência dos elementos de acompanharem uns aos outros, permitindo a continuidade de um movimento para alguma direção. Também é definida como a impressão visual de como as partes se dão, de forma coerente, sem quebras ou interrupções. Segundo *Gomes Filho* (2009), a continuidade com fluidez visual ocorre, quase sempre, no sentido de se alcançar a melhor forma possível do objeto, a forma mais estável estruturalmente, em termos perceptivos;
- f) **proximidade:** quando elementos semelhantes estão dispostos próximos uns dos outros, eles tendem a ser vistos juntos, ou como um todo. Esses elementos possuem maior tendência a serem agrupados e a constituir uma unidade;
- g) **semelhança:** a unidade também pode ser construída por meio de elementos iguais em sua forma ou cor, estabelecendo um agrupamento das partes semelhantes. Assim como na lei de proximidade, os estímulos originados pela semelhança também possuem maior tendência a serem agrupados e a constituírem unidades;
- h) **pregnância da forma:** segundo *Gomes Filho* (2009), um objeto com lata pregnância é aquele que tende espontaneamente para uma estrutura mais simples, mais equilibrada, mais homogênea e mais regular. Apresenta o mínimo possível de complicação visual na organização de suas partes ou unidades compositivas. Portanto,

[...] uma melhor pregnância pressupõe que a organização formal do objeto, no sentido psicológico, tenderá a ser sempre a melhor possível do ponto de vista estrutural. [...] Quanto melhor ou mais clara for a organização visual da forma do objeto, em termos de facilidade de compreensão e rapidez de leitura ou interpretação, maior será o seu grau de pregnância. (GOMES FILHO, p. 36-37).

5.5 O PLANEJAMENTO VISUAL

Editoração envolve o planejamento, a produção e a distribuição de um produto editorial. *Noble* (2013, p. 9) define design como “projetar algo para uma função, propósito ou efeito específico”. Entende-se, nesse sentido, que o processo de editoração é análogo ao de design editorial, pois, em ambos os casos, é necessário considerar não só o conteúdo apresentado como também o suporte utilizado e os prováveis leitores da publicação. Nesse contexto, *Bruno Munari* comenta que o design editorial não é somente projetar a capa de um livro, mas estudar o melhor formato, o tipo adequado de papel, os processos de impressão, as possibilidades de encadernação, a escolha da tipografia em conformidade com o assunto da publicação, a definição da mancha gráfica e sua relação com a página, os elementos de sinalização no projeto editorial, o estilo das ilustrações e assim por diante (MUNARI, 1988).

A principal responsabilidade do projeto editorial, segundo *Hendel* (2003), é a criação de uma plataforma que transmita, realce e clarifique a informação para o leitor. Para *Radfahrer* (2000), ao projetar uma publicação, é importante considerar o conteúdo publicado. Ele afirma que esses dados – estímulos isolados ou fatos independentes –, ao tornarem-se relevantes, transformam-se em informação, que, articulada com a experiência pessoal, passa a fazer parte dela, gerando conhecimento. Sendo assim, o projeto gráfico editorial torna-se fundamental, pois é por meio dele que uma publicação pode apresentar dados organizadamente, contribuir para a disseminação da informação e para a construção do conhecimento. Nesse sentido, *Haslam* (2010) declara que, por meio de técnicas de composição e de planejamento gráfico, definem-se o posicionamento de todos os elementos e o estilo do leiaute de uma publicação. Dessa forma, o design organiza imagens e textos, espaços horizontais e verticais, define a tipografia, bem como a articulação dos parágrafos, de forma a permitir que o leitor se sinta seguro na utilização do produto editorial.

O planejamento visual de uma publicação envolve basicamente a percepção da forma que nosso cérebro utiliza para interpretar uma mensagem, o espaço que possibilita a sua organização, a cor, a tipografia e as imagens.

5.5.1 A forma e o espaço

Na indústria gráfica, o termo *formato* está relacionado tanto a medidas quanto à proporção de uma publicação, sendo determinado pela relação entre a altura e a largura da página. *Samara* (2011) ressalta o papel do formato na experiência do leitor. Ele afirma que o tamanho e os contornos de uma publicação são o pano de fundo para o conteúdo e influenciam nas sensações proporcionadas pelo texto ao leitor.

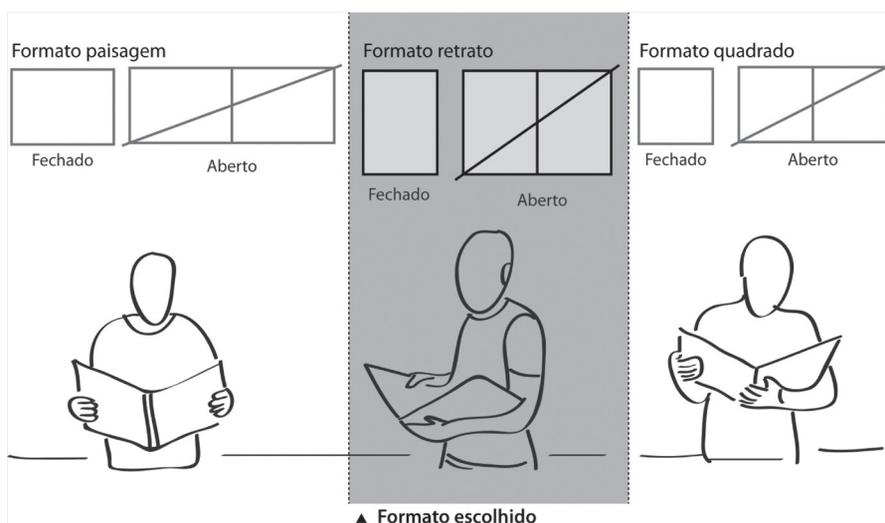
O formato do produto editorial é determinado por sua finalidade. Assim, aspectos relacionados à utilização do produto editorial devem ser investigados e ponderados antes da definição do formato, como por exemplo: revistas muito grandes são difíceis de manusear; por outro lado, revistas muito pequenas dificultam a leitura de textos longos.



Existem alguns critérios que orientam o processo decisório para definição do formato. O primeiro deles é quanto ao conteúdo da publicação. Para a publicação de textos científicos, o mais indicado é utilizar a orientação verticalizada. Esse formato tem forte ligação com a experiência anterior dos leitores em geral. Isso porque as pessoas normalmente são alfabetizadas com materiais didáticos predominantemente verticalizados. Conseqüentemente, esse é também o formato mais comum em publicações.

O segundo critério estabelecido refere-se à usabilidade. Para o estabelecimento do formato de uma publicação, uma boa referência seria o tamanho médio da mão de um adulto. Considerando essa medida, deve-se lembrar que um livro impresso no formato horizontal torna-se difícil de ser manuseado e acaba por requerer o apoio em uma mesa, por exemplo. Já o formato vertical evita o problema de manuseabilidade e permite que a publicação seja utilizada com maior facilidade, principalmente quando o leitor necessitar empunhá-la. A Figura 29 ilustra o manuseio de publicações nos formatos paisagem, retrato e quadrado:

Figura 29 – Tipos de formato e usabilidade relacionada

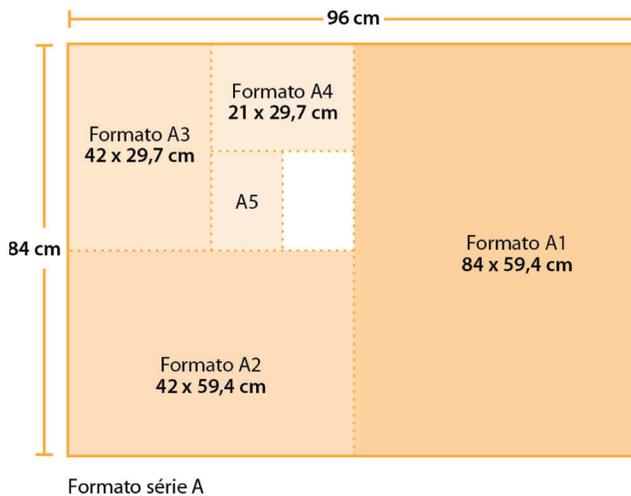


Fonte: produção do próprio autor (2017).

O último critério adotado para definição do formato de uma publicação refere-se ao processo de armazenagem. Esse mesmo critério contribuiu para a definição das dimensões da publicação, uma vez que é preciso também considerar o tamanho médio dos móveis onde os produtos editoriais são alocados. A produção de estantes normalmente considera as dimensões mais comuns de revistas e livros. Assim, tornam-se incômodos os livros produzidos com largura superior a 240 milímetros. O formato retrato e as dimensões de 210 x 280 milímetros são consolidados no mercado editorial de livros e revistas pois apresentam um bom aproveitamento de papel.

Outra questão a ser observada no projeto de uma publicação diz respeito a sua produção. No Brasil, o tamanho do papel é normatizado pela *Organização Internacional de Normatização (ISO)*, em concordância com o que foi proposto pelo *Deutsche Industrie-Normen (DIN)*, em 1922. O formato DIN é fundamentado em um sistema de medidas decimal e de progressão lógica a partir do formato básico "A" (retângulo de um metro quadrado com as dimensões de 0,841m x 1,189m). Os demais formatos que seguem essa convenção são obtidos quando dividimos esse formato básico ao meio, conforme apresenta a Figura 30. Assim, temos os tamanhos A1, A2, A3, A4, A5 etc.

Figura 30 – Formato básico de papel "A0" e seus desdobramentos



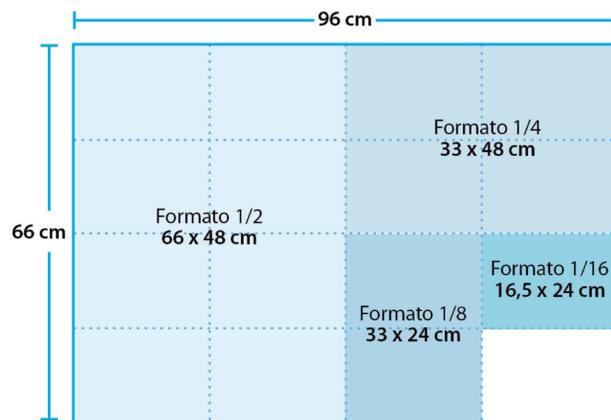
Fonte: produção do próprio autor (2017).

Para haver mais possibilidades de variações de tamanho, tendo em vista a oferta de papel e suas possibilidades de aproveitamento, foram criados mais dois formatos, a Série-B e a Série-C.

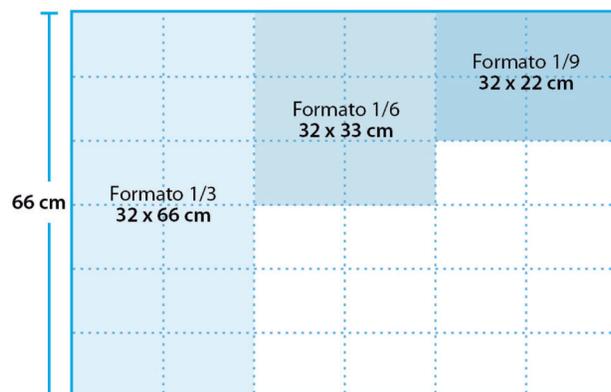
Na indústria gráfica, há dois tipos básicos de impressoras, as que trabalham com folhas planas e as que trabalham com bobinas de papel contínuo. Em especial, no caso da utilização de impressoras planas, que utilizam o papel cortado em folhas, há outras configurações possíveis de papel, por exemplo, o papel "BB" (96 cm x 66 cm). Os papéis são encontrados em uma quantidade gigantesca de opções: papéis finos, grossos, com brilho, sem brilho etc.

A partir da definição do tamanho pretendido para a publicação, é importante que se busque o melhor aproveitamento de papel (Figura 31) em relação aos tamanhos disponíveis no mercado. Essa prática de evitar o desperdício de papel influencia no valor final da produção e minimiza o impacto ambiental.

Figura 31 – Formato “BB” e seus desdobramentos



Formato BB cortado ao meio



Formato BB cortado ao terço

Fonte: produção do próprio autor (2017).

5.5.2 As grades, *grids* ou malhas

O uso da grade (*grid* ou malha) proporciona consistência à publicação, permitindo que o leitor se concentre no conteúdo. A consistência permite que ele aproveite o conhecimento sobre como o design funciona em uma página, para a leitura das demais partes da publicação, o que promove a usabilidade e facilita a aprendizagem. Um design é consistente quando as partes similares do leiaute são expressas de modo semelhante.

Nesse sentido, o uso da grade contribui para a clareza, eficiência, economia e continuidade em uma publicação. Mas, acima de tudo, a grade introduz uma organização sistemática ao leiaute, possibilitando diferenciar os tipos de informação e, principalmente, facilitando a navegação no decorrer do produto editorial.

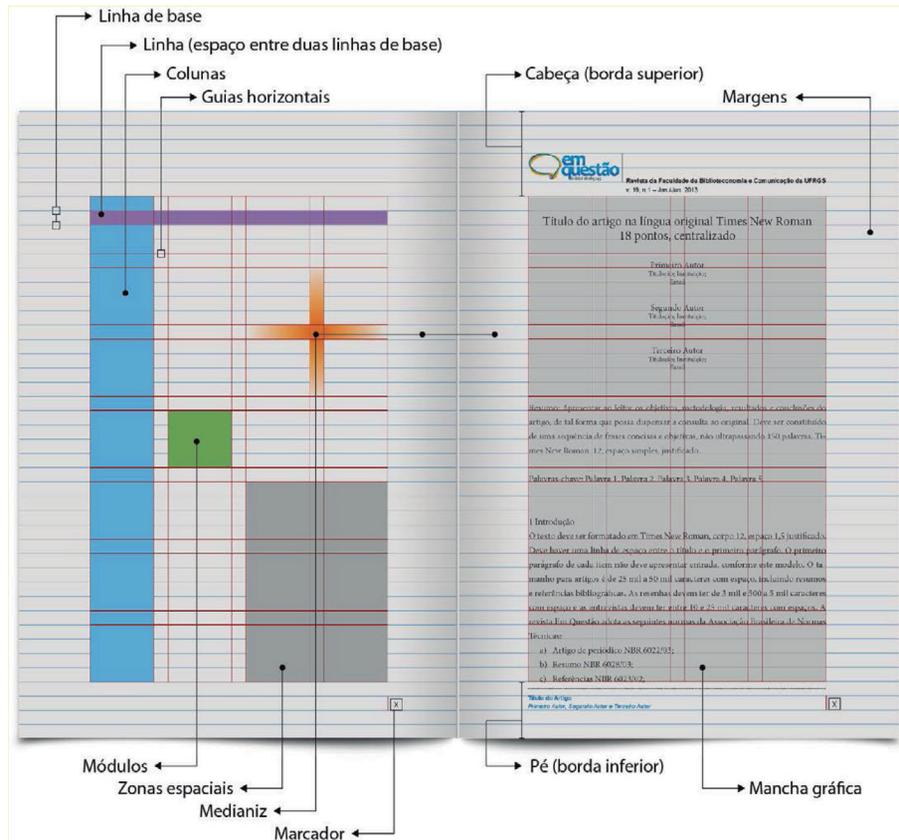
Tondreau (2009) destaca que a grade não tem por objetivo estabelecer a “fúria pela ordem” ou promover um diálogo monótono e enfadonho, como se chegou pensar nos anos 1940, após ter sido amplamente usada por séculos. Nesse sentido, Samara (2007, p. 24) destaca, sobre o uso da grade, que, “mesmo sendo um guia preciso, nunca pode prevalecer sobre a informação. Sua tarefa é oferecer uma unidade geral sem destruir a vitalidade da composição”. Segundo ele, atualmente, os profissionais do design editorial consideram a grade como uma ferramenta basilar para organizar a informação para o leitor.

Toda grade contém as mesmas partes básicas, que podem ser descritas da seguinte forma:

- a) as **margens** são áreas protetoras que fazem oposição ao corpo de uma página (área em que estará localizado o conteúdo principal). Elas estabelecem a tensão na composição, orientam o foco, servem como área de repouso aos olhos e, em alguns projetos, são usadas para apresentar informações secundárias ou de apoio;
- b) as **linhas de base** acomodam o texto e exercem uma influência fundamental sobre sua legibilidade. Quando mal projetadas, prejudicam a estética da composição. O espaço medido de uma linha de base à outra recebe o nome de entrelinhamento;
- c) as **guias horizontais** são definidas pela existência dos módulos. Elas quebram o espaço e ajudam a orientar os olhos no formato, podendo ser usadas para ponto de partida ou pausas para texto e imagens;
- d) as **colunas** são alinhamentos verticais que contêm textos ou imagens. Sua largura e quantidade podem variar de acordo com o conteúdo de uma publicação;
- e) os **módulos** são subdivisões individuais de espaço separadas por intervalos regulares. Quando repetidas, formam colunas e linhas;
- f) as **zonas espaciais** são agrupamentos de módulos ou colunas que podem formar áreas específicas para textos, anúncios, imagens ou outras informações;
- g) os **marcadores** são indicadores de localização, como cabeçalhos, nomes de seções, fólios ou outros elementos que devem ser apresentados de maneira consistente em uma página;
- h) chama-se **medianiz** a margem interna de uma página dupla e também os espaços em branco entre colunas, linhas e módulos;
- i) a **mancha gráfica** é a área onde está localizado o conteúdo principal da página, sendo delimitada pelas margens. A Figura 32 apresenta os elementos da grade:



Figura 32 – Anatomia do grid



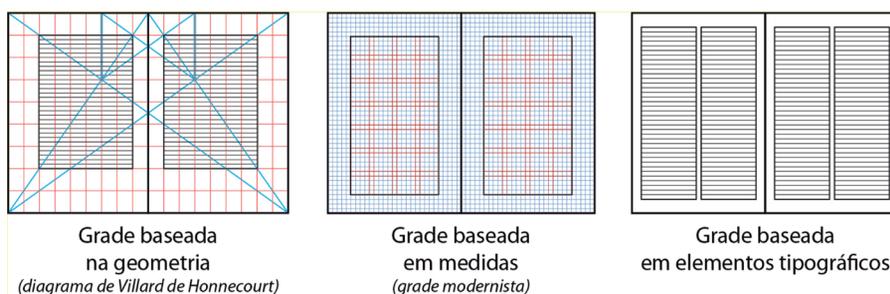
Fonte: produção do próprio autor (2017).

Para Haslam (2010), há três maneiras distintas de se desenvolver uma grade. A primeira é fundamentada na geometria. Nesse modelo, a grade é desenvolvida a partir de relações áureas, como é o caso do diagrama *Villard de Honnecourt*, ou do uso de unidades relacionadas às dimensões da página e suas proporções originais. Um bom exemplo desse modelo é a grade nomeada “Retângulo raiz quadrada”, em que um retângulo é subdividido em outro menor, que apresenta as proporções de altura e largura do retângulo original.

O segundo tipo de grade é a fundamentada em unidades de medida: milímetros, polegadas, pontos etc. A essa grade deu-se o nome de “Modernista”. Esse modelo, pensado originalmente por *Jan Tschichold*, um dos pioneiros do modernismo tipográfico, busca determinar a posição de todos os elementos em uma página – texto e imagem – por meio de um cálculo racional para melhor aproveitamento do espaço (HASLAM, 2010). Segundo *Müller-Brockmann* (2012), esse modelo relaciona-se diretamente com a linha de base estabelecida.

Por fim, a terceira maneira de desenvolver uma grade é estruturá-la a partir de elementos tipográficos. Diferentemente dos modelos anteriores, que concebem a grade do geral para o particular – de fora para dentro (do formato ao detalhe tipográfico) –, este modelo visa estabelecer uma grade de dentro para fora. Para que isso seja feito de maneira correta, *Haslam* (2010) recomenda a implementação de uma fatoração em que a largura final das margens é definida a partir da compreensão do espaço necessário para acomodar texto e imagem. Para o autor, essa seria uma prática comum a profissionais especializados em composição tipográfica manual.

Figura 33 – Tipos de grade



Fonte: produção do próprio autor (2017).

5.5.3 Tipografia

Bringinghurst (2011, p. 181), falando sobre a importância da tipografia no projeto editorial, argumenta assim: “talvez 50% do caráter e da integridade de uma página estejam em suas letras”. *Samara* (2011, p. 30) enfatiza essa informação quando fala que, “ao criar o design de uma publicação, um dos maiores focos é a tipografia”. Por ter tanta importância em um projeto editorial, a escolha tipográfica não pode ser feita de maneira aleatória. Tal escolha deve respeitar critérios como: os níveis de informação de uma publicação, o idioma a legibilidade e o gênero da publicação, a adequação ao objetivo comunicacional, o processo reprodutivo que será utilizado, entre outros.

Por exemplo, a fonte *Times New Roman* foi desenhada originalmente por *Victor Lardent*, em 1931. De eixo humanista e peso barroco, possui um acabamento preciso e proporciona uma ótima legibilidade. Esta é, segundo *Bringinghurst* (2011, p. 108), uma fonte extremamente simples e que “deve ser tratada com grande discrição, formalidade e cuidado”. É adequada a um periódico científico na medida em que não possui individualidades significativas, desse modo evidencia a informação apresentada na página.

A escolha do tamanho do corpo de texto em uma publicação também deve levar em consideração alguns critérios. Os principais são: o público leitor, o objetivo comunicacional, o processo reprodutivo, as condições de visualização, os níveis de informação da publicação e, principalmente, a sua legibilidade. Em publicações científicas, é muito comum a utilização de recomendações da ABNT.

Bringinghurst (2011) argumenta que as margens devem emoldurar e proteger o bloco de texto de forma que facilitem a visualização do conteúdo por parte do leitor. Para isso, e também para permitir uma boa leitura, a linha de texto deve estar bem dimensionada. É papel das margens delimitar esse tamanho. Uma boa coluna deve ter linhas entre 50 e 70 toques, com isso, tem-se uma média de, aproximadamente, 8 a 12 palavras por linha.

Haluch (2013, p. 59) recomenda: “não sufoque a página”. Conforme a autora, uma boa página de texto deve ter entre 30 e 40 linhas. *Haslam* (2010) confirma a ideia de *Haluch* quando recomenda que não se projetem colunas muito profundas. Para o autor, uma página com muitas linhas empobrece a experiência do leitor.

5.5.3.1 Hierarquia tipográfica

A hierarquia tipográfica advém da seleção de tipos de letra em tamanho, cor e peso diferentes, combinados à grade. Em uma publicação, esse contraste tipográfico causa interesse e confere importância visual a uma área da composição. Na navegação pelas informações de uma publicação, a hierarquização tipográfica auxilia o leitor – organizando o conteúdo a partir da criação de títulos, subtítulos e destaques no texto – e cria consistência na publicação. A consistência permite que o leitor navegue pelo conteúdo mais rapidamente a partir da compreensão de sua estrutura.

Há várias possibilidades de se criar uma hierarquia, algumas um tanto complexas, como as que usam escala modular baseada na série de *Fibonacci*, em que cada número subsequente corresponde à soma dos dois anteriores. Mas há uma maneira simples comumente usada na maioria dos projetos editoriais. Ela consiste em, conforme *Haslam* (2010), usar os títulos maiores e mais pesados que o bloco principal de texto. Nesse caso, títulos menores podem ser usados para se conseguir uma hierarquia por meio do uso do espaço, posição, peso e cor.

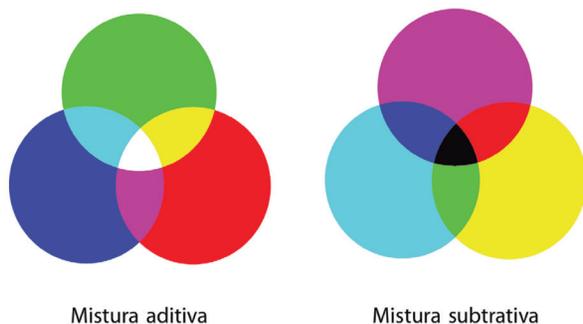
5.5.4 A cor como informação

A cor é uma ferramenta capaz de transmitir significado e, por isso, tem grandiosa importância na produção editorial. O seu uso em uma publicação oferece infinitas possibilidades. Contudo, para utilizá-la com segurança em um projeto editorial, é necessário compreender suas principais características.

Nós distinguimos as cores em uma publicação a partir de suas qualidades básicas, que são: matiz, saturação, temperatura e valor. A **matiz** diz respeito à distinção entre cores. A **saturação** corresponde à opacidade ou brilho de uma cor. A **temperatura** é a percepção que temos em relação ao calor ou frieza de uma cor. Por fim, o **valor** refere-se ao índice de luminosidade da cor.

Os dois sistemas de cores mais conhecidos são o **aditivo** e o **subtrativo**. O sistema aditivo, definido por cores primárias – que, quando juntas, formam todas as cores do espectro –, é o sistema utilizado por telas (ou monitores) e conhecido como RGB (*red, blue and green* – vermelho, azul e verde). O sistema subtrativo, também conhecido como CMY (ciano, magenta e *yellow*), que é amarelo é baseado em pigmentos (substratos). O nome subtrativo se deve ao fato de que essas cores absorvem mais luz do que refletem – o contrário do sistema aditivo –, ou seja, quanto mais pigmentos forem misturados entre si, mais luz será absorvida, conforme a Figura 34. De forma a melhorar a possibilidade de contraste em uma imagem impressa em CMY, foi adicionado o preto (*black*), de modo que temos a quadricromia CMYK. Esse sistema de cor é o mais utilizado para a impressão de produtos editoriais.

Figura 34 – Sistemas de cor aditivo e subtrativo



Fonte: produção do próprio autor (2017).

5.5.5 Imagens

O uso da imagem contribui tanto quanto o uso da cor ou da tipografia para a mensagem de uma publicação. Em uma página, imagens oferecem um contraponto visual à textura criada pela tipografia e isso ajuda a envolver o público leitor.

Conforme conceituado anteriormente, a editoração é o conjunto de técnicas industriais que estão relacionadas aos processos de produção e de planejamento gráfico e que são empregadas na preparação, execução e distribuição de uma obra editorial. De acordo com a *Associação dos Designers Gráficos do Brasil* (2000), as tarefas de planejamento e de projeto relativas à linguagem visual correspondem à articulação de textos e de imagens, levando-se em consideração as possibilidades de suporte, o conteúdo e o público a que se destina a publicação. O *design* editorial é a área específica do design gráfico que projeta publicações – livros, revistas, jornais – e tem por objetivo trabalhar gráfica e funcionalmente a informação, de modo a solucionar problemas.

5.5.6 Os produtos editoriais

A principal responsabilidade do design editorial, conforme *Hendel* (2003), é a criação de uma plataforma que transmita, realce e clarifique a informação para o leitor. Consoante *Radfahrer* (2000), quando se projeta uma publicação, é importante levar em conta o conteúdo publicado, o que inclui os dados, a informação e o conhecimento. Ele afirma que os dados – estímulos isolados ou fatos independentes –, ao se tornarem relevantes, transformam-se em informação, a qual, articulada com a experiência pessoal, passa a fazer parte dela, gerando conhecimento. Sendo assim, o projeto gráfico editorial torna-se fundamental, pois é por meio dele que uma publicação pode apresentar dados organizados e contribuir tanto para a disseminação da informação quanto para a construção do conhecimento.

Uma publicação pode ter várias finalidades: o entretenimento, a informação, a instrução, a comunicação, a educação ou até mesmo a combinação de todas essas ações. No processo editorial, trabalha-se com diferentes condicionantes, que variam de acordo com o tipo de publicação e com o público a que ela se destina.

Os principais tipos de publicação (Figura 35), segundo as normas NBR 6029/2006 e NBR 2023/2002, são os **livros**, **cartilhas**, **revistas** e os



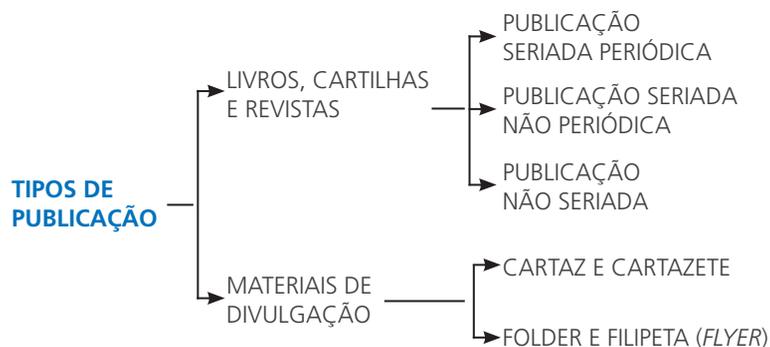
materiais de divulgação. Os livros, cartilhas e revistas são classificados em três tipos: a publicação seriada periódica, a publicação seriada não periódica e a publicação não seriada.

A **publicação seriada periódica** é editada sequencialmente e apresenta especificações numéricas e/ou cronológicas, evidenciando sua continuidade. Essas publicações devem receber um número ISSN, único, replicado em todas as edições. Ademais, a publicação seriada periódica pode ser dividida em dois grandes grupos: o grupo dedicado aos leitores gerais e não especializados e o grupo dedicado aos leitores gerais especialistas. Neste grupo, enquadram-se os periódicos científicos.

A **publicação seriada não periódica** também é editada sequencialmente, no entanto, ela recebe apenas especificações numéricas (não existe a especificação cronológica para a produção do próximo volume). Essas publicações recebem um *International Standard Book Number* (ISBN), número que caracteriza um documento completo.

Por fim, a **publicação não seriada** é editada sem especificações numéricas e/ou cronológicas, porquanto não objetiva a continuidade.

Figura 35 – Tipos de publicação



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Os **materiais de divulgação** (outro tipo de publicação) são produtos que têm por finalidade a agilidade na propagação de informações. Eles são projetados com um número reduzido de informações, a fim de que suas interpretações sejam facilitadas. Eles são organizados em dois tipos: o **cartaz** e o **cartazete** – que se diferenciam, única e exclusivamente, pelo tamanho (o cartaz tem formato A2 e o cartazete tem variações entre A3 e A4) e que recebem impressão em apenas um dos lados, levando-se em consideração o fato de ambos serem usados em paredes e murais – e o **folder** e a **filipeta** – que são produzidos em vários tamanhos e que se diferenciam pelo fato de o folder receber, além de dobras, impressão em ambos os lados da folha, ao passo que a filipeta, mais conhecida como *flyer*, não recebe dobras em seu acabamento.

Conquanto estejam incorporados no grupo dos livros, cartilhas e revistas, os artigos científicos (e outras publicações técnico-científicas) são considerados um meio importantíssimo de divulgação dos resultados daquilo que é produzido em ciência. Esse material é normalmente submetido a publicações em revistas (*journals*) das comunidades científicas. Ademais, os artigos científicos podem ser apresentados em congressos e, futuramente, podem ser publicados nos respectivos anais desses eventos. Os artigos científicos, as notas científicas, os artigos de revisão, os en-

saios, as resenhas e os textos para debate estão incluídos nesta linha de artigos e de comunicados técnico-científicos.

O **artigo científico**, portanto, é elaborado com base em resultados, normalmente inéditos, de uma pesquisa, e tem por finalidade a divulgação desses resultados à comunidade científica. A estrutura e sua apresentação gráfica devem respeitar as normas pré-estabelecidas por cada revista ou congresso.

A **nota científica** é uma publicação de comunicação imediata, breve e original. Normalmente, ela é utilizada para a divulgação de fatos emergenciais, inéditos e de grande relevância para a comunidade científica. A nota não apresenta uma quantidade de informação suficiente para ser considerada um artigo, mas, assim como este, ela garante ao autor a primazia de sua descoberta.

Já o **artigo de revisão** objetiva o aprofundamento acerca de um assunto determinado por meio de uma revisão crítica sobre um tema específico, de forma que se promova o avanço do conhecimento em relação a seu estado atual. Na maioria das vezes, esse conteúdo é solicitado por um conselho editorial de periódico ou recomendado por pesquisadores de determinada área, a partir da constatação da necessidade de uma revisão do assunto.

O **ensaio**, embora não tenha o aprofundamento de um texto científico, busca, de forma organizada, a partir de revisão crítica da literatura, apresentar ideias, argumentos e dados sobre determinado assunto.

O **texto livre** tem por finalidade comunicacional apenas apresentar ideias e opiniões contraditórias sobre determinado assunto.

Por fim, as **resenhas** são textos que apresentam comentários críticos e conceitos de valor a respeito do conteúdo de uma ou mais obras de um mesmo tema.

5.5.6.1 Estrutura e elementos do livro

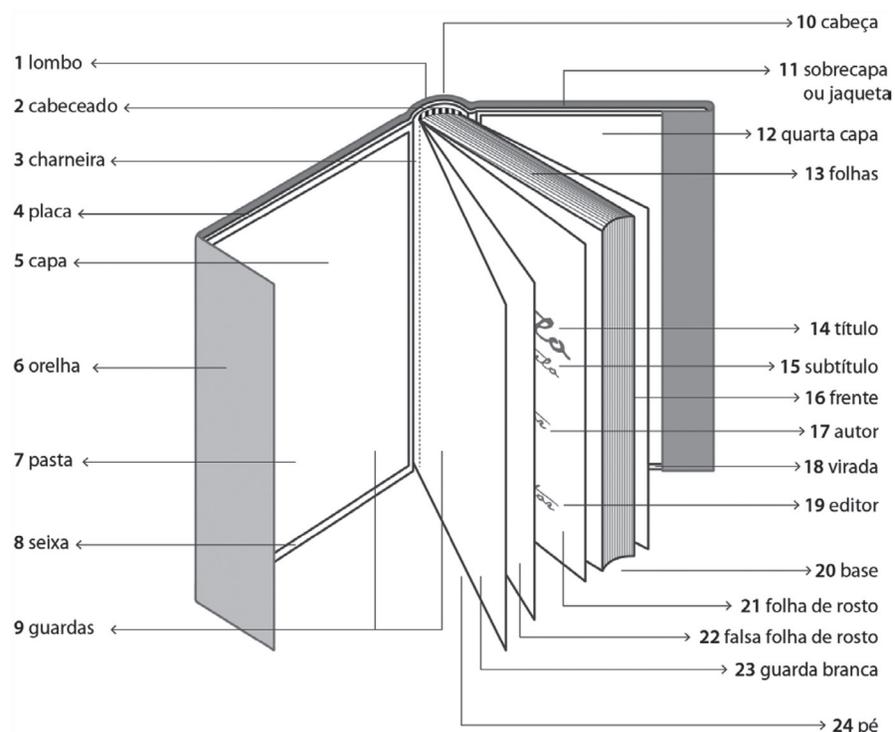
Os livros constituem o mais tradicional tipo de publicação. Muito provavelmente por isso, eles continuam a ser o produto mais nobre da área editorial, apresentando possibilidades inesgotáveis de tamanho, de produção e de custos. As revistas têm como principais características a sua periodicidade e a sua portabilidade. Na área editorial de revistas, muitas vezes busca-se criar uma tendência gráfica com o objetivo de construir ou de consolidar sua identidade frente ao seu público leitor. Como último tipo de publicação editorial, tem-se o jornal, também chamado de design de notícias. A função objetiva do jornal é comunicar. Para tanto, ele se utiliza de uma hierarquia de informações adaptada aos costumes de leitura do seu leitor, somada aos critérios editoriais, político-ideológicos e mercadológicos do provedor de informações.

O livro é o produto editorial mais conhecido e que tem sido mais utilizado ao longo da história. Atualmente, podemos definir o livro como uma série de páginas agrupadas em um único volume – segundo a *United Nations for Education, Science and Culture Organization* (UNESCO), com mais de 48 páginas, sem contar as capas –, o qual é distribuído em um suporte físico (impresso) ou eletrônico e que guarda, proclama e apresenta informações ao longo do tempo.



O livro é composto por uma série de elementos, com denominações específicas que são comuns no mercado editorial. Na Figura 36, a seguir, apresentam-se as principais partes que compõem o livro (HASLAM, 2007):

Figura 36 – Componentes de um livro

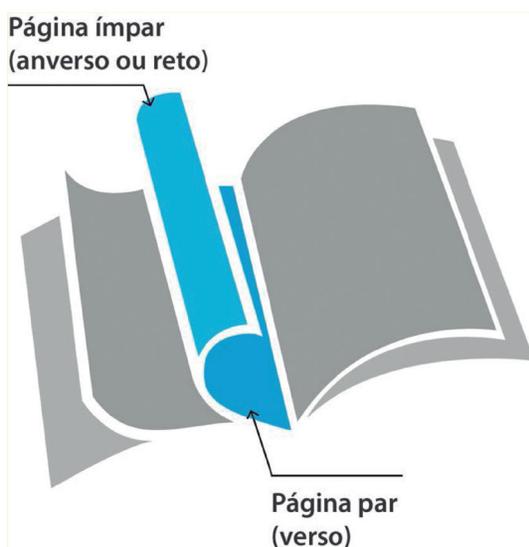


Fonte: produção do próprio autor (2017).

1. **lombo:** é o lado (dorso) do livro, em oposição ao corte frontal, onde as páginas são costuradas, grampeadas ou coladas. Subdivide-se, quanto ao tipo de encadernação, em lombada quadrada páginas (coladas, ou costuradas) e lombada canoa (grampeadas). O título da obra, o nome do autor e o da editora são informações presentes na lombada do livro;
2. **cabeceado:** tira de tecido – geralmente de algodão ou seda –, que tem por finalidade ornamentar e proteger a cabeça do livro;
3. **charneira:** tira feita de material flexível (papel, couro, tecido etc.), localizada onde a capa de papelão encontra o encaixe da lombada do miolo do livro. Também é conhecida como encaixe francês, canal ou canaleta;
4. **placa:** papel cartão que forma a pasta da capa dura do livro;
5. **capa:** feita de material resistente (flexível ou rígido), a capa é a cobertura do livro, onde o miolo é fixado com cola, costura ou grampo. Protege o miolo impresso e identifica o livro;
6. **orelha:** é a parte da capa ou da sobrecapa que fica dobrada para a parte interna do livro. É usada para apresentar informações sobre o autor e sobre o conteúdo do livro (a orelha também é conhecida por aba ou asa);
7. **pasta:** parte frontal da capa dura onde o miolo do livro se junta à capa;

8. **seixa:** as seixas são áreas da capa que ultrapassam o tamanho das páginas e que têm por finalidade proteger o miolo do livro. Possuem tamanho idêntico na lateral, no pé, na frente e na cabeça;
9. **guardas:** folha de papel resistente (dobrada ao meio) que une o miolo à capa do livro. As guardas podem ser coloridas ou receber uma programação visual especial, conferindo um maior apelo estético ao livro;
10. **cabeça:** parte superior do miolo do livro e da lombada, oposta ao pé do livro;
11. **sobrecapa ou jaqueta:** feita de material flexível, a sobrecapa tem por finalidade proteger o livro;
12. **quarta capa:** verso da capa do livro. Normalmente apresenta um texto de opinião sobre a publicação ou uma breve biografia do autor;
13. **folhas:** uma folha corresponde a duas páginas (frente e verso, vide Figura 37):

Figura 37 – Paginação em uma publicação



Fonte: produção do próprio autor (2017).

14. **título:** nome da obra editorial;
15. **subtítulo:** destaca e apoia o significado do título;
16. **frente:** borda frontal da publicação;
17. **autor:** identificação de quem escreveu a publicação;
18. **virada:** porção material de revestimento da capa dura que recobre as bordas da capa e as seixas;
19. **editor:** identificação da editora responsável;
20. **base:** parte inferior do corpo do livro;
21. **folha de rosto:** folha que identifica o título, o autor, a editora, o local e o ano de publicação;
22. **falsa folha rosto:** primeira folha do livro antes da folha de rosto;

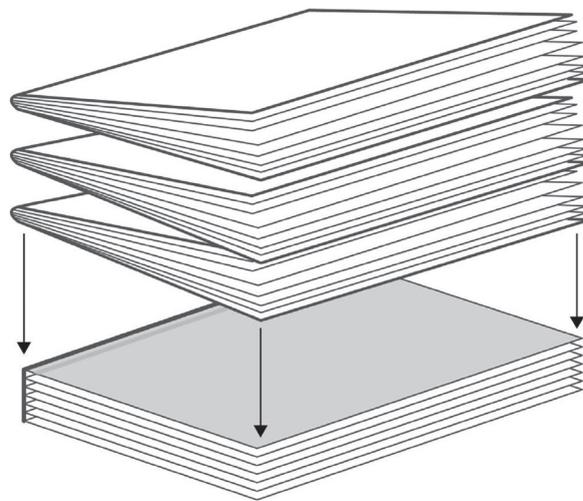
23. **guarda branca:** inserida entre a guarda e o miolo do livro, proporciona um maior suporte físico entre os componentes;

24. **pé:** superfície da parte inferior do livro.

O **corpo** do livro, também conhecido como miolo, é o conjunto de cadernos reunidos por costura, grampo ou cola. Já os **cadernos** são os conjuntos de folhas impressas, dobradas e alceadas. O corpo de uma publicação é constituído por vários cadernos.

Impor é ordenar as páginas de uma publicação de forma que tenham o melhor aproveitamento de papel possível, de tal modo que formem, depois de impressas e dobradas, os cadernos, que, posteriormente, serão alceados, costurados ou colados e refilados. Os cadernos (Figura 38), por sua vez, são formados, quase sempre por uma quantidade de páginas múltiplas de quatro, pois, na imposição mais simples, a lâmina é formada por quatro páginas.

Figura 38 – Cadernos



Fonte: produção do próprio autor (2017).

5.5.6.2 Elementos da página diagramada

É por meio do planejamento gráfico que se define tanto o posicionamento de todos os elementos quanto o estilo do leiaute de uma publicação. No trabalho de editoração, deve-se articular imagens e textos em espaços horizontais e verticais, definir a tipografia e prever a distribuição dos parágrafos de forma a permitir que o leitor se sinta seguro na utilização do produto editorial.

Em uma página diagramada, os principais elementos são os indicados na Figura 39, a seguir:

Figura 39 – Elementos diagramados em uma página



Fonte: produção do próprio autor (2017).



5.6 METODOLOGIA PARA DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS EDITORIAIS

Buscar uma solução gráfica editorial implementando um bom design é tarefa extremamente complexa. Para auxiliar o processo de editoração de um produto editorial, é recomendável executar um conjunto de operações organizadas numa ordem lógica. Em resumo, é necessário ter tanto metodologia quanto planejamento.

Essa sistematização corrobora para a garantia de qualidade no processo de editoração e facilita o trabalho da equipe responsável. A seguir, na Figura 40, as cinco fases da metodologia para desenvolvimento de produtos editoriais são apresentadas.

Figura 40 – Metodologia para o desenvolvimento de produtos editoriais



Fonte: produção do próprio autor (2017).

a) Fase 1: percepção

O ponto inicial para se implementar um processo de editoração é encontrar a sua necessidade motivadora. É importante que se perceba (além das características inerentes ao projeto) quais são as expectativas relacionadas a tal demanda. Para isso, é importante ter não somente uma visão geral do foco temático da publicação, como também um conhecimento acerca das necessidades informacionais de seu público-alvo. É necessário tornar evidentes tanto os motivos desencadeadores do processo de editoração quanto a sua relevância social, mercadológica, científica, profissional, entre outras.

Em um segundo momento, faz-se necessário conhecer o problema que se deseja solucionar. *Fonseca* (2008) define design como o esforço criativo para formular e resolver um problema. Ele destaca que a solução do problema está na composição das partes envolvidas no processo, ou seja, na forma como os componentes, partes ou elementos são usados, de maneira organizada, para alcançar essa solução. *Munari* (1981) evidencia a importância de saber quais necessidades e objetivos devem ser alcançados, qual o público a ser atingido, quais são os recursos disponíveis (econômicos, financeiros, técnicos), como é a concorrência e qual será a linguagem adotada. Os melhores projetos partem de um problema bem formulado.

O planejamento gráfico de uma publicação deve favorecer a compreensão da mensagem. *Brigham* (2005) enfatiza que esse favorecimento só é efetivo no processo de diagramação quando todos os elementos articulados em uma publicação não somente têm um bom diálogo, como também são trabalhados de maneira consistente. Consoante o autor, é por meio desse diálogo que uma publicação se torna capaz de prender a atenção do leitor e de favorecer a compreensão da sua mensagem.

Entretanto, para que se trabalhe uma composição gráfica de forma que se consiga um bom diálogo, é imprescindível conhecer os elementos visuais e entender não só a sua importância, como também as possibilidades de seu uso no projeto editorial. Para tanto, é necessário investigar o tipo de publicação que será editorada – jornal, revista ou livro, por exemplo – e compreender as especificidades de cada um desses produtos, o formato predominante, além da sua estrutura gráfica e organizacional. Também se faz necessário compreender as questões básicas do projeto gráfico, o *grid*, a paleta tipográfica e o uso de imagens e ilustrações.

b) **Fase 2: alvo**

A partir da compreensão dos aspectos envolvidos no projeto, da delimitação do problema projetual e de uma breve revisão bibliográfica, é o momento de definir o escopo para o projeto, conforme o Quadro 4. Com base nas informações coletadas e analisadas, é o momento de esclarecer o que será desenvolvido e como ocorrerá o processo.

Quadro 4 – Escopo de um projeto

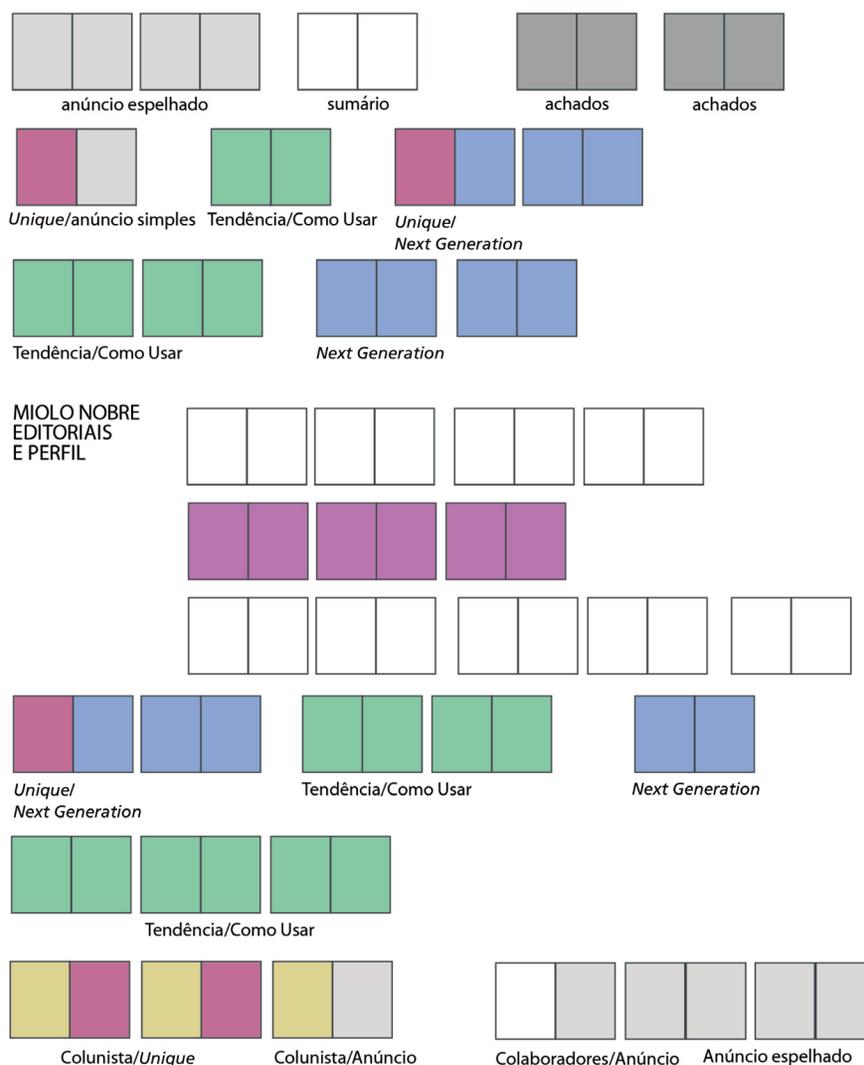
Livro que conte a história das etnias brasileiras
Livro de alta qualidade gráfica e sofisticado em seu acabamento
Livro com tamanho compacto e de peso confortável para ser transportado
Livro ricamente ilustrado e com boa articulação texto-imagem
Composições tipográfica e cromática neutras, que contribuam para a legibilidade.

Fonte: produção do próprio autor (2017).

Nesta etapa, é necessário selecionar e avaliar o conteúdo da publicação, esclarecer como se dará a organização do conteúdo e definir o seu posicionamento gráfico. Este é o momento de definir o espelho da publicação. O conteúdo deve ser organizado em capítulos ou em seções, de forma que se possa ter uma ideia do todo. É por meio do espelho que se evidenciam locais destinados a anúncios, conforme apresenta a Figura 41, e que se observa a necessidade de alguns ajustes na estrutura editorial.



Figura 41 – Espelho de uma revista



Fonte: produção do próprio autor (2017).

c) Fase 3: configuração

O objetivo da fase de configuração é o estudo através da desconstrução de outros produtos editoriais. É nas análises de produtos concorrentes que se encontram oportunidades e definem-se critérios a serem adotados na fixação de metas para o novo produto.

Desconstruir projetos editoriais nada mais é do que analisar o planejamento gráfico com objetivo de levantar possibilidades e restrições para o projeto a ser desenvolvido.

O primeiro passo é identificar as especificações técnicas do produto. Qual o seu formato – vertical, horizontal ou quadrado –, as suas dimensões, quantas páginas tem a publicação e como é o seu acabamento, conforme exemplifica a Figura 42.

Figura 42 – Especificações técnicas do produto



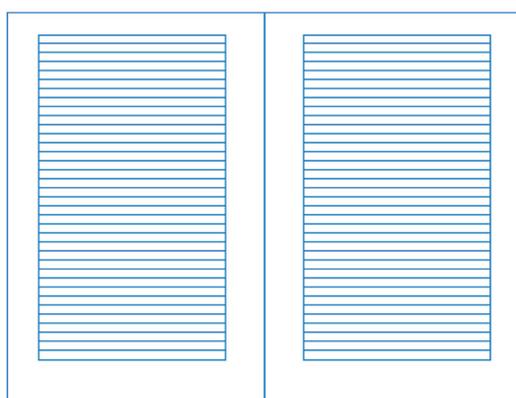
Fonte: produção do próprio autor (2017).

A análise do *grid* (malha) objetiva identificar como foi estruturada a mancha gráfica (ou área tipográfica) da publicação. O *grid* é uma ferramenta essencial para o estabelecimento de organização na composição. No desenvolvimento do *grid* para uma publicação, o objetivo inicial é encontrar uma relação matemática que possa ser utilizada para a definição dos valores que serão atribuídos às margens superior, inferior, direita e esquerda. A área da página que faz oposição às margens recebe o nome de mancha gráfica.

Assim que as margens forem constituídas, o próximo passo é a definição da configuração do *grid*. Um *grid* pode ser configurado de várias maneiras. Suas configurações básicas são as seguintes: o *grid* de uma coluna, o *grid* de duas colunas, o *grid* de múltiplas colunas, o *grid* modular e o *grid* hierárquico.

O *grid* de uma coluna (Figura 43) é indicado para publicações com textos longos e contínuos, como livros, dissertações, teses etc.

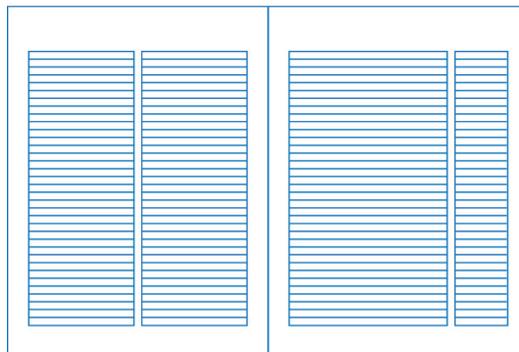
Figura 43 – Grid de coluna simples



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Os *grids* de coluna dupla (Figura 44) podem ser configurados com tamanhos de coluna regulares (iguais) ou irregulares (diferentes). São indicados para organizar uma grande quantidade de texto.

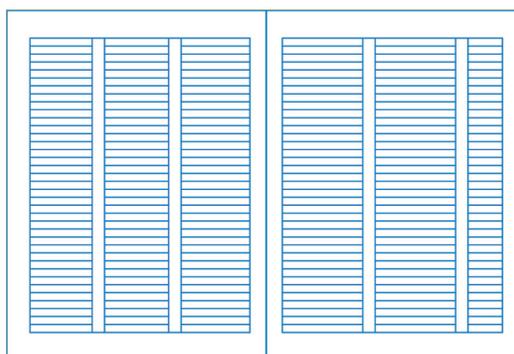
Figura 44 – Grid de duas colunas



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Assim como os *grids* de coluna dupla, os *grids* de múltiplas colunas (três ou mais colunas) (Figura 45) também podem ter larguras variantes de colunas, mas estes permitem maior flexibilidade do que os *grids* de duas colunas. Seu uso é indicado para publicações com uma grande quantidade de informação, como revistas e até mesmo *websites*.

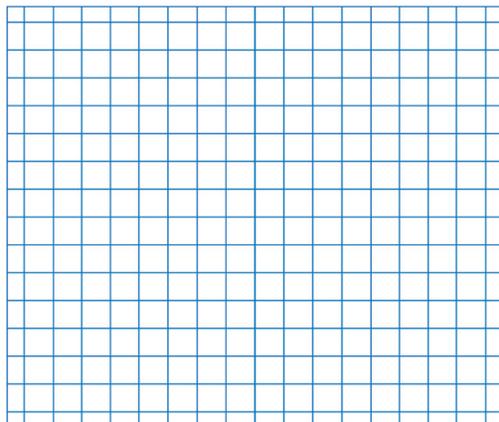
Figura 45 – Grid de múltiplas colunas



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Os *grids* modulares (Figura 46) são indicados para projetos mais complexos e que requerem um maior número de possibilidades para a organização da informação. São constituídos a partir de um módulo mínimo e indicados para o projeto de infográficos, cartazes, gráficos, tabelas, entre outros.

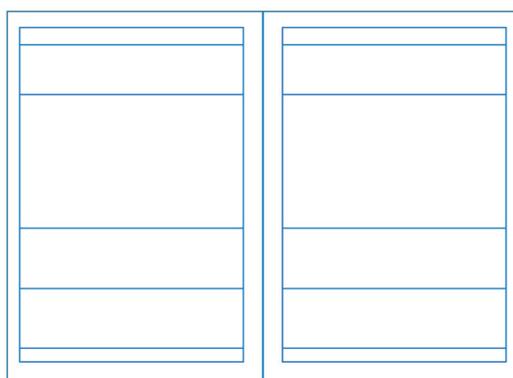
Figura 46 – Grid modular



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Por fim, entre as configurações básicas, o *grid* hierárquico (Figura 47) está estruturado em zonas. É muito comum vermos a sua aplicação em projetos de relatórios.

Figura 47 – Grid hierárquico



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Ao analisar a organização gráfica de uma publicação, no que tange ao desenvolvimento do *grid*, é necessário apontar o formato da página, as dimensões das margens (direita, esquerda, superior e inferior), bem como a organização da mancha gráfica e, se possível, identificar o arranjo de sua colunagem. Em projetos gráficos bem elaborados, é muito comum definir uma colunagem maior do que aquela comumente percebida ao longo de uma publicação, e que acomoda textos e imagens na maioria das páginas.

Uma grande colunagem possibilita um maior número de arranjos da informação na página. Em projetos de revista, são muito comuns *grids* de 7, 9 e até 12 colunas, mas, na maioria das vezes, percebemos uma mancha com apenas três ou quatro colunas. No projeto de uma publicação, o indicado é ter um único tamanho de mancha gráfica, mas a partir da organização do *grid* e da colunagem configurada, várias páginas-mestras podem ser definidas para serem utilizadas como referência.

As páginas de uma publicação baseiam-se essencialmente na integração entre a tipografia, as imagens (fotografia, ilustrações, infográficos) e os espaços em branco. Em vista disso, é necessário identificar como esses elementos são combinados e articulados ao longo da publicação.

A **análise tipográfica** tem por objetivo não só identificar os estilos tipográficos utilizados em uma publicação, como também investigar como os diferentes estilos, tamanhos e pesos são empregados para definição da hierarquia informacional do texto.

Há várias formas de se analisar os elementos tipográficos que compõem a página diagramada. Uma forma bastante eficaz consiste em registrar as principais características diagramacionais textuais em uma matriz para posterior análise, conforme apresenta o Quadro 5.

Na linha superior da matriz, apontam-se as publicações que serão analisadas, na coluna da esquerda, definem-se as características gráficas textuais que serão avaliadas e, nas colunas subsequentes, aponta-se o resultado da análise. Nessa mesma matriz, ainda é possível destacar se a escolha da tipografia está em consonância com o conteúdo da publicação usando-se uma escala numérica em que o maior número representa a maior consonância. Também é possível analisar a sua legibilidade e a sua leituraabilidade.

Quanto mais detalhada for a análise, melhores serão as possibilidades de encontrar recorrências que, posteriormente, servirão de base para o novo projeto.

Quadro 5 – Matriz de análise tipográfica

	Livro 1	Livro 2	Livro 3	Livro 4	Livro 5
<i>Estilo tipográfico predominante</i>	Serifado moderno	Sem serifa	Serifa quadrada	Serifado modelo antigo	Sem serifa
<i>Aberturas de capítulo</i>	Regular 160pt	Estilo decorativo regular 80pt	Negrito 50pt	Regular 60pt	Regular 90pt
<i>Corpo de texto</i>	Regular 11pt Entrelinha 14pt	Regular 10pt Entrelinha 13pt	Regular 12pt Entrelinha 15pt	Regular 11pt Entrelinha 13pt	Regular 11,5pt Entrelinha 14pt
<i>Titulos</i>	Regular 40pt	Regular 45pt caixa-alta	Regular 50pt	Regular 46pt caixa-alta	Negrito 40pt
<i>Notas marginais</i>	Regular 8pt Entrelinha 11pt	Regular 9pt Entrelinha 11pt	–	–	Regular 8pt Entrelinha 10pt
<i>Olho</i>	Itálico 14pt, entre colchetes angulares	Regular 15pt	–	–	–
<i>Legendas</i>	Condensado 10pt	–	Regular 10pt	Regular 9pt	Regular 10pt
<i>Capitular</i>	Altura de 3 linhas	–	Altura de 2 linhas	–	–
<i>Titulos correntes</i>	Negrito 36pt	Regular 14pt	Itálico 10pt	–	Regular 13pt
<i>Fólios</i>	Regular 13pt	Negrito 12pt	Regular 14pt	Regular 13pt	Regular 14pt
<i>Linhas por página</i>	45 linhas	38 linhas	–	40–47 linhas	50–52 linhas

Valores próximos e recorrentes

Fonte: produção do próprio autor (2017).

Outra forma de analisar não somente a tipografia, mas todos os elementos gráficos que compõem a página diagramada, consiste em descrever as principais características diagramacionais percebidas a partir da imagem de uma página, conforme apresenta a Figura 48.

As principais características diagramacionais podem ser organizadas da seguinte forma:

- **características diagramacionais textuais:** parágrafo, tipografia, textos auxiliares, notas, legendas, capitulares, chamadas, entretítulos, fólios, títulos correntes, manchetes, olho e sumário;
- **características diagramacionais gráficas:** formato, *grid*, mancha gráfica, colunas, fotografias, ilustrações, barras, fios, caixas, vinhetas e cores;
- **características diagramacionais textuais e gráficas:** quadros, gráficos e infográficos.

Figura 48 – Análise das características diagramacionais

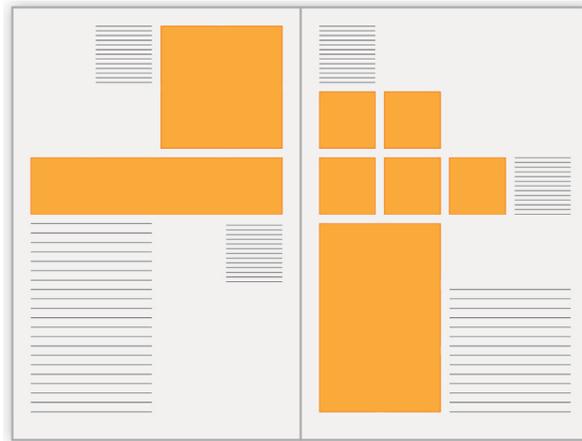


Fonte: produção do próprio autor (2017).

Uma última forma de analisar a estrutura gráfica da publicação é desenvolver desenhos rápidos que mapeiem a estrutura e evidenciem os seus principais elementos, conforme exemplifica a Figura 49.

Os desenhos podem ser feitos à mão livre ou com auxílio de um *software* de desenho (*Adobe Illustrator*, *Corel Draw*, entre outros).

Figura 49 – Análise estrutural desenhística



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Para facilitar a análise das informações coletadas, é recomendado ter uma percepção geral de tudo o que foi visto. A **matriz morfológica** é um método analítico que facilita a exploração de soluções a partir da combinação daquelas que se encontram nos produtos editoriais analisados. A matriz de dois eixos deve identificar os produtos analisados na linha superior e, na coluna à esquerda, os dados que serão avaliados, conforme apresenta a Figura 50.

Os resultados são anotados nos campos internos da matriz. Posteriormente, os dados podem ser confrontados, combinados ou até mesmo descartados, na tentativa de gerar um novo produto a partir das referências estudadas.

Figura 50 – Matriz morfológica

	LIVRO 1	LIVRO 2	LIVRO 3	
CAPA	Formato	31 x 23 cm	24 x 30 cm	24 x 24 cm
	Lombada	3 mm	4 mm	12 mm
	Nº de páginas	240	286	186
	Cores	4 x 0	4 x 0 + Pantone	4 x 0
	Orelha	–		
	Papel	papel cartão 300g	papelão encapado	papel cartão 300g
	Acabamento	prolan fosco	plastificado	prolan fosco
MIOLO	Lombada	quadrada/brochura	quadrada/capa dura	quadrada/brochura
	Papel	offset 120g	offset 120g	offset 120g
	Cores	4 x 4	4 x 4	1 x 1
	Diagramação (<i>grid</i>)	5 colunas	2 colunas	1 colunas
	Tipografia (título)	sem serifa corpo 18 bold entrelinha 20pt	sem serifa corpo 33 entrelinha 36pt	com serifa corpo 40 bold entrelinha 42pt
	Tipografia (texto)	sem serifa corpo 10,5 entrelinha 14pt	com serifa corpo 10 entrelinha 13pt	com serifa corpo 11 entrelinha 15pt
Tipografia (leganda)	sem serifa corpo 9 entrelinha 14pt	sem serifa corpo 8 entrelinha 10pt	sem serifa corpo 10,5 entrelinha 15pt	

Fonte: produção do próprio autor (2017).

A partir da definição do produto editorial a ser desenvolvido, da delimitação do escopo de projeto e das análises de produtos editoriais, é necessário definir os **requisitos do projeto**. De forma simplificada, os requisitos têm por finalidade orientar a execução do projeto editorial em relação às metas que se objetiva atingir. Os requisitos são definidos a partir da identificação das necessidades básicas do projeto. Posteriormente, quanto mais especificados forem os requisitos (desdobrados), maiores serão as possibilidades de satisfazer as necessidades desencadeadoras do processo de editoração, como exemplificado a seguir, no Quadro 6.

Quadro 6 – Definição das necessidades e requisitos de um projeto

NECESSIDADES	REQUISITOS	DESDOBRAMENTO
Aspecto gráfico da publicação condizente com faixa-etária do público delimitado	Texto	Boa hierarquização tipográfica, pouco texto na página
	Imagens/ilustrações	Ricamente ilustrado, com uso de ilustrações em estilo tradicional com tons pastel
	Cor	Tons pastel e um grande número de cores
Adequação tipográfica ao perfil de leitura do público-alvo	Composição tipográfica	Fontes com serifas e de boa legibilidade
	Escolha tipográfica	Largura da coluna no máximo 8 cm, fonte corpo 12 pt, entrelinha de 18 pt e máximo de 50 toques por linha
Formato adequado à sua principal situação de uso	O tamanho do livro deve facilitar o seu transporte e a sua utilização	

Fonte: produção do próprio autor (2017).

d) **Fase 4: esboço**

A partir das informações apontadas no escopo do projeto e da lista de requisitos, as alternativas devem ser desenvolvidas. É importante que várias possibilidades sejam experimentadas. Quanto maior for o número de alternativas testadas, maior segurança se terá ao implementar o projeto definitivo.

O primeiro passo é conhecer todo o material que será utilizado na publicação – textos, ilustrações, fotos, infográficos etc. As imagens devem receber uma atenção especial. É necessário que todas sejam escolhidas mediante rigorosos critérios e que, acima de tudo, tenham qualidade para impressão.

Após ter ciência de todo o conteúdo da publicação, é necessário definir o seu tamanho final. Se o tamanho pretendido não foi apontado no desdobramento dos requisitos do projeto, é indicado que se observe a matriz morfológica em busca de recorrências entre as publicações analisadas. Uma boa alternativa é buscar referência



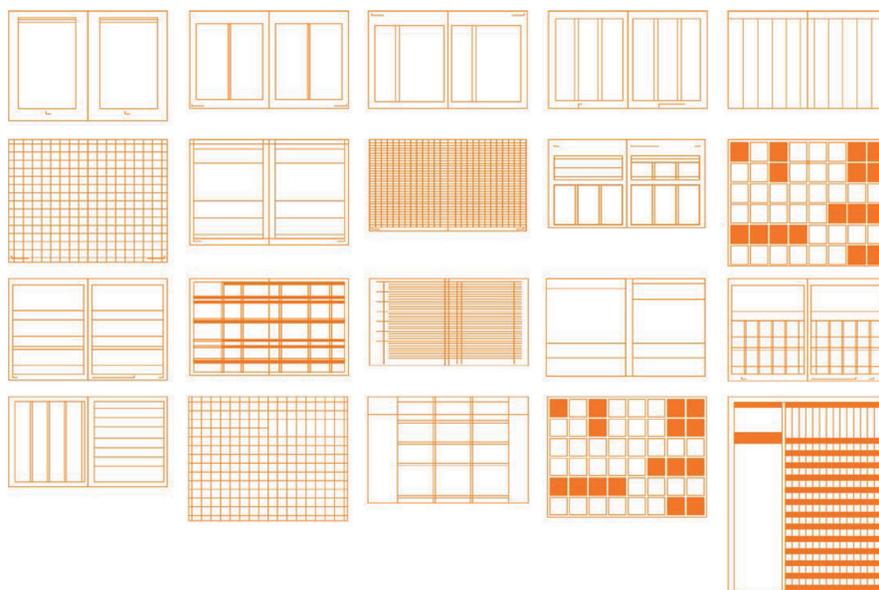
nos melhores produtos analisados. A percepção dos leitores pode estar condicionada ao que comumente é encontrado no mercado.

Outra questão importante é a necessidade de buscar o melhor aproveitamento de papel possível. Para isso, deve-se levar em consideração o processo de impressão que será utilizado, bem como o tamanho de folha disponível para impressão.

O próximo passo é o desenvolvimento do *grid* da publicação. O objetivo é projetar um *grid* que não só acomode o conteúdo da publicação, mas que dinamize o processo de diagramação da informação.

O projeto do *grid* é uma tarefa complexa e demorada. Independentemente do sistema de medidas que será utilizado – milímetros, centímetros, polegadas, pontos etc. –, ou até mesmo o tipo de *grid* a ser desenvolvido, é necessário que tudo seja cuidadosamente estudado. Muitas são as possibilidades de seu desenvolvimento e apresentação, conforme a Figura 51 exemplifica:

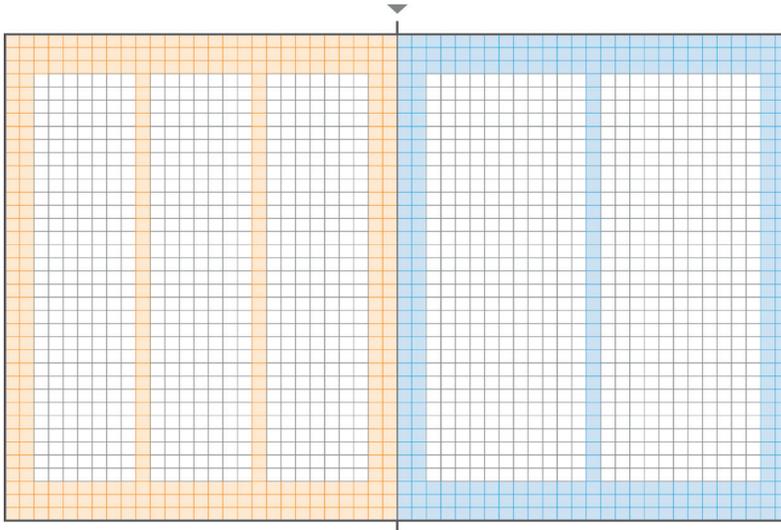
Figura 51 – Algumas possibilidades de *grid*



Fonte: produção do próprio autor (2017).

O *grid* mais utilizado no projeto de publicações é o *grid* de colunas, conforme exemplifica a Figura 52. A sua organização prioriza a construção de espaços verticalizados que servirão para acomodar a informação. O cuidado principal no desenvolvimento dessa estrutura é o de assegurar que as colunas tenham uma largura confortável para acomodar o texto a ser lido. De modo geral, colunas de texto muito longas ou muito estreitas tendem a ser difíceis de ser lidas.

Figura 52 – Grid básico



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Para que se consiga uma boa estrutura de colunas, é necessário que alternativas tipográficas sejam desenvolvidas concomitantemente com o projeto do *grid*. A partir desses estudos, é possível adequar a escolha tipográfica ao contexto da publicação e elucidar questões ópticas e estilísticas relacionadas à estrutura tipográfica, conforme apresenta a Figura 53:

Figura 53 – Estudo da letra N



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Em um projeto editorial, cada família tipográfica ou, mais especificamente, cada fonte, deve ser escolhida de forma criteriosa. A fonte nada mais é que o desenho de um grupo de caracteres tipográficos (por exemplo, Arial regular).

Já uma família tipográfica (Figura 54) engloba o conjunto de variações de uma mesma fonte, por exemplo, a família Arial é constituída pela fonte Arial regular, Arial negrito, Arial itálico e outras variações dessa mesma fonte.

Alguns *softwares* para editoração comumente utilizados disponibilizam famílias tipográficas mais completas. O pesado investimento para incorporarem essas famílias tipográficas em seus pacotes de aplicativos é um dos motivos, entre outros, que determinam o alto

custo da licença da grande maioria dos *softwares* voltados para editoração.

Figura 54 – Exemplo de famílias tipográficas e seu valor aproximado

Garamond

Designer: Claude Garamond - 1530
Preço: 169 euros

Bodoni

Designer: Giambattista Bodoni - 1790
Preço: 139 euros

Futura

Designer: Paul Renner - 1927
Preço: 199 euros

Times

Designer: Stanley Morison - 1931
Preço: 99 euros

Bembo

Designer: Francesco Griffo - 1496
Preço: 125 euros

Myriad

Designer: Twombly & Slinbach - 1992
Preço: 359 euros

Avenir

Designer: Adrian Frutinger - 1988
Preço: 999 euros

Helvetica

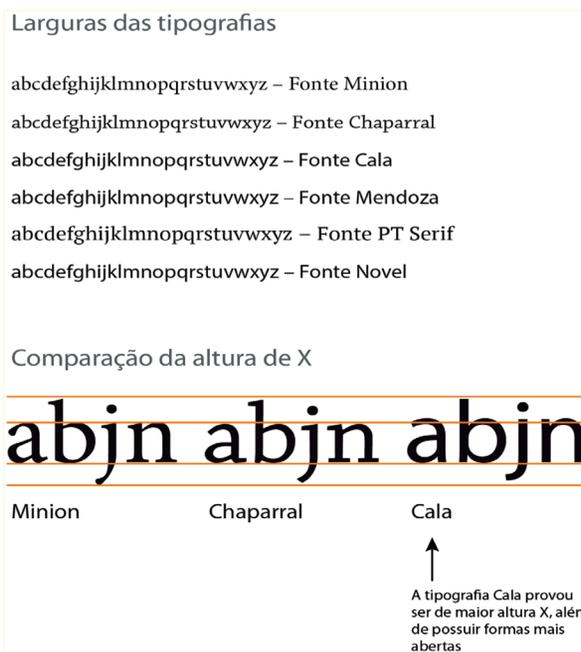
Designer: Max Miedinger - 1957
Preço: 799 euros

Fonte: produção do próprio autor (2017).

Um dos critérios importantes para a definição da fonte principal de uma publicação é a quantidade de informação a ser apresentada em uma página. Jornais, dicionários, revistas, manuais, entre outras publicações, são conhecidos por apresentarem um grande número de informações em cada página. Nesse sentido, é necessário que se escolha uma fonte que apresente um bom rendimento.

No desenvolvimento de alternativas tipográficas que contemplem essa questão, é importante identificar não somente a largura tipográfica, como também a “altura de x” da fonte, conforme apresenta a Figura 55. A largura tipográfica corresponde ao espaço horizontal ocupado por cada caractere. Já a “altura de x” corresponde à altura do caractere minúsculo, ou *small capitals*, como ele também é conhecido.

Figura 55 – Espaço horizontal e “altura de x”



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Quando uma fonte é selecionada para o texto principal de uma publicação, é recomendado gerar alternativas de blocos de texto com tamanhos, pesos (*light*, *regular*, *semibold*, *bold*) e entrelinhamentos diferentes, conforme apresenta a Figura 56. Isso permite saber a cor da mancha (clara ou escura) e sinaliza possibilidades de hierarquia. Esse teste é vital para a definição do tamanho da coluna que abrigará o texto em uma publicação.

Figura 56 – Alternativas de mancha de texto



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Em uma publicação, no que tange a parte textual, a hierarquia é definida com cor, tamanho, peso e posição. É evidente que um conteúdo bem organizado se torna mais fácil de ser entendido. Nesse sentido, alternativas devem ser desenvolvidas, objetivando a construção de um sistema de hierarquia para o texto da publicação, conforme demonstra a Figura 57. Uma hierarquia bem definida e cuidadosamente aplicada no projeto editorial tornará a navegação pela informação da página mais eficiente, uma vez que funcionará como um sistema de sinalização ao longo da publicação.



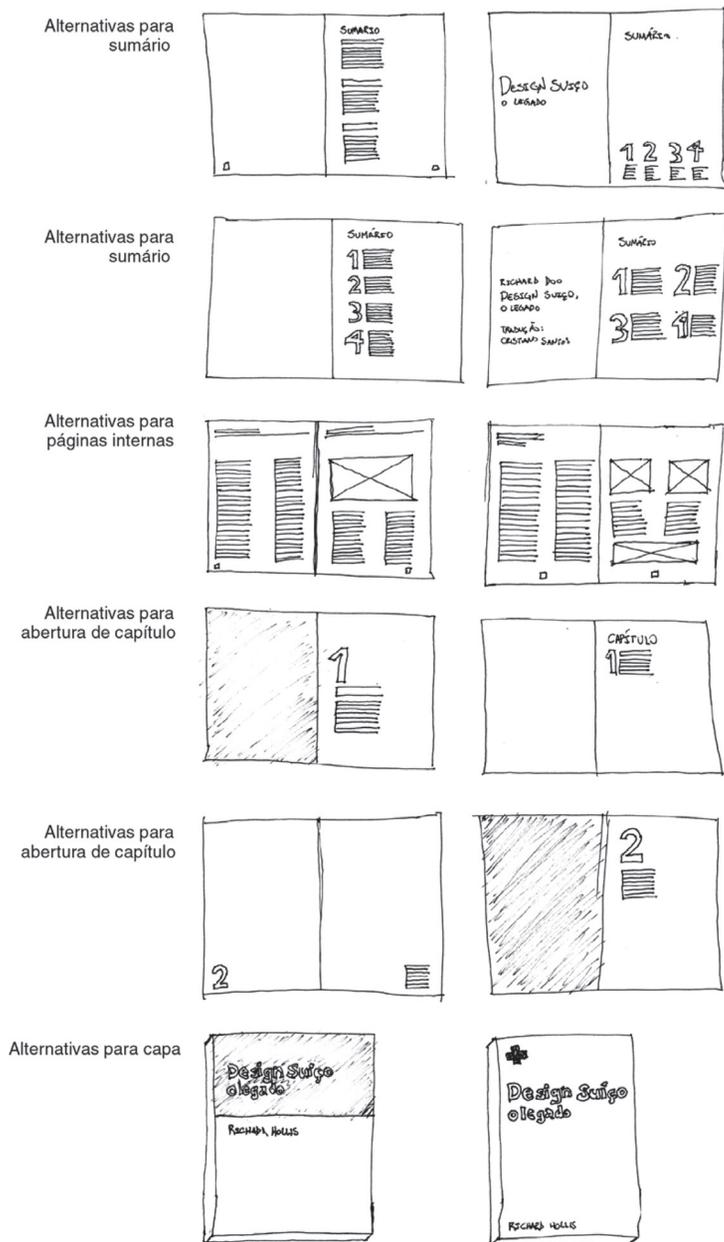
Figura 57 – Primeiras alternativas objetivando a construção de um sistema de hierarquia

Tamanho	Componente	Fonte
6	Capa - Mês da edição	Candara Regular
9	Corpo de Texto	Candara Regular
9	Topo da página - Colaborador da matéria	Candara Regular
9	Base da página - Tipo de Matéria/ Nome	Candara Regular
12	Subtítulos	Candara Regular
18	Texto em destaque	Candara Bold
18	<i>Fala em destaque</i>	<i>Candara Bold Italic</i>
21	Número da edição	Candara Regular
36	Títulos Internos	Adelle Basic
39	Numeração	Candara Regular

Fonte: produção do próprio autor (2017).

Concomitantemente ao desenvolvimento das alternativas de *grid* e de tipografia, é recomendado que se desenvolvam desenhos rápidos, feitos à mão livre (*sketch*), como demonstra a Figura 58. Essas representações ajudarão a encontrar possíveis soluções para o leiaute final da publicação, desde que levem em consideração os requisitos de projeto listados a partir das análises feitas.

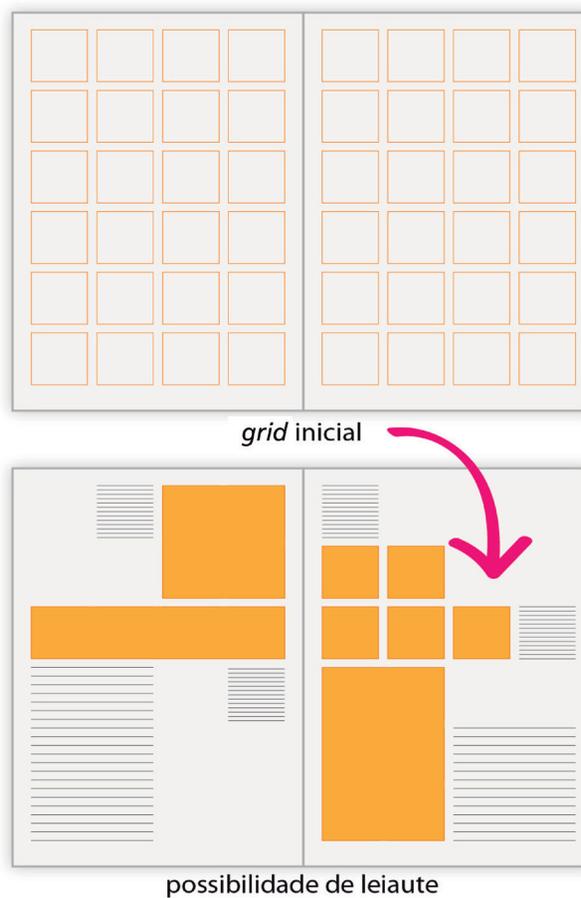
Figura 58 – Sketch



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Esses desenhos devem apontar uma possível localização dos elementos na página. Assim que as possibilidades mais ricas (que atendem de forma mais consistente aos requisitos delimitados) forem aparecendo, é importante validar o desenho estrutural, levando-se em consideração as dimensões da página e o sistema de *grid* desenvolvido, conforme apresenta a Figura 59. Para isso, recomenda-se o uso de um *software* adequado (*Adobe Indesign*, *QuarkXPress*, *Illustrator* etc).

Figura 59 – Aprimoramento da alternativa



Fonte: produção do próprio autor (2017).

Ao final da fase de esboço, teremos reunido e esquematizado o conjunto definitivo das páginas que comporão a publicação definitiva, conforme caracteriza a Figura 60. Essas alternativas devem ser validadas junto ao editor da publicação. Após concluir a fase de esboço, em que as alternativas são geradas, é o momento de implementar e refinar o projeto final da publicação.

Figura 60 – Aprimoramento da alternativa



Fonte: produção do próprio autor (2017).

e) Fase 5: refino

A solução de um problema gráfico está na composição das partes envolvidas no processo de editoração gráfica, ou seja, na maneira como os componentes, partes ou elementos gráficos são organizados, em busca de uma solução estética e funcional. Descobrir o lugar das coisas, como e em que ordem elas devem ser posicionadas do ponto de vista da composição é uma árdua tarefa.

É na etapa de refino que os pequenos ajustes, no sentido de aprimorar a estética, devem ser feitos. O uso da cor deve ser criterioso e a articulação do texto com as imagens deve proporcionar harmonia visual. Pequenos detalhes não podem passar despercebidos na finalização de cada página. Ajustes na composição tipográfica devem ser feitos na intenção de evitar linhas órfãs ou viúvas. Ajustes pontuais no entrelinhamento dos títulos podem melhorar significativamente o bloco de texto, tornando-o mais coeso e melhorando, assim, a sua legibilidade.

A compreensão de questões técnicas acerca de editoração, desenvolvida na primeira fase, bem como a análise de produtos con-

correntes e similares, desenvolvida na terceira fase, possibilitará a implementação final do projeto. As melhores alternativas desenvolvidas na fase de esboço devem ser lapidadas neste ponto, conforme apresenta a Figura 61.

Figura 61 – Diagramação das páginas finais



Fonte: produção do próprio autor (2017).

RESUMO

Nesta Unidade, é importante lembrar os seguintes tópicos:

- a) a mensagem visual possui uma sintaxe que fornece linhas gerais para o entendimento daquilo que vemos. Seus elementos básicos são: o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a escala ou proporção, a dimensão e o movimento. É a partir desses elementos que se representam todas as manifestações visuais (DONDIS, 2007). Identificar os principais componentes e compreender a relação entre eles na linguagem visual é essencial para facilitar o entendimento de uma informação. Ao projetar uma publicação,

- os elementos da linguagem visual deverão ser manipulados de forma que se consiga um arranjo harmonioso;
- b) a maneira como a mente humana percebe determinadas formas, facilitando ou não a compreensão de uma informação, é regida pelas leis da *Gestalt*;
 - c) o planejamento visual tem por objetivo criar uma plataforma que transmita, realce e clarifique a informação para o leitor. A organização do espaço, a cor, a tipografia e as imagens são trabalhadas de forma que se consiga a harmonia entre conteúdo e forma;
 - d) no processo de editoração, é necessário considerar não só o conteúdo apresentado, como também o suporte utilizado e o público-alvo da publicação;
 - e) os principais tipos de publicação são os livros, as cartilhas e revistas e os materiais de divulgação. Os livros, cartilhas e revistas são classificados em três tipos: a publicação seriada periódica, a publicação seriada não periódica e a publicação não seriada;
 - f) conquanto estejam incorporados no grupo dos livros, cartilhas e revistas, os artigos científicos (e outras publicações técnico-científicas) são considerados um meio importantíssimo de divulgação dos resultados do que se é produzido em ciência;
 - g) a solução gráfica em um projeto editorial é tarefa extremamente complexa. Para auxiliar o processo de editoração, é recomendável executar um conjunto de operações organizadas numa ordem lógica (FONSECA, 2008). Em resumo, é necessário tanto metodologia quanto planejamento.

REFERÊNCIAS

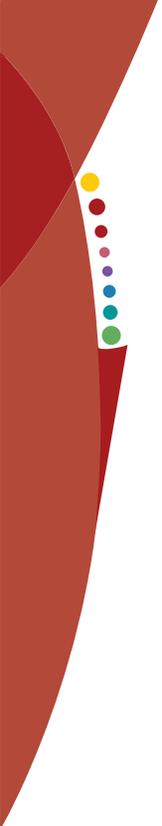
AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Formato:** a forma e o tamanho de um livro etc. Porto Alegre: Bookman, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023:** informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6029:** informação e documentação: livros e folhetos: apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2006.

ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS. **ABC da ADG:** glossário de termos e verbetes utilizados em Design Gráfico. São Paulo: ADG, 2000.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto:** guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Edgard Blücher, 2003.



BRINGHURST, R. **Elementos do estilo tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

DONDIS, Dodis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 3. ed. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escrituras, 2000.

HALUCH, A. **Guia prático de design editorial: criando livros completos**. Teresópolis: ZAB, 2013.

HASLAM, A. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. São Paulo: Rosari, 2007.

HENDEL, R. **O design do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

MÜLLER-BROCKMANN, Josef. **Sistemas de grelhas: um manual para designers gráficos**. 3. ed. Barcelona: G. Gili, 2012.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

NOBLE, Y. **Pesquisa visual: introdução às metodologias de pesquisa em design gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

RADFAHRER, Luli. **Design web design 2**. São Paulo: Market Press, 2000.

SAMARA, T. **Grid: construção e desconstrução**. Tradução de Denise Bottmann. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

SAMARA, T. **Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

TONDREAU, Beth. **Criar grids: 100 fundamentos de layout**. São Paulo: Blusher, 2009.

TSCHICHOLD, J. **A forma do livro: ensaios sobre tipografia e estética do livro**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.



UFRJ
100
ANOS
1920 | 2020
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Faculdade de Administração
e Ciências Contábeis
Departamento
de Biblioteconomia



MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO



Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-85229-08-5



9 788585 229085

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-85229-09-2



9 788585 229092