

Élen da Silveira Torres

**GUIA
DE RECOMENDAÇÕES PARA ESTRUTURAÇÃO
DE PROJETOS GRÁFICO-EDITORIAIS**

Proposta de Conclusão de Curso
submetido(a) ao Curso de Design da
Universidade Federal de Santa
Catarina para obtenção do Grau de
Bacharela em Design.

Orientador: Prof. Dr. Luciano Patrício
Souza de Castro

Florianópolis
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

A ficha de identificação é elaborada pelo próprio autor.

Maiores informações em:

<http://portalbu.ufsc.br/ficha>

Élen da Silveira Torres

**GUIA
DE RECOMENDAÇÕES PARA ESTRUTURAÇÃO
DE PROJETOS GRÁFICO-EDITORIAIS**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 30 de novembro de 2015.

Prof. Dr. Luciano Patrício Souza de Castro
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Luciano Patrício Souza de Castro
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a Dr.^a Berenice Santos Gonçalves
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a M.^a Mary Vonni Meürer de Lima
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado aos meus filhos, familiares, amigos e aos meus professores, pois sem o apoio e o incentivo de todos eles eu não teria seguido adiante.

AGRADECIMENTOS

À meu orientador, Luciano Patrício Souza de Castro, cuja paciência e generosidade foram fundamentais.

Aos meus filhos e demais familiares, de quem roubei preciosas horas de convívio.

Aos meus amigos e colegas de classe que sempre me apoiaram e motivaram.

À meu pai (in memoriam), por seu exemplo de coragem e resignação nos momentos difíceis.

Ao pessoal do NUTE, por compreenderem minha meta de conclusão do curso.

Aos membros da banca Prof.^a Dra. Berenice Santos Gonçalves e Prof.^a M.^a Mary Vonni Meurer de Lima, pelas valiosas contribuições.

Ao Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina — UFSC —, cujos professores e funcionários proporcionaram ótimo aprendizado e convivência ao longo da graduação.

“Entender o significado do design é compreender os papéis que a forma e o conteúdo desempenham e perceber que o design também é comentário, opinião, ponto de vista e responsabilidade social. Criar um design é muito mais do que simplesmente montar, formatar ou mesmo editar; é acrescentar valor e significado, é iluminar, simplificar, esclarecer, modificar, dignificar, dramatizar, persuadir e até mesmo entreter”.

(HANDY, 1993)

RESUMO

A elaboração de materiais gráfico-editoriais exige um planejamento estrutural prévio, evitando assim a perda de prazos e o aumento de custos. Prazos curtos e uma carga de trabalho exaustiva, podem fazer com que este planejamento seja descartável em algum momento do projeto. Esse projeto apresenta um guia que aborda um modelo diferenciado de planejamento estrutural do projeto gráfico de produtos editoriais. Com relação aos modelos usuais, a diferenciação proposta é determinada pela ênfase inicial sobre a escolha da tipografia. Pois, a partir da medida dos tipos escolhidos, são planejadas as entrelinhas, a grade, o diagrama, e a mancha gráfica. Assim, definem-se as dimensões e a composição das páginas, bem como, projeta-se o formato geral do produto gráfico-editorial.

Palavras-chave: Tipografia. Diagrama. Design Gráfico-Editorial.

ABSTRACT

The development of graphic-editorial materials requires prior structural planning, thereby avoiding missed deadlines and increased costs. Tight deadlines and an exhaustive workload, can make this planning is disposable sometime in the project. This project presents a guide that addresses a differentiated model of structural planning of graphic design of editorial products. Related to usual models, the proposed differentiation is determined by the initial emphasis on the choice of typography. Based on the measurement of the chosen types, the leading, the grid, the diagram, and the print area are also planned. Thus, the size and the composition of the pages are define as well, and the general format of the graphic product publishing is also defined.

Keywords: Typography. Diagram. Graphic Design Editorial.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Metodologia para estruturação do guia. Fonte: CASTRO E PERASSI, 2013, adaptado pela autora.....	26
Figura 2: Profissão do público-alvo.....	32
Figura 3: Área de atuação do público-alvo.....	32
Figura 4: Tipos de prazos trabalhados pelo público-alvo.....	33
Figura 5: Variedade de projetos executados ao mesmo tempo pelo público-alvo.....	34
Figura 6: Gosto por leitura.....	34
Figura 7: Procura por guias ou manuais para auxílio nos projetos.....	35
Figura 8: Tipo de livro que escolheria para ler.....	36
Figura 9: Relevância do tamanho do livro.....	36
Figura 10: Aquisição de outros tipos de guias ou manuais.....	37
Figura 11: Exemplo 01 de similar.....	38
Figura 12: Exemplo 02 de similar.....	39
Figura 13: Exemplo 03 de similar.....	40
Figura 14: Exemplo 04 de similar.....	41
Figura 15: Exemplo 05 de similar.....	42
Figura 16: Exemplo 06 de similar.....	43
Figura 17: Seção Área.....	45
Figura 18: In-fólio.....	46
Figura 19: Exemplo de livro médio manuscrito – Codex Zacynthius.....	47
Figura 20: Exemplo de libellus de 1538.....	47
Figura 21: Tamanhos de livros do portal de publicação Perse para autores independentes.....	48
Figura 22: Tamanhos de livros do portal de publicação Bubok para autores independentes.....	48
Figura 23: Relação de tamanhos de livros da Editora Soares.....	49
Figura 24: Análise do livro O Essencial da Ilustração.....	49
Figura 25: Análise do Livro O Design do Livro.....	52
Figura 26: Análise do Planejamento Visual Gráfico.....	54
Figura 27: Análise do Livro Edição e Design.....	56
Figura 28: Análise do Guia Prático de Design Editorial – Criando livros completos.....	58
Figura 29: Análise do Livro Ensopado de Design Gráfico.....	60
Figura 30: Representação esquemática das etapas do método de estruturação de projetos gráficos. (Fonte: CASTRO, 2013).....	67
Figura 31: Retângulo áureo para definição inicial da página (produzido pela autora).....	68

Figura 32: Tabela de relações entre a idade do público-alvo e o tamanho da tipografia. Fonte: Adaptação dos autores de Burt (1959).	75
Figura 33: Teste tipográfico, primeira parte. Fonte: a autora.	76
Figura 34: Teste tipográfico, segunda parte. Fonte: a autora.	77
Figura 35: Print do Indesign demonstrando o estabelecimento da entrelinha. Fonte: a autora.	78
Figura 36: Print do Indesign demonstrando o valor do módulo.	79
Figura 37: Print do Indesign demonstrando a construção do grid.	80
Figura 38: Print do Indesign demonstrando o alfabeto em caixa baixa. Fonte: a autora.	81
Figura 39: Tabela de média de caracteres por linha. Fonte: Adaptação da autora de Bringhurst (2005).	82
Figura 40: Spread com margens e diagrama definidos. Fonte: Autora.	84
Figura 41: Print do InDesign com os valores da entrelinha e do módulo. Fonte: Autora.	84
Figura 42: Print do InDesign com os valores da entrelinha e do módulo sendo inseridos. Fonte: Autora.	85
Figura 43: Esquematização para diagramação da mancha gráfica.	86
Figura 44: Spread do guia demonstrando a mancha gráfica composta por textos e imagens. Fonte: Autora.	86
Figura 45: Spread do guia demonstrando os elementos gráfico-editoriais existente. Fonte: Autora.	87
Figura 46: Anatomia da página do guia. Fonte: Autora.	88
Figura 47: Estrutura técnica da capa (materiais). Fonte: Autora.	89
Figura 48: Estrutura técnica do verso da capa (materiais).	90
Figura 49: Folha de rosto e sumário do guia. Fonte: Autora.	90
Figura 50: Continuação do sumário e introdução do guia.	91
Figura 51: Abertura de capítulo e conteúdo do guia. Fonte: Autora.	91
Figura 52: Glossário do guia. Fonte: Autora.	92
Figura 53: Sugestões de leitura complementar e colofão do guia.	92
Figura 54: Protótipo do guia primeira capa. Fonte: Autora.	93
Figura 55: Protótipo com a capa aberta. Fonte: Autora.	93
Figura 56: Folha de rosto e primeira orelha do protótipo.	94
Figura 57: Entrada de capítulo do protótipo.	94
Figura 58: Sumário do protótipo. Fonte: Autora.	95
Figura 59: Parte do conteúdo do guia demonstrando a mancha gráfica. Fonte: Autora.	95

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	19
1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA	19
1.2 OBJETO DE ESTUDO.....	20
1.3 OBJETIVOS	21
1.3.1. OBJETIVO GERAL	21
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
1.3.3. JUSTIFICATIVA	21
2. METODOLOGIA	23
3. DIAGNÓSTICO.....	28
3.1. CLASSIFICAÇÃO DO GUIA	28
3.2. CONTEÚDO DA PROPOSTA.....	29
3.3. IDENTIDADE DO GUIA.....	30
3.4. O MERCADO DE GUIAS.....	31
3.5 DESCRIÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS GERAIS DO PÚBLICO E DO PRODUTO	31
3.6. SIMILARES.....	38
3.6.1 AVALIAÇÃO DOS SIMILARES	44
4. DESENVOLVIMENTO	63
4.1. ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO	67
4.1.1 PREDEFINIÇÃO DA FORMA DA PÁGINA.....	67
4.1.2. DEFINIÇÃO DA TIPOGRAFIA.....	68
4.1.3. ESTABELECIMENTO DA ENTRELINHA	78
4.1.4. DETERMINAÇÃO DO MÓDULO.....	78

4.1.5. DIMENSIONAMENTO DA FORMA DA PÁGINA E CONSTRUÇÃO DO GRID (MÓDULOS).....	79
4.1.6. REPRESENTAÇÃO DO DIAGRAMA (LARGURA DE COLUNAS E MARGENS)	80
4.1.7 CONFIGURAÇÃO E ATIVAÇÃO DA LINHA DE BASE.....	84
4.1.8. DISTRIBUIÇÃO DE TEXTO E/OU IMAGEM = MANCHA GRÁFICA.....	85
4.2. OS ELEMENTOS GRÁFICO-EDITORIAIS.....	87
4.2.1. TEXTUAIS.....	87
4.2.2. NÃO TEXTUAIS	87
4.3. ANATOMIA DA PÁGINA	88
4.4. ESTRUTURA TÉCNICA.....	88
4.4.1. CAPA (MATERIAIS)	89
4.4.2. MIOLO (TEXTUAIS).....	90
5. CONCLUSÃO.....	99
REFERÊNCIAS.....	101

1. INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

O design abrange tantas áreas, que dificilmente se pode citar todas, mas a base do design é a elaboração do processo projetual, seja da área de produto, animação, editorial, etc. Nem todos estudantes e profissionais da área de design trabalham exclusivamente em um único tipo de projeto. E por terem uma carga de trabalho com prazos apertados, na maioria das vezes não conseguem fazer uma pesquisa aprofundada sobre todos os aspectos que resultam em um projeto de sucesso, ou seja, o projeto passa a ser revisado e alterado diversas vezes, por falta de uma pesquisa inicial bem elaborada.

A presente proposta tem seu foco na área editorial e portanto trata do desenvolvimento de um guia de recomendações, que facilite a estes estudantes e profissionais de design ou da área editorial em geral, a busca por informações na elaboração da estruturação de projetos gráficos editoriais, com orientações sobre a forma de diagramar; uso de grids; escolha de tipografia com base no público-alvo e nos princípios de legibilidade e leiturabilidade; de como posicionar imagens adequadamente; entre outros. Essa concepção se baseia no Guia de Design Editorial, do autor Timothy Samara (2011). Para o autor

[...] toda publicação começa como uma ideia, um assunto ou uma mensagem que possui função, mas ainda não tem forma [...]. No entanto, não importa qual seja o veículo, o processo de criação do design é o mesmo (SAMARA, 2011, p. 12).

Segundo SAMARA, ao projetar e desenvolver um produto editorial, o designer deve estar preparado para contemplar três níveis de função que as mensagens conceituais possuem. A função primária é o assunto em si. Neste primeiro nível o profissional tem o papel de atuar como um canal para o conceito, ou seja, o assunto é ponto de partida por trás do projeto. Para isso, deve-se levar em consideração que cada conteúdo possui suas particularidades e não devem possuir qualidades visuais idênticas.

A fase secundária, diz respeito ao público-alvo. O assunto deve ser relevante e acessível a um determinado grupo de pessoas de modo que lhes faça sentido. Isso ajuda a determinar não apenas a forma física da publicação, mas também, até certo ponto, seu estilo visual, sua organização. Definir a quem se destina o trabalho permite que o designer tome decisões básicas acerca de forma e conteúdo, podendo assim delimitar desde aspectos básicos – tipos, tamanho, método de encadernação – até aparências mais abstratas – tipos de efeitos em fotografias, relação entre texto, imagem e espaço negativo e seleção de cores. O nível terciário tem o objetivo de transmitir uma interpretação emocional e associativa ao público, que o condicione a uma comparação a formas que expressem a mesma ideia, ou seja, que a diferencie de outros (SAMARA, 2011, p. 12-19).

Ainda com base na fala de SAMARA, este projeto contempla em sua primeira função o guia em si, que será o canal da mensagem. Como segunda função, o público-alvo, que preza pela praticidade e objetividade, e no nível terciário a linguagem objetiva utilizada, proporcionando assim, uma ferramenta de suporte ao público-alvo para auxiliar no desenvolvimento de seus projetos editoriais.

Guias são livros, manuais ou publicações que contém instruções, ensinamentos, conselhos de diversas naturezas. Sua função é ensinar a operar um equipamento, um objeto, um software ou uma ferramenta, entre outros. Podem possuir imagens ou ilustrações para ajudar na compreensão da tarefa a ser executada. São organizados de maneira prática e resumida, indicando os itens ou passos a serem seguidos.

Na primeira etapa (PCC I) foi apresentada a metodologia do trabalho e foram feitas análises tanto do público-alvo quanto de livros similares, alguns relativos ao conteúdo e formato, outros somente às dimensões. Com base nestes dados foram sistematizados os conhecimentos importantes para realização do projeto. Na segunda etapa (PCC II), o conteúdo, já existente do guia, foi refinado concomitantemente à geração do seu conceito, e desenvolvido o projeto gráfico e confeccionado o protótipo.

1.2 OBJETO DE ESTUDO

O objeto estudado para o trabalho de conclusão de curso foi o artigo de Castro e Perassi, 2013, intitulado “A tipografia como base do projeto gráfico-editorial”, o qual apresenta um modelo diferenciado do

planejamento estrutural do projeto gráfico de produtos editoriais. Com relação aos modelos usuais, a diferenciação proposta é determinada pela ênfase inicial sobre a escolha da tipografia. Pois, a partir da medida dos tipos escolhidos, são planejadas as entrelinhas, a grade, o diagrama, e a mancha gráfica. Assim, se definem as dimensões e a composição das páginas, bem como, se projeta o formato geral do produto gráfico - editorial. A criação de uma fórmula para começar a planejar ou trabalhar o design de um documento é perfeitamente cabível de ser aplicado, evitando maiores erros de projeção.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GERAL

Projetar e diagramar um guia de uso prático, contendo recomendações para estruturação de projetos gráficos editoriais.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Avaliar e analisar projetos similares como outros tipos de livros de recomendações;
- Caracterizar e identificar o público consumidor a fim de definir um público-alvo;
- Projetar estrutura síntese com linguagem informal criando uma relação de proximidade com o usuário;
- Justificar estrutura visual do livro;
- Apresentar resultado final através de protótipo.

1.3.3. JUSTIFICATIVA

Como estudante de Design, surgiram dificuldades em compreender e visualizar o que se chama de “um bom projeto editorial de livro”. cursar o Projeto 5 – Módulo de Design Editorial, incitou o interesse no assunto, e a partir de então houve o entendimento do porquê de certas leituras, que inicialmente pareciam serem prazerosas, na verdade se tornaram frustrantes e cansativas.

Conforme realizava os exercícios do projeto, ia capacitando e adquirindo um olhar clínico, começando a julgar se os livros antes lidos possuíam um design bem elaborado, se o diagrama e a fonte escolhida para compor a mancha gráfica eram adequadas para a leitura, ou se a

tornava dispersa e entediante. Houve a descoberta que os livros que levaram mais de um mês para serem lidos, mesmo contendo uma quantidade de páginas considerada mínima, continham erros na sua estruturação, o que ocasionava uma certa desmotivação pela continuidade da leitura. Mas este é apenas um dos fatores que culminaram neste tema.

As conversas com alunos veteranos, alguns já formados e atuando no mercado, foi outro fator. Pois a maioria dos relatos eram sobre a dificuldade de ler todos os livros de orientações de como proceder para obter um projeto de design editorial tão bem elaborado que não precisasse refazer tantas etapas conforme iam revisando.

Os livros sobre design editorial existentes no mercado geralmente possuem formatos grandes, linguagem subjetiva que se utiliza de muitas referências e frases de impacto, e acabam por confundir mais do que esclarecer as dúvidas. E para quem trabalha nas múltiplas áreas do design, ou do mercado editorial, o fator tempo conta, e muito. Pois sua área de atuação diversifica conforme a demanda de projetos e muitas vezes há a necessidade de se elaborar vários projetos diferentes no mesmo prazo.

O tamanho do livro é uma variável importante, pois a praticidade de carregá-lo para qualquer lugar foi um dos aspectos mais comentados pelo público-alvo pesquisado, que diariamente precisa levar consigo inúmeros materiais ao longo do seu dia de trabalho e/ou estudo. Reunindo estas informações, surgiu a ideia deste projeto final de conclusão de curso.

O Design de Livros é uma das áreas do design editorial considerada por muitos a base para a estruturação de publicações em geral. Para se ter uma comunicação mais direta com o leitor é preciso utilizar elementos visuais que facilitem o processo de leitura e entendimento do conteúdo. Por isso, o design editorial estabelece padrões gráficos que devem ser levados em conta na presente proposta de projeto, de forma a possibilitar a hierarquização das informações textuais contidas; a proporcionalidade das imagens conforme sua importância na publicação; a legibilidade e leiturabilidade para o conforto do leitor conforme a idade do público-alvo; ter continuidade e unidade para que o usuário se sinta seguro ao percorrer a publicação e possa se concentrar em seu conteúdo e conter os princípios de design gráfico que permitem criar composições gráficas que facilitam o processo de comunicação e a recepção da informação (equilíbrio, proximidade, alinhamento, repetição, contraste e zonas de visualização).

2. METODOLOGIA

O uso de uma metodologia projetual nos projetos de design é de extrema importância para trabalhar com maior precisão e segurança. Com uma metodologia estabelecida, é possível organizar as questões que envolvem o projeto a fim de concluí-lo no prazo estabelecido sem limitar a criatividade. A metodologia desenvolvida por Bruce Archer (1966) propõe como definição de Design “...selecionar materiais corretos e dar-lhes forma para satisfazer as necessidades de função e estética dentro das limitações dos meios de produção disponíveis”, o que implica reconciliar uma ampla gama de fatores. O processo de projeto de design, portanto, deve conter fundamentalmente as etapas: analítica; criativa e executiva.

Fase Analítica – Esta fase foi a parte principal do PCC1, onde se trabalhou a definição do tema e os objetivos; a organização do cronograma; elaboração das análises e a definição do conteúdo a ser analisado e suas diretrizes.

- **Definição do Problema:** Esta etapa teve por finalidade compreender os fatores que resultam em um problema a ser solucionado. E para isso houve a necessidade de um levantamento de informações sobre o público-alvo, o que o levaria a procurar este tipo de produto. Ter em mãos um guia resumido, com acesso rápido às informações importantes, de forma clara e objetiva seria uma ferramenta muito bem utilizada por acadêmicos e profissionais da área editorial que cada vez mais trabalham com prazos apertados, em vários projetos ao mesmo tempo e em diferentes áreas do Design. É difícil conciliar uma pesquisa adequada em variadas referências de livros sendo que, muitas vezes, não se consegue concluir a leitura de um apenas, seja pela falta de tempo, ou pelo grande volume de informações contidas no livro. O objetivo deste projeto é compilar informações essenciais a estruturação de projetos gráficos editoriais para quando se tem prazos curtos e há a necessidade de deslocamento desse material, por isso o tamanho deve ser relativamente pequeno. Uma leitura completa e aprofundada é de suma importância para a aprendizagem, e este guia não pretende minimizar esta importância, e sim auxiliar a rememorar partes essenciais desta leitura. Os livros sobre práticas editoriais geralmente se dedicam a determinado assunto, como grid, diagramação, tipografia, layout, cor, etc., mas um livro que acerque todo o conteúdo geralmente se torna um volume imenso de informações

e ainda há a dificuldade de manuseá-lo ou carregá-lo para todo lado devido às grandes proporções.

- **Preparação do Programa Detalhado:** Nesta parte, houve a elaboração de um cronograma das etapas a serem executadas para a preparação, desenvolvimento e execução deste projeto, desde pesquisas até o produto final. Esta preparação permite identificar a necessidade de organização do trabalho, dando uma visão mais clara e objetiva para o início do projeto. O programa detalhado nada mais foi que uma lista de tarefas a serem desempenhadas, pois dificilmente se consegue ter em mente todos os fatores envolvidos no projeto. Em resumo, as etapas a cumpridas foram: pesquisa e análise, que se desdobram em questionário, textos e esquemas que auxiliarão na compreensão do projeto; definição do conteúdo; estruturação do livro; desenvolvimento do protótipo.

- **Obtenção de informações:** Foram realizadas pesquisas sobre livros como guias e manuais de assuntos diversos. Algumas livrarias forneceram dados empíricos baseados na experiência dos vendedores e gerentes, pois não tinham autorização para repassar dados das vendas. Outras pesquisas foram realizadas na internet em blogs de editoras, que fornecem dados como os livros mais vendidos por períodos mensais. Também foi feito um questionário com estudantes e profissionais de design, no qual relataram sobre suas áreas de atuação; seus prazos; se costumam trabalhar em vários projetos ao mesmo tempo; se possuem gosto por leitura ou leem por obrigação; se optariam por um livro completo com grande volume de informações ou por um guia resumido e objetivo; se o tamanho dos livros é um fator relevante para leitura ou compra do mesmo; se costumam comprar guias ou manuais sobre outros assuntos.

As informações obtidas através do questionário ocasionaram um aumento na confiança de que o objetivo deste projeto não poderia ser outro além de um guia.

Quanto à pesquisa dos similares, foram fotografados livros das áreas de design para comparar seus tamanhos e formatos, mas infelizmente nem todos dispõem de informações básicas como o tamanho das páginas, tipo de papel, gramatura e famílias tipográficas utilizadas.

Em relação ao material compilado para uso no conteúdo do guia, foi totalmente baseado no material já existente da disciplina de Planejamento Gráfico-Editorial (Módulo de Projeto 5) ministrada pelo Prof. Dr. Luciano Castro e complementado com materiais extraídos de referências bibliográficas indicadas pelo professor. Todo material utilizado está devidamente referenciado para que o leitor possa aprofundar sua leitura posteriormente.

Fase Criativa – Esta fase teve por finalidade a definição do conceito do guia de recomendações adaptado ao público-alvo, podendo assim se iniciar a geração de alternativas; seleção das alternativas mais interessantes e que se adequaram ao projeto e o ajuste da alternativa que valida o objetivo do presente projeto.

- **Análise de Dados:** De posse das informações levantadas, foi possível manter uma linha de raciocínio mais lógica e objetiva, focando na solução do problema. A análise da necessidade norteou as verificações quanto ao formato e ao suporte mais adequado ao projeto. Com base nos dados do questionário foi possível identificar aspectos relacionados ao tipo de linguagem que deveria ser utilizado no guia e de como o público-alvo poderia se identificar com ele. Na análise dos similares quanto ao formato, dimensões e organização do conteúdo, se pode ter uma base coerente do que funcionaria e se encaixaria nas necessidades do público-alvo, e se chegou à conclusão de que o guia a ser diagramado deve ter dimensões parecidas com a de um *libellus*, livros menores, conhecidos como *pockets* (vide tópico 5.6.1), por ser mais portátil; possuir formato retangular para melhor disposição do conteúdo (texto e imagens); possuir seções que facilitem ao leitor encontrar o assunto de interesse rapidamente.

- **Síntese dos Dados:** O público-alvo preza pela objetividade, praticidade e organização do conteúdo. Os materiais que serviram de base para o conteúdo foram analisados minuciosamente para não ocorrer ambiguidade e/ou contradições. Neste contexto, foi feita seleção das imagens, ilustrações e tabelas utilizadas na composição do material, assim como a matriz de seleção das famílias tipográficas e as páginas de teste tipográfico para visualização da melhor alternativa. Para o material final ter um custo mais acessível, o guia será impresso em duas cores apenas. Deve conter como elementos pré-textuais: folha de rosto e sumário; como

elementos textuais: conteúdo; e como elementos pós-textuais: glossário, sugestões de leitura complementar e colófon.

- **Desenvolvimento de Protótipos:** A partir do resumo do objeto de estudo, esboçou-se esquema para cálculo de dimensões da página, definir a tipografia adequada ao projeto, o diagrama, o grid, o módulo e a distribuição da mancha gráfica, com base na metodologia (atualizada) de estruturação do Prof. Dr. Luciano Patrício Souza de Castro.

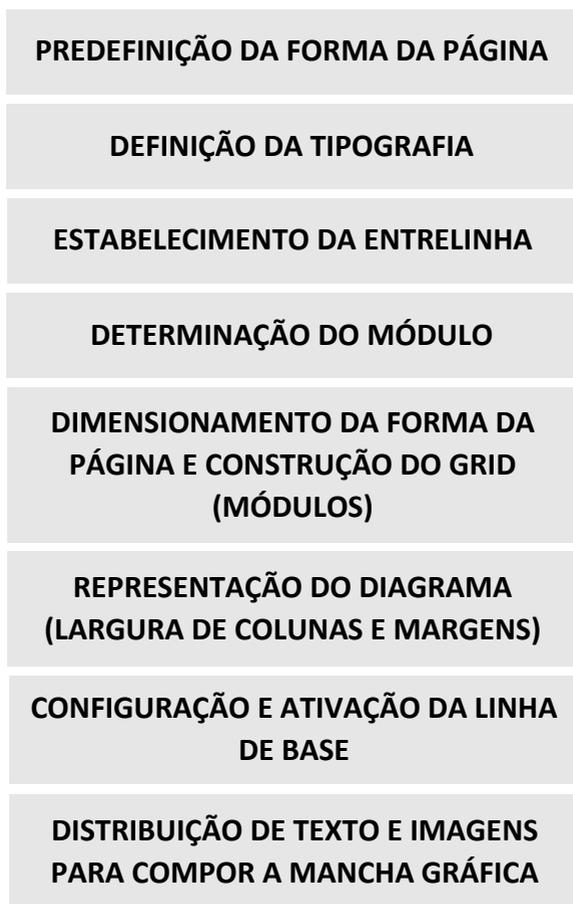


Figura 1: Metodologia para estruturação do guia. Fonte: CASTRO E PERASSI, 2013, adaptado pela autora.

Foi definido um gabarito com os estilos de parágrafo e caracteres, assim como a criação de biblioteca com os elementos visuais que irão compor as páginas, espelho da publicação para auxiliar na disposição das imagens para que o texto tenha fluidez e ritmo de leitura. Impressão de boneco de prova para visualização de defeitos a serem solucionados.

Fase Executiva – Esta fase trata de uma avaliação crítica das ideias iniciais, ajustes destas ideias e desenvolvimento do protótipo. Também faz parte desta etapa a materialização de protótipo físico.

- **Comunicação:** Nesta etapa foram definidos os requisitos que a estruturação do projeto deveria ter formato retangular para facilitar seu manuseio; dimensões reduzidas para ser facilmente transportado, papel mais encorpado no miolo para que a mancha gráfica da página anterior não apareça na página seguinte, dificultando a legibilidade do conteúdo; ser impresso em duas cores para redução dos custos.

- **Solução:** Após a implementação do produto físico, busca-se compreender se a solução escolhida atingiu os objetivos por meio do *feedback* dos usuários, a fim de perceber melhorias que poderão ser aplicadas para posterior publicação do presente projeto. De acordo com Munari (2008), o objetivo do método de projeto em design é atingir o melhor resultado com menor esforço, utilizando-se de valores objetivos. O autor ressalva, no entanto, que a metodologia em design não deve ser absoluta ou definitiva, podendo ser modificada/aprimorada pelo designer se necessário. Segundo Archer (1966), os designers confrontam-se com as necessidades dos usuários e as demandas de mercado, pois a eles se apresentam uma infinidade de materiais para escolher. Os meios de produção têm se tornado mais versáteis, mas ao mesmo tempo o custo do ferramental frequentemente significa que o designer não pode se dar ao luxo de estar errado.

“O designer precisa ter um senso de economia de edição tanto quanto de projeto artístico, e ter informações sobre a tiragem da edição planejada, como o livro será vendido e outras considerações comerciais”. (SMITH, 1990, p.82)

Projetar este livro foi um enorme aprendizado, tanto na sua pesquisa e análise quanto na sua estruturação e implementação. Sem dúvida será um desafio, mas enfim é errando que se aprende, por isso a

necessidade de seguir as etapas mencionadas, pois os erros devem ser vistos e analisados durante o processo projetual, e não depois.

3. DIAGNÓSTICO

Desenvolvimento de um guia de recomendações para estruturação de projetos gráfico-editoriais, tendo como objetivo auxiliar profissionais da área editorial e estudantes de design a relembrem etapas essenciais do processo projetual de maneira prática e objetiva.

O Design Gráfico é em sua essência uma ferramenta de comunicação. Ele se utiliza de formas, cores, materiais e símbolos para representar determinada ideia e tenta transmitir essa mesma ideia de forma unificada para assim obter a atenção do público-alvo. Mas não se pode pensar o design como apenas um canal de transmissão de mensagens, mas também como um criador de interação entre o projeto e o receptor. Na área editorial não é diferente. O trabalho real de um designer de livros é descobrir como colocar uma letra ao lado da outra de modo que as palavras do autor pareçam saltar da página (HENDEL, 2006, p. 3). Tanto estudantes como profissionais de design, têm dificuldades em reter todas as informações necessárias a um bom projeto. Ainda mais quando se trabalha nas várias áreas do design. Muitos clientes procuram os designers porque querem deixar seu produto ou imagem, mais atrativo visualmente, ou como os próprios clientes dizem: “mais bonitinho”. O cliente não sabe que um designer trabalha como um projetista, que planeja seus trabalhos visando não apenas a beleza estética, mas também a funcionalidade e demais aspectos físicos e cognitivos, sem falar nos aspectos ambientais. A legibilidade e a leiturabilidade estão entre os focos principais de qualquer projeto editorial. Mas o propósito de maneira geral, é o conteúdo ser lido e compreendido. Para facilitar isso, o processo de leitura deve ser confortável aos olhos do leitor e fluir num ritmo constante.

3.1. CLASSIFICAÇÃO DO GUIA

O presente projeto tem a necessidade de ser um guia ilustrado por se tratar de uma síntese das dicas de estruturação de projetos gráficos editoriais. Portanto, deverá demonstrar visualmente com imagens, ilustrações e tabelas, os recursos utilizados para que o processo projetual tenha o mínimo de erros possível.

“O livro ilustrado é composto de textos e imagens, as quais poderão ser fotografias ou ilustrações. Para

este tipo de livro a complexidade aumenta, principalmente pela necessidade de fazer a imagem acompanhar o texto, pois esse é o sentido – a mensagem visual reforça a mensagem verbal. Para esse livro o *grid*, que é essencial para qualquer livro, se torna imprescindível.” (HALUCH, 2013, p. 25)

Em relação à questão de reprodução de imagens, primeiramente, é importante compreender que as imagens têm o poder de transmitir uma ideia ou várias informações rapidamente e esse é o motivo pelo qual são elementos importantes no design editorial (AMBROSE;HARRIS, 2009).

As imagens, ilustrações e tabelas serão retiradas das referências bibliográficas utilizadas como base para esta pesquisa, e as mesmas serão devidamente legendadas, para que o leitor tenha acesso a um aprofundamento posterior no assunto, se assim o desejar.

3.2. CONTEÚDO DA PROPOSTA

O conteúdo da proposta visa pelo uso técnico dos princípios do Design Gráfico (equilíbrio, proximidade, alinhamento, repetição, contraste e zonas de visualização), permitindo que se criem composições gráficas de forma controlada, facilitando o processo de comunicação. A recepção das informações está diretamente ligada à cognição do receptor e à existência de esquemas antecipativos individualizados que norteiam sua predisposição para estar ou não atento a um sinal que é emitido.

Portanto há a necessidade de exemplificar aspectos cruciais para o processo projetual, indicando que cada parte que irá compor esse processo possui uma finalidade e uma função. O leitor terá uma compreensão básica para diagramar suas publicações, obtendo informações rápidas, mas de elevada importância para a organização do projeto, desde a escolha de tipografia, formato, layout, diagrama, grid, alinhamento dos textos, ajustes de *kerning* e *tracking*, cálculo da escala modular, uso de softwares de editoração eletrônica, estabelecimento da entrelinha, determinação do módulo, distribuição das imagens e da mancha gráfica.

Estas bases projetuais poderão ser utilizadas em todos os tipos de publicações, como revistas, jornais, livretos e livros. Compreende-se que é crucial o uso de um glossário devido aos termos técnicos utilizados no

conteúdo, assim como sugestões de leitura complementar para que o leitor possa aprofundar-se nestes assuntos.

3.3. IDENTIDADE DO GUIA

Como o público-alvo trata de estudantes de design e profissionais da área editorial em geral, será utilizada uma linguagem mais informal, mesmo tendo que utilizar alguns termos técnicos.

O guia é composto de texto objetivo e informal, com uma narrativa linear, seguindo uma sequência lógica, página a página. Mas como contém divisão por seções, o leitor poderá facilmente localizar o assunto no qual tem maior interesse no momento através do sumário. Também é composto por imagens para auxiliar na assimilação rápida do conteúdo. Como alguns termos técnicos são desconhecidos pelo público, houve a necessidade de se eleger um glossário simples e elucidativo. O formato foi pensado de maneira que comportasse confortavelmente as imagens e a mancha gráfica, possuindo proporções pequenas, pois um dos quesitos principais é que ele fosse prático para carregar, pois os outros guias geralmente são em formatos grandes e muito volumosos.

Segundo White (2006, p. 2), deve-se tentar seduzir a pessoa que folheia distraidamente a publicação para que preste atenção, fazendo alarde da relevância que o material tem para os seus interesses. Depois devemos guiá-la por meio dele. Portanto, temos de entender e explorar tanto os atributos físicos do meio como a psicologia do observador. Não existe algo como “o jeito certo” de fazer alguma coisa na nossa profissão de comunicadores. É tudo uma questão de análise e julgamento.

Com base nas informações coletadas no questionário, o fator tempo é altamente relevante para a leitura completa de um livro. Se há tempo e o conteúdo é interessante, faz-se uma leitura integral do material. Agora, se o tempo é curto, identifica-se o conteúdo que se procura através do sumário e faz-se a leitura somente do que lhe interessa.

Portanto, a identidade do guia pretende atingir os seguintes objetivos de comunicação:

- Transmitir informações rápidas, mas de elevada importância à estruturação de projetos gráficos- editoriais;
- Dar enfoque ao texto utilizando uma tipografia de fácil compreensão e dar suporte às informações com imagens e tabelas que auxiliem na assimilação da mensagem;

- Criar uma experiência acessível e amigável ao leitor;
- E principalmente, comunicar-se de forma simples e legível, respeitando o leitor.

3.4. O MERCADO DE GUIAS

Geralmente este tipo de leitura é procurado por profissionais e estudantes da área de Design. Mas conforme pesquisa em sites de editoras, manuais e livros do estilo “faça você mesmo”, são bastante procurados por diversos públicos.

Segundo o site da editora 2ab¹, os oito livros mais vendidos até este ano foram:

- Guia Prático de Design Editorial: Criando Livros Completos;
- Quanto custa meu design? Gestão financeira para *freelancers*;
- Manual de Identidade Visual: Guia para construção de manuais;
- Sistemas de Identidade Visual;
- Produção Gráfica para Designers;
- Logotipo versus Logomarca: A Luta do Século;
- Vende-se Design: Autopromoção e Portfólio para Designers Criativos;
- Viver Design.

Dentre os oito livros mais vendidos, seis de encaixam no estilo de guias e manuais, e o primeiro da lista foi escolhido para ser analisado dentre os similares.

3.5 DESCRIÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS GERAIS DO PÚBLICO E DO PRODUTO

Para compreender quais fatores seriam determinantes para o desenvolvimento deste projeto, no início do primeiro semestre de 2015, foi elaborada uma pesquisa com o público-alvo, através de formulário *online*, no qual algumas questões discursivas permitiram aos pesquisados expressarem, a partir de seu ponto de vista, a importância que este tipo de produto teria no mercado. Suas opiniões serviram como orientação para a pesquisa de produtos similares quanto ao conteúdo, formato e tamanho. O levantamento destes fatores foram fundamentais para a sintetização dos

¹ <http://www.2ab.com.br/mais-vendidos-ct-4a127> (Acesso em 29/03/2015)

objetivos deste projeto, e serão melhor visualizados e compreendidos com as análises dos gráficos a seguir:

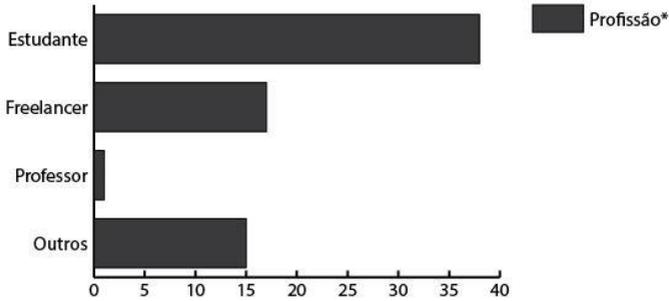


Figura 2: Profissão do público-alvo

(* indica que poderia ser marcado todas as opções)

A primeira questão se referia à profissão. A maioria dos pesquisados eram estudantes, mas grande parte também tinha outras ocupações. E até mesmo mais de uma.

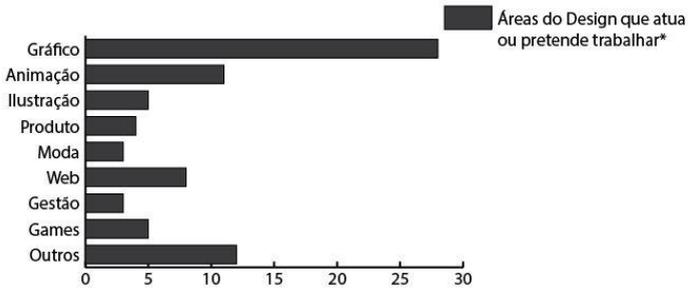


Figura 3: Área de atuação do público-alvo

(* questão aberta)

Essa questão foi feita para os pesquisados escreverem livremente, pois o Design abrange muitos campos, e dificilmente conseguiria enumerar todos. Algumas das respostas foram

focadas em várias ramificações do design gráfico (Branding, Editorial, Tipografia, etc.) então foram quantificadas como área do design gráfico. A área indicada como outros (interiores, design de serviços, design social, etc.) foca nos tipos de design que tiveram menor citação nas respostas.

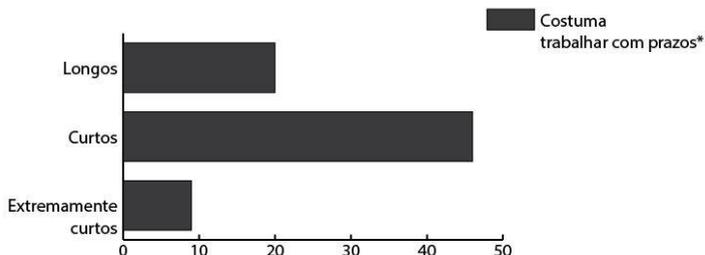


Figura 4: Tipos de prazos trabalhados pelo público-alvo

(*indica que poderia ser marcado todas as opções)

Como um dos parâmetros do presente objeto de estudo tem a ver com o tempo que o público-alvo consegue dedicar a pesquisa projetual dos seus trabalhos, foi importante questionar sobre os prazos que eles costumam ter para elaborar e executar todo o processo até o final. A maioria lida com prazos curtos, mas houve um entendimento que isso também tem a ver com a sua área de atuação e diversidade de projetos trabalhados ao mesmo tempo.

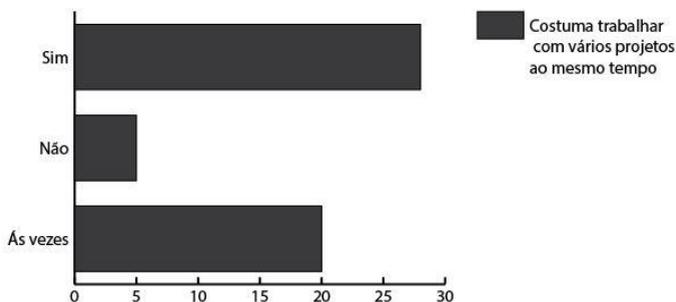


Figura 5: Variedade de projetos executados ao mesmo tempo pelo público-alvo

A maioria dos questionados trabalham em vários projetos ao mesmo tempo, seja por ser estudante e trabalhador, seja por ser professor e estudante. Isso demonstra a importância de se ter acesso rápido e objetivo a informações relevantes para uma boa projeção. Infelizmente, tempo é um condicionante do trabalho de todo designer, porque é preciso analisar o problema, levantar dados sobre desastres a evitar e soluções a serem testadas, a que público-alvo se destina, etc. É o que diferencia os designers dos chamados “micreiros”, que podem utilizar muito bem as ferramentas, mas não tem preocupação alguma com o processo projetual.

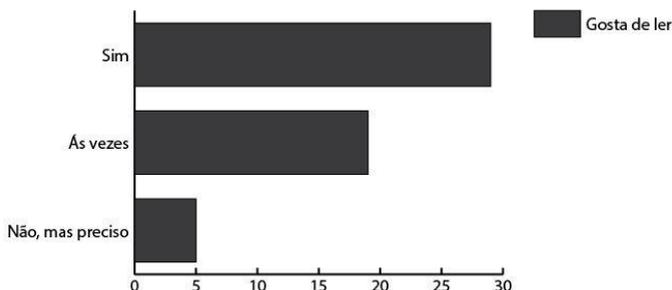


Figura 6: Gosto por leitura

Os pesquisados foram questionados por seu gosto por leitura, se era uma questão de ter prazer em ler, ou simplesmente liam por obrigação. A maioria tem prazer em ler, embora muitos sintam um pouco de “preguiça” e poucos se dizem leitores por obrigação. Este item é um tanto questionável, mas como os próprios pesquisados responderam, quanto mais curto e objetivo o livro maiores as chances de ser lido em sua totalidade.

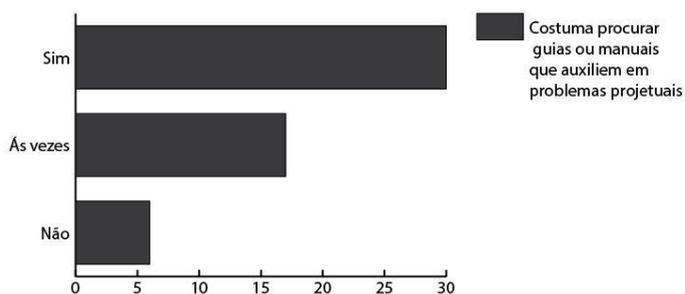


Figura 7: Procura por guias ou manuais para auxílio nos projetos

Essa questão além de conter as opções de escolha, deixava abertura para responderem sobre os motivos acerca das mesmas. A maioria recorre a guias e manuais, sejam eles através de compras físicas e/ou virtuais, ou empréstimos na biblioteca. Os que responderam às vezes, explicaram que dependia muito do tempo que tinham disponível para entrega do trabalho, e assim acabavam seguindo sempre uma receita projetual de costume, e não arriscavam muito em procurar outras soluções. A minoria que diz não procurar por guias ou manuais, na verdade quis dizer que não tem hábito de consultar livros porque encontra muitos materiais à sua disposição na web, como blogs e vídeos tutoriais.

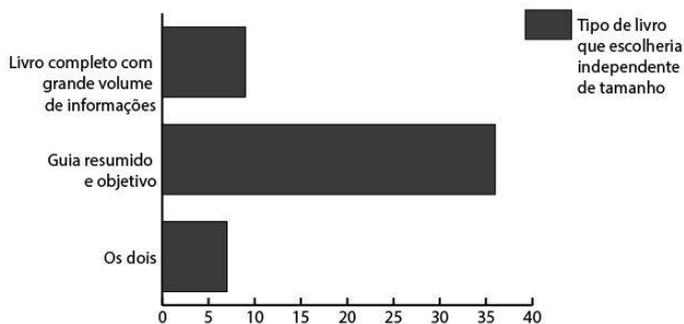


Figura 8: Tipo de livro que escolheria para ler

Nesta questão pode se ter a certeza da certeza da urgência com que os pesquisados lidam com seus projetos. Os que gostam de ler dizem que leriam os dois tipos de livros, mas que isso depende do prazo que tem para entrega dos projetos, já os que trabalham com longos prazos não veem problema em lidar com grandes volumes de informações, enquanto os que “gostam de ler” e os que “não gostam de ler mas precisam ler”, se dizem mais interessados pelo guia resumido pela objetividade e praticidade e também, claro, pelo fator tempo.

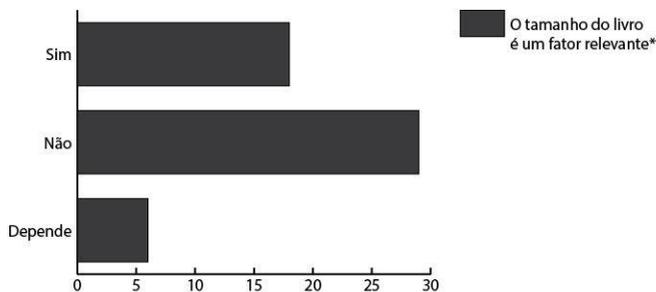


Figura 9: Relevância do tamanho do livro

(* questão aberta para entender os motivos da escolha)

Esta questão é de suma importância para o objeto de estudo do presente projeto, pois dela se obterá informações palpáveis para a elaboração das dimensões do livro. Os que responderam sim, explicaram que gostam de poder carregar o livro para todos os lugares, porque trabalham/estudam em mais de uma empresa/universidade e seu tempo para leitura é no ônibus, no trajeto de um lugar para o outro. E há também a dificuldade de manusear um livro com grandes dimensões. Os que responderam não, explicaram que desde que o material seja relevante e importante não importa o seu tamanho, irão ler de qualquer maneira. Já os que responderam depende, alegaram que além do fator transportável, tem o fator espacial, pois muitos residem com outros colegas, e disputam espaço para organizar seu material. E além disso, alegaram também o fator tempo, se estão com tempo, não se importam de ficar na biblioteca lendo um livro de grandes dimensões, mas deixaram claro que não gostariam de ter que carregá-lo.

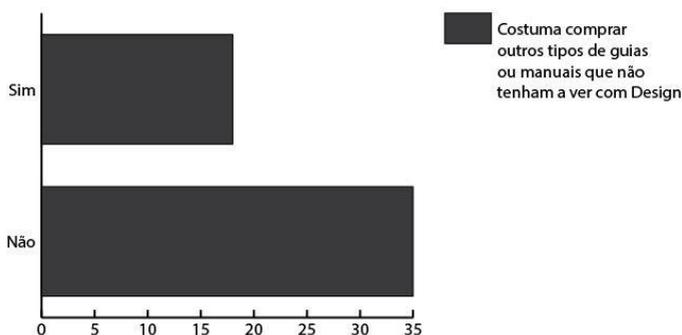


Figura 10: Aquisição de outros tipos de guias ou manuais

(* questão aberta para entender os motivos da escolha)

A maioria respondeu que não tem o hábito de comprar guias ou manuais que **não** tenham a ver com Design. Mas os que responderam sim, citaram diversas áreas, desde artesanato, línguas estrangeiras, culinária, etc.

3.6. SIMILARES

Nesta etapa do projeto é apresentado um estudo de similares e alternativas existentes de livros de dicas e manuais de design. Os exemplos são apresentados conforme as informações das fichas técnicas disponibilizadas nos sites de livrarias.

Exemplo 01

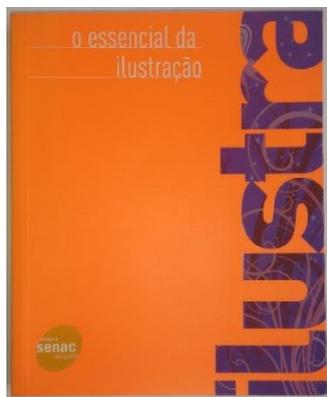


Figura 11: Exemplo 01 de similar²

Livro: O Essencial da Ilustração

Autor: Steven Caplin e Adam Banks

Medidas: 16,5 x 13,5 cm

Papel: Não contém esta informação.

Tipografia: Não contém esta informação.

Páginas: 224

Ano: 2012

Edição: 1^a

Encadernação: Não contém esta informação. Capa flexível.

Tradução: Luciana Salgado

Sinopse³: Este manual orienta da escolha do equipamento de criação de ilustrações digitais ao planejamento da rotina de um escritório montado para essa finalidade. Computadores, monitores e impressoras

² Fonte: Imagens do exemplar obtidas pela autora.

³ <http://www.saraiva.com.br/o-essencial-da-ilustracao-4040624.html>
(Acesso em 23/08/2015)

são analisados com objetividade quanto a suas capacidades, limitações e preço de mercado; programas para a realização de pinturas, desenhos digitais e modelagem em 3D são apresentados por meio de exemplos que ilustram, passo a passo, a utilização de ferramentas de geração, edição e finalização de imagens.

Exemplo 2

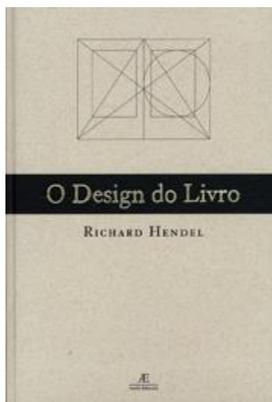


Figura 12: Exemplo 02 de similar⁴

Livro: O Design do Livro

Autor: Richard Hendel

Medidas: 19 x 27,5 cm

Papel: Não contém esta informação.

Tipografia: Monotype Garamond e Meta.

Páginas: 224

Ano: 2006 (1ª Edição 2003)

Edição: 2ª

Encadernação: Não contém esta informação. Capa Dura.

Tradução: Geraldo Gerson de Souza e Lúcio Manfredi

⁴ http://www.atelie.com.br/shop/img/loja/79_01.jpg (Acesso em 29/03/2015)

Sinopse⁵: O maior desafio do designer de livros não é criar um objeto bonito, mas descobrir a melhor maneira de servir às palavras do autor. O premiado artista gráfico americano Richard Hendel e outros oito designers apresentam, neste volume, alguns de seus mais importantes projetos visuais. Hendel analisa a escolha do formato, a seleção dos tipos, a disposição da mancha, entre outros aspectos. Traduzida pela primeira vez para o português, esta obra é de grande valia aos profissionais do meio editorial.

Exemplo 3



Figura 13: Exemplo 03 de similar⁶

Livro: A Produção de um Livro Independente - Indie Publishing: Um guia para autores, artistas e designers.

Autor: Editado por Ellen Lupton.

Medidas: 18 x 24,5 cm.

Papel: Não contém esta informação.

Tipografia: Auto e Dolly, design da Underware, e Vinyl, design de John P. Corrigan.

Páginas: 176

Ano: 2011

Edição: 1^a

⁵ <http://www.atelie.com.br/livro/design-livro> (Acesso em 29/03/2015)

6

http://img.martinsfontespaulista.com.br/Imagens/produtos/14/648314/648314_Ampliada.jpg (Acesso em 29/08/2015)

Encadernação: Não contém esta informação. Capa flexível.

Tradução: Maria Lúcia L. Rosa.

Sinopse: Este guia prático é dirigido a pessoas com qualquer história de vida, que queiram criar e distribuir seu próprio conteúdo, desde projetos pessoais que usam técnicas tradicionais para fazer livros até grandes iniciativas que empregam métodos de impressão industrial. Os autores tratam de aspectos comerciais da publicação independente, desde como obter um ISBN (e por que você irá precisar de um) até usar serviços de distribuição *online* e tecnologias de impressão digital. Eles também exploram princípios visuais do design, levando o autor passo a passo pelo processo de planejamento e produção de um livro que seja pessoal ou profissional, descompromissado ou detalhista.

Exemplo 4

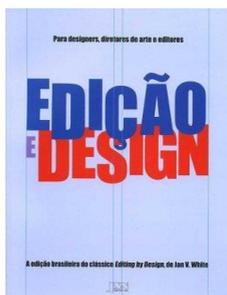


Figura 14: Exemplo 04 de similar⁷

Livro: Edição e Design

Autor: Jan V. White

Medidas: 21,5 x 27,5 cm

Papel: Não contém esta informação.

Tipografia: Não contém esta informação.

Páginas: 247

Ano: 2006

7

https://skoob.s3.amazonaws.com/livros/3375/EDICAO_E_DESIGN_123136_1870B.jpg (Acesso em 29/03/2015)

Edição: Edição brasileira baseada na 3ª edição atualizada americana.

Encadernação: Não contém esta informação. Capa flexível.

Sinopse⁸: Esta edição completamente atualizada de um guia clássico mostra a uma nova geração de editores e designers como fazer para que suas publicações falem alto. Os leitores vão encontrar um compêndio de dicas práticas para um casamento feliz entre forma e conteúdo, de modo que a história contada e o design se reforcem mutuamente e criem páginas irresistíveis para os leitores.

Exemplo 5



Figura 15: Exemplo 05 de similar⁹

Livro: Guia Prático de Design Editorial: Criando Livros Completos

Autor: Aline Haluch

Medidas: 18 x 23 cm

Papel: Não contém esta informação.

Tipografia: Scala San Serif, ITC Legacy Sans e Tarzana Narrow.

Páginas: 103

⁸ <http://www.saraiva.com.br/edicao-e-design-1638945.html> (Acesso em 29/03/2015)

⁹

<http://s3.amazonaws.com/img.iluria.com/product/7E0B2/141033/450xN.jpg> (Acesso em 29/03/2015)

Ano: 2013

Edição: 1ª

Encadernação: Não contém esta informação. Capa flexível.

Sinopse¹⁰: Após ter ministrado diversos cursos de design editorial e projetado centenas de livros, Aline Haluch condensou neste Guia prático de design Editorial, preciosas informações sobre como criar livros. Aprenda aqui a compreender o briefing de um projeto editorial, metodologias de trabalho, como fazer escolhas técnicas de especificações tipográficas, como utilizar grids e estilos, integrar imagens e ilustrações aos projetos, criar capas. Aprenda a utilizar essas informações e muitas outras em conjunto na criação de seus projetos. Veja como preparar os arquivos para produção, finalizar e conferir para evitar erros, definir os acabamentos e outras questões de produção gráfica. Veja o início, meio e fim do processo. O Guia prático de design Editorial: Criando livros completos é um material sintético, útil e aprofundado para ajudá-lo em seus projetos editoriais.

Exemplo 6

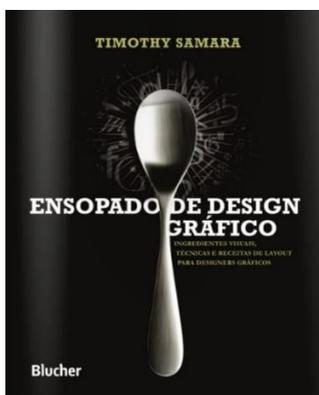


Figura 16: Exemplo 06 de similar¹¹

Livro: Ensopado de Design Gráfico

¹⁰ http://www.saraiva.com.br/guia-pratico-de-design-editorial-criando-livros-completos-5282320.html?mi=VITRINECHAORDIC_similaritens_product_5282320

¹¹ <http://www.blogditudu.com.br/wp-content/uploads/2011/02/Ensopado.jpg> (Acesso em 29/08/2015)

Autor: Timothy Samara

Medidas: 21 x 26 cm

Papel: Não contém esta informação.

Tipografia: Não contém esta informação.

Páginas: 247

Ano: 2010

Edição: 1^a

Encadernação: Não contém esta informação. Capa dura.

Sinopse: Um bom designer assim como um bom *chef*, não só conhece bem cada ingrediente, como também sabe distinguir e combinar suas características para criar experiências harmoniosas. Comparando o designer a um *chef*, o autor Timothy Samara leva o leitor a conhecer diversos ingredientes, instrumentos e técnicas necessárias para a criação de receitas de design de sucesso. Este livro é dividido em seções fáceis de serem seguidas que incluem técnicas básicas de design, ingredientes gráficos e receitas de projetos.

3.6.1 AVALIAÇÃO DOS SIMILARES

É importante frisar que os similares foram analisados em relação ao seu tamanho, formato e conteúdo. O formato de um livro é determinado pela relação entre altura e a largura da página. Conforme Haslam (2007), esse termo é algumas vezes usado erroneamente, fazendo referência a um determinado tamanho. Entretanto, livros de diferentes dimensões podem compartilhar de um mesmo formato. Tschichold (2007) ressalta a importância da proporção definida para o formato do livro, defendendo que a utilidade e a estética de qualquer material impresso – desde um livro até um folheto – dependem, em última instância, da relação da página, decorrente do tamanho do papel usado. O mesmo autor ressalta, ainda, a importância de uma proporção definida¹² afirmando que “o ser humano acha os planos de proporções definidas e intencionais mais agradáveis ou mais belos do que os de proporções acidentais” (TSCHICHOLD, 2007, p. 64).

¹² O autor considera claras, intencionais e definidas as proporções de páginas irracionais geometricamente definíveis como 1:1,618 (Seção Áurea), 1:√2, 1:√3, 1:√5, 1:1,538 e as simples proporções racionais de 1:2, 2:3, 5:8 e 5:9.

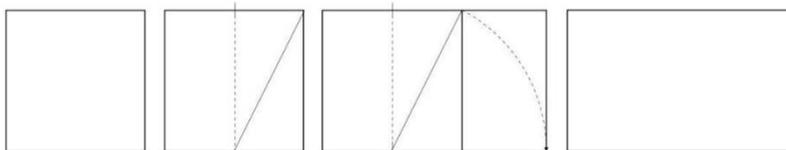


Figura 17: Seção Áurea¹³

Segundo Haslam (2010), os livros são geralmente projetados em três formatos principais: paisagem, formato cuja altura da página é menor que a largura; retrato, cuja altura da página é maior que a largura; e quadrado. Conforme o autor, um livro pode ter qualquer formato e tamanho, mas por razões práticas, estéticas e de produção faz-se necessária uma consideração minuciosa para que o formato seja adequado à leitura e ao manuseio do livro, além de economicamente viável, ou seja, que permita o manuseio da matéria-prima durante a produção.

Existem também os formatos especiais, que são usados como elementos de estilo. Quando a utilização é bem-sucedida, permite que o livro se destaque no ponto de venda e se torne um fator influenciador na compra.

Para entender um pouco da relevância do livro enquanto volume, é interessante citar, segundo Chartier (1999), uma classificação baseada na ideia de que o tamanho dos livros tinha relação com uma certa importância hierárquica:

- O grande *in-fólio* (figura 17) era considerado um livro de estudo, que se coloca sobre a mesa. Um exemplar da escolástica, do saber;
- Os formatos médios (figura 18) eram os lançamentos, dos humanistas; seriam os clássicos antigos copiados antes de Gutemberg;
- O *libellus* (figura 19), ou seja, livro que pode ser levado no bolso, era um formato de preces e devoção; algumas vezes, ainda, de diversão.

Essa relação de hierarquia entre o tamanho físico da obra e a importância do seu discurso é perceptível até hoje. Um exemplo que está presente no cotidiano são as edições *pocket*. Tais exemplares possuem

¹³ Fonte: (HASLAM, 2010). Adaptado pela autora.

tamanhos reduzidos, são livros práticos e com preços econômicos, podendo ser enquadrados na classificação *libellus*. São edições de títulos dos mais diversos gêneros, geralmente com uma aceitação consolidada. Têm seu caráter popular ainda mais reforçado pois são encontrados nos mais diversos tipos de estabelecimentos. Por não conterem a importância de um grande *in-fólio* e nem um design diferenciado e atrativo, não apresentam características de atemporalidade, ou seja, não são livros para serem guardados com cuidado, e sim para serem manuseados e lidos em qualquer lugar.

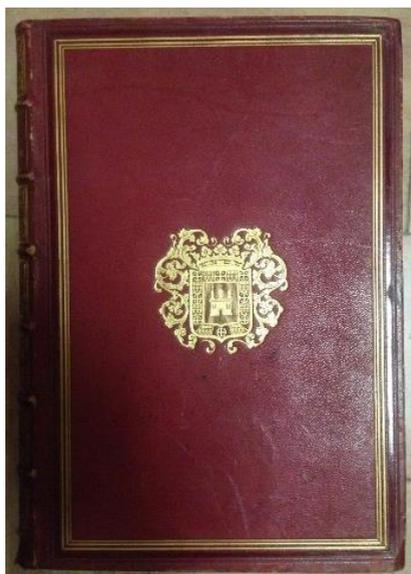


Figura 18: In-fólio¹⁴

¹⁴ Fonte: https://www.vialibri.net/552display_i/year_1856_0_884341.html (Acesso em 12/06/2015)



Figura 19: Exemplo de livro médio manuscrito – Codex Zacynthius¹⁵

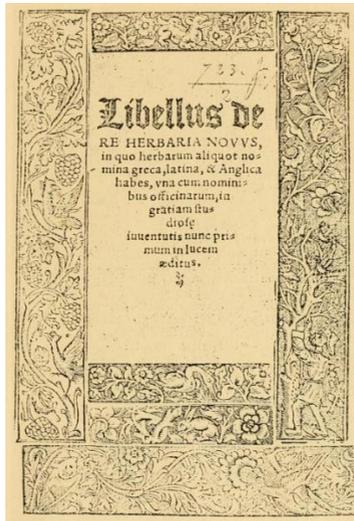


Figura 20: Exemplo de libellus de 1538¹⁶

¹⁵ Fonte: www.portaluniversogospel.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Codex-Zacynthius.jpg (Acesso em 12/06/2015)

¹⁶

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/48/William_Turner_Libellus_de_Re_Herbaria_1538_candido_lectoris_SPD_page_02.jpg (Acesso em 29/03/2015)

Atualmente, os livros que não são pensados por designers, seguem um padrão segundo a casa editora, ou o autor independente procura um serviço especializado. As figuras abaixo demonstram alguns exemplos de tamanhos e especificações conforme as editoras e as empresas que fazem este tipo de serviço, e mais adiante há a avaliação dos similares apresentados no tópico anterior.



Figura 21: Tamanhos de livros do portal de publicação Perse para autores independentes¹⁷



Figura 22: Tamanhos de livros do portal de publicação Bubok para autores independentes¹⁸

¹⁷ Fonte: <http://www.perse.com.br/novoprojetoperse/livros-do-perse.aspx> (Acesso em 29/03/2015)

¹⁸ Fonte: <http://www.bubok.pt/blog/como-evitar-erros-no-interior-do-seu-livro/> (Acesso em 29/03/2015)

A melhor opção para sua obra com diversos formatos:

13,5 x 19 cm - Forma simples e rápida para pequenas impressões. Saiba mais...

14 x 20 cm - Tamanho mais indicado para melhor aproveitamento do papel

16 x 23 cm - Utilizado quando sua obra possui maior quantidade de páginas

21 x 28 cm - Usado para revistas, apostilas, etc

Pocket (Formato de Bolso) - Tamanhos personalizados

Personalizado - Envie nos seu projeto para uma avaliação

Figura 23: Relação de tamanhos de livros da Editora Soares¹⁹

Avaliação do Exemplo 1:



Figura 24: Análise do livro O Essencial da Ilustração²⁰.

O livro *O Essencial da Ilustração* foi escolhido como um dos exemplos por conta de seu formato, organização do conteúdo e dimensões reduzidas, o que o torna muito prático para carregar. Suas dimensões são evidentemente diferentes dos livros *pockets* padrões, mas sua estrutura é muito bem organizada. Na segunda imagem há uma comparação de seu

¹⁹ Fonte: editorasoares.com/seu-livro-impresso/ (Acesso em 29/03/2015).

²⁰ Fonte: Imagens do exemplar obtidas pela autora.

tamanho com o de um livro de grandes proporções. O conteúdo deste exemplar é composto por texto, imagens e ilustrações, conforme mostra a terceira imagem, mas seu diagrama em duas colunas é muito bem resolvido, mesmo quando se subdivide em quatro colunas para distribuir melhor as legendas das imagens. Possui glossário e os capítulos são divididos por cores, conforme mostra a quarta imagem, facilitando ao leitor procurar algo específico. A encadernação é flexível, o que facilita segurar o livro sem maiores problemas durante a leitura. Abaixo, segue a organização do conteúdo pelo sumário.

■ **Introdução**

Introdução	6
------------	---

■ **O básico**

Do que você vai precisar 10

Monitores	14
-----------	----

Entradas e Saídas	16
-------------------	----

Métodos de Ilustração 18

Pintura	22
---------	----

Desenho	24
---------	----

Modelagem em 3D	26
-----------------	----

Animação	28
----------	----

■ **Pintura Digital**

Como funciona a pintura digital 32

Manipulação fotográfica	34
-------------------------	----

Fotomontagem	38
--------------	----

Mídias naturais	42
-----------------	----

Pixel art	46
-----------	----

Técnicas de Pintura 48

Camadas	50
---------	----

Máscaras de camadas	52
---------------------	----

Fotomontagem	54
--------------	----

Chanfro e entalhe	56
-------------------	----

Colorização do trabalho artístico	60
-----------------------------------	----

Faça você mesmo – Pop Art	62
---------------------------	----

Ilustração em multicamadas	66
----------------------------	----

■ **Desenho digital**

Princípios do desenho	72
Curvas de Bézier	74
Traço e preenchimento	78
Empilhamento e camadas	84
Desenho explodido	86
Técnicas de desenho	90
Pincéis	92
Linha, cor e tonalidade	96
Cartuns	100
Mapas e plantas	104
Desenho isométrico	110
Desenho técnico	114
Diagramas ilustrativos	118
Diagramas estatísticos	122
Tracejado	126
Malhas e distorção	128
■ Ilustração 3D	
 Aplicativos em 3D	132
Bryce	134
Poser	138
 Modelagem e renderização em 3D	140
Modelagem em 3D	142
Iluminação	144
Texturização	148
Renderização	152
3D em 2D	154
■ Animação	
 Animação digital	158
Flash	160
After Effects	162
Toon Boom Studio	164
Gifs animados	166
Animação em 3D	168
■ Artista profissional	
 O trabalho de ilustrador	174
Atender a clientes	176

Ganhar dinheiro	178
Direitos autorais e fonte da imagem	180

■ Referências

Referências técnicas	184
Modos de cor	188
Gerenciamento de cores	192
Formatos de arquivo	196
Filtros essenciais do Photoshop	200
Glossário	210
Índice	218
Créditos	224

Avaliação do **Exemplo 2:**

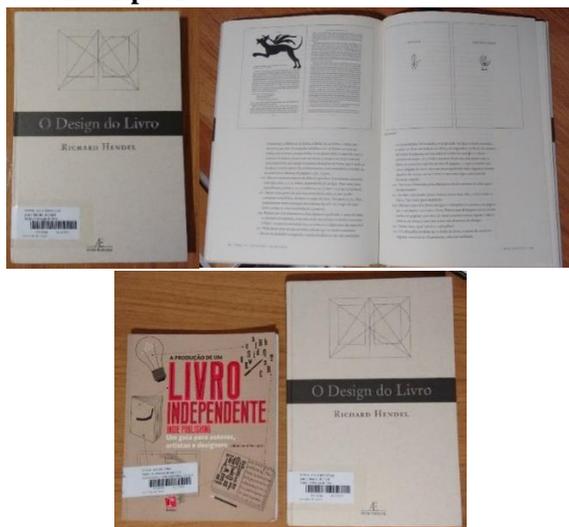


Figura 25: Análise do Livro O Design do Livro²¹

O livro O Design do Livro foi escolhido como um dos exemplos por conta de seu formato e conteúdo, pois suas dimensões não são muito práticas para quem deseja carregá-lo para diversos lugares. Sua estrutura

²¹ Fonte: Imagens do exemplar obtidas pela autora

interna é amplamente satisfatória para organização e entendimento do conteúdo. O conteúdo deste exemplar são textos e imagens variadas de acordo com o assunto tratado. Possui glossário e indicações de outras leituras relevantes. A encadernação é rígida, de ótima qualidade, mas este livro é mais apropriado para ser consultado aberto sobre uma mesa, pois tem um peso significativo para ser apoiado somente com as mãos, o que torna difícil folhear as páginas. A terceira imagem compara um livro de capa flexível e com a altura diferente do exemplar, e em relação a maneabilidade, este livro é mais fácil de ser manuseado que o exemplar. Abaixo, segue a organização do conteúdo pelo sumário.

Sumário

Leia-me *xi*

Introdução *1*

1 PARECENDO COM LIVROS 7

Livros para os Dias de Hoje *11*

As Verdades Efêmeras *24*

E daí? *25*

A taça de Cristal Quebrou? *28*

2 O DESIGN COMEÇA AQUI 31

O Design de *High Lonesome* *63*

O Design de *O Design do Livro* *81*

3 COMO OS DESIGNERS TRABALHAM 91

David Bullen *95*

Ron Costley *109*

Richard Eckersley *131*

Sandra Strother Hudson *151*

Mary Mendell *161*

Anita Walker Scott *173*

Humphrey Stone *187*

Virginia Tan *201*

Glossário *213*

Outras leituras *217*

Índice *219*

Avaliação do Exemplo 3:

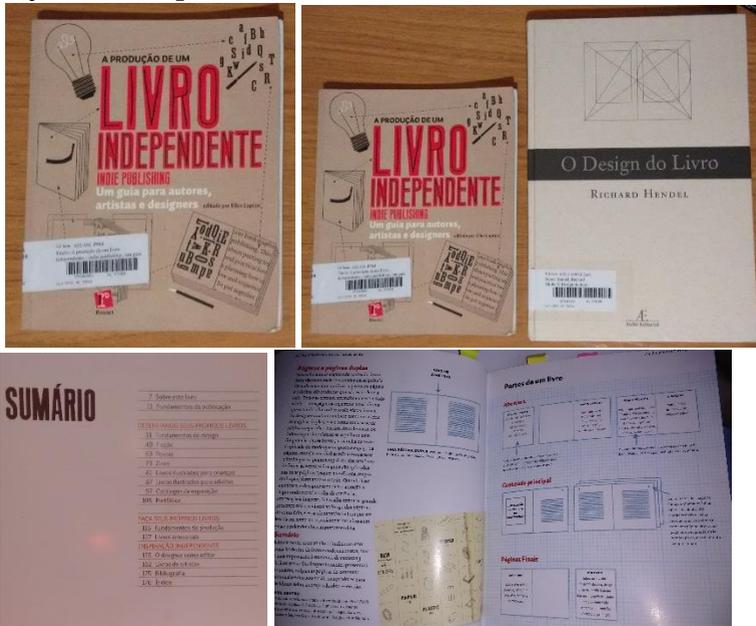


Figura 26: Análise do Planejamento Visual Gráfico²²

O livro *A Produção de um Livro Independente Indie Publishing: Um guia para autores, artistas e designers* foi escolhido por seu formato, dimensões e conteúdo, pois se trata de um livro ilustrado e servirá de base para as informações do presente projeto de conclusão de curso. Suas dimensões são apropriadas para ser consultado em qualquer lugar. O tamanho e o peso do livro são de extrema importância para o público-alvo, o qual quer ter liberdade para carregar o manual para qualquer lugar, mas o conteúdo de qualidade também é relevante. Na quarta imagem mostra a diagramação interna do livro, que trabalha muito bem texto, imagens e organização das informações, como os esquemas explicativos das partes que compõem um livro. As seções dividem as informações de forma clara, facilitando o acesso rápido às informações. Não possui glossário. A linguagem do livro é clara, e dialoga diretamente com o leitor. A segunda imagem compara as dimensões dos exemplares, demonstrando uma diferença significativa do peso e tamanho, mas ambos

²² Fonte: Imagens do exemplar obtidas pela autora

são extremamente importantes quanto ao conteúdo. Abaixo, segue a organização do conteúdo pelo sumário, conforme a terceira imagem.

Sumário

- 07 Sobre este livro
- 11 Fundamentos da publicação

DESENHANDO SEUS PRÓPRIOS LIVROS

- 31 Fundamentos do design
- 49 Ficção
- 63 Poesia
- 73 Zines
- 81 Livros ilustrados para crianças
- 87 Livros ilustrados para adultos
- 97 Catálogos para exposição
- 105 Portfólios

FAÇA SEUS PRÓPRIOS LIVROS

- 115 Fundamentos da produção
- 127 Livros artesanais

INSPIRAÇÃO INDEPENDENTE

- 155 O designer como editor
- 162 Livros de artistas
- 175 Bibliografia
- 176 Índice

Avaliação do Exemplo 4:

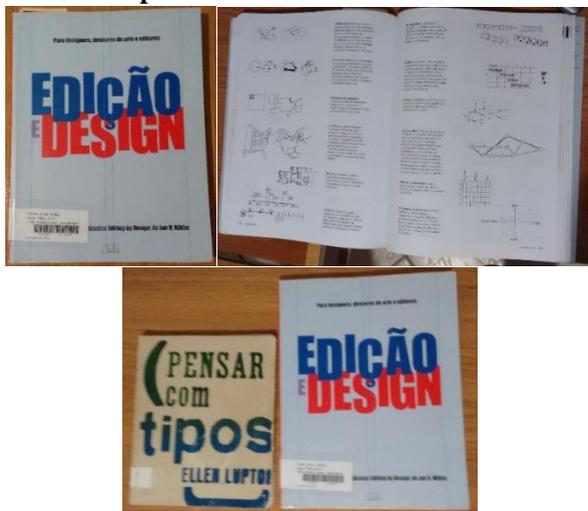


Figura 27: Análise do Livro Edição e Design²³

O livro Edição e Design foi escolhido por seu conteúdo e pela linguagem divertida e informal e também por ser um livro com ilustrações. É um exemplar de dimensões grandes, o que torna difícil carregá-lo e manuseá-lo em qualquer lugar. Sua diagramação é bastante diferenciada, pois o autor se utiliza muito bem dos espaços brancos para explicar cada assunto e demonstrar como se pode fazer um design diferenciado sem perder a qualidade da informação. Na terceira imagem foi feito um comparativo quanto ao tamanho e a maneira de manusear o livro, neste quesito o exemplar está em desvantagem. Abaixo, segue a organização do conteúdo pelo sumário.

SUMÁRIO

Agradecimentos	vii
Introdução: Trabalho em equipe.....	1
A publicação.....	3

²³ Fonte: Imagens do exemplar obtidas pela autora

Indução.....	9
Espaço.....	15
Desfile.....	29
Colunas e Grades.....	43
Margens.....	55
Espaçamento.....	61
Largura.....	67
Escala grande.....	75
Contraste.....	81
Disfarçar.....	85
Simetria e Assimetria.....	89
Tipologia de texto.....	93
Títulos e Subtítulos.....	109
Entretítulos e Capitulares.....	123
Citações entre aspas.....	129
Legendas.....	133
Imagens.....	143
Gráficos.....	157
Boxes e Fios.....	171
Sombreamentos.....	181
Capas.....	185
Sumário.....	189
Sinais gráficos.....	195

Cor.....	201
Originalidade.....	217
Checagem.....	223
Apêndice: Perguntas e respostas.....	231
Glossário.....	240
Índice.....	245

Avaliação do **Exemplo 5**:



Figura 28: Análise do Guia Prático de Design Editorial – Criando livros completos²⁴

²⁴ Fonte: Imagens do exemplar obtidas pela autora.

O Guia Prático de Design Editorial – criando livros completos, foi escolhido como um dos exemplos não só por conta do formato e dimensões, mas principalmente por seu conteúdo e linguagem. Sua diagramação é bem organizada e simplificada. A autora relata alguns casos onde os erros poderiam ter sido evitados se o planejamento projetual tivesse sido feito com mais atenção. A terceira imagem traz uma comparação do tamanho entre os livros, mas não houve maiores interferências para manuseá-los. Ambos são práticos para carregar, a diferença é que o exemplar analisado possui um volume menor de páginas em relação ao outro. Abaixo, segue a organização do conteúdo pelo sumário.

Apresentação: Como este livro nasceu **12**

1 Introdução **16**

Oportunidades de trabalho | Breve panorama histórico

Gostar de ler / Gostar de ver • *um exercício rápido* / Tipos de livros

2 Por onde começar? Organize-se! **29**

Vamos começar o projeto gráfico? *Leitura dos originais – conceito e linguagem; formatos; margens; definição do tipo da letra – legibilidade e design; mancha de texto e modulação; inserção e correção do texto.*

3 Trabalhando no arquivo digital **63**

Principais softwares de editoração; cuidados na montagem do arquivo e na finalização de trabalhos, tratamento de imagens, envio de arquivos no formato PDF.

4 A capa do livro **80**

Inovação, a disputa pelas vitrines e o papel do designer. Os elementos essenciais da capa; imagem e ilustração. Montando a embalagem completa! Orelhas, quarta capa e lombada.

5 Acabamentos e recursos gráficos **93**

Vernizes, relevos e facas especiais. Acabamentos de capa: brochura, sobrecapa, capa dura e capa flexível. Os papéis mais utilizados.

6 Conclusão **101**

Avaliação do Exemplo 6:



Figura 29: Análise do Livro Ensopado de Design Gráfico²⁵

Este livro foi escolhido por seu título e conteúdo. O autor compara o *designer* a um *Chef* de cozinha e traz receitas de esquemas, dicas e orientações sobre combinações de vários elementos que ajudam a esquematizar projetos gráficos. Seu conteúdo é basicamente ilustrações, textos (quarta imagem) e alguns esquemas mais elaborados (quinta imagem). Não é um livro prático para carregar, devido ao seu tamanho e o grande volume de páginas. Abaixo, segue a organização do conteúdo

²⁵ Fonte: Imagens do exemplar obtidas pela autora

pelo sumário, que se apresenta como um cardápio de restaurante (segunda imagem).

(Primeira página)

CONTEÚDO

8

{Apresentação} *O Designer enquanto Chef*

10

Como Usar este Livro

12

TÉCNICAS BÁSICAS

14

PREPARAÇÃO INICIAL

O Básico para Elaborar uma Composição Forte 16

Definindo uma Hierarquia Visual Clara 18

Simetria e Assimetria 19

Trabalhando com Imagens 20

Usando Formas Abstratas 21

Criando Relações de Cor Visualmente Dinâmicas 22

Usando a Cor para Enfatizar a Mensagem 24

Explorando a Cor para Reforçar a Hierarquia 25

Limitando (e Maximizando) a Paleta 26

Estratégias Rápidas e Fáceis de Codificação 27

Escolhendo e Combinando Tipos de Letras 28

Criando um Diálogo Visual entre Tipo e Imagem 30

Preparando Texto Amigável (e Belo!) para o Leitor 32

Usando Efetivamente um Arranjo em Colunas 34

Índice por Assunto **242**

Lista de Colaboradores **246** / *Agradecimentos* **247**

(Segunda página)

36

INGREDIENTES GRÁFICOS

38

INGREDIENTES PICTÓRICOS
Ícones, Formas Abstratas, Padrões e
Tratamentos Variados de imagens

76

SABORES CROMÁTICOS
Paletas de Cor Organizadas Visualmente e
por Conceito

106

PREPARADOS TIPOGRÁFICOS
Combinações de Tipos,
Tratamentos e Embelezamentos

140

APRESENTAÇÕES ESPACIAIS
Estruturas, Estratégias de Corte e
Conceitos de Proposição

160

RECEITAS DE PROJETOS

162

APERITIVOS E COMIDAS PARA VIAGEM
Design de Capa, Embalagem de Produtos Individuais,
Website simples e Propaganda Baseada em Imagem

186

Listas de páginas para categorias de ingredientes são encontradas no início de cada capítulo

PRIMEIROS PRATOS

*Páginas Editoriais Simples, Mostruário de Loja de Varejo,
Pôster e Campanha Publicitária*

208

PRATOS PRINCIPAIS E ENTRADA

Sistema de Embalagem, Website Complexo e Projeto de Livro

226

BANDEJA DE SOBREMESAS

Soluções Puramente Tipográficas

Com base nesta avaliação de similares, se pode definir que o formato mais adequado para o guia é o retangular, e deve ter proporções reduzidas para fácil manuseio e ser organizado por tópicos e subtópicos, facilitando ao leitor a busca pela informação de maneira rápida e clara. O guia também deve conter glossário elucidativo, pois muitos dos termos utilizados podem ser desconhecidos pelo leitor.

4. DESENVOLVIMENTO

Na primeira parte do Projeto de Conclusão de Curso, foi estabelecido que as etapas de projeção seriam feitas com o auxílio da metodologia de Bruce Archer (1966), que se resume em três fases (analítica, criativa e executiva). Esta metodologia foi escolhida para ser utilizada na parte de pesquisa com o público-alvo; pesquisa do mercado de livros tipo guia; pesquisa dos similares existentes; avaliação dos similares quanto ao tamanho, formato e conteúdo; organização das informações coletadas; processo de criação e verificação e execução. Durante o processo do PCC1, fez-se todas as pesquisas acima mencionadas com base nas necessidades do público-alvo (legibilidade, portabilidade e objetividade), e iniciou-se um levantamento do material existente que seria utilizado como conteúdo para o livro síntese, que após avaliação da banca, foi intitulado como um Guia para Estruturação de Projetos Gráficos Editoriais. Foram feitas as alterações recomendadas pela banca para um melhor entendimento do que seria e como seria este projeto, e também especificado que a parte de diagramação do guia seria a partir da metodologia do Prof. Dr. Luciano Patrício Souza de Castro. Após essa etapa, iniciou-se o refinamento do conteúdo disponibilizado pelo autor, e

assim partiu-se para o esboço de alternativas, e organização do processo de estruturação conforme as orientações do mesmo.

Na segunda etapa do projeto (PCC 2), primeiramente fez-se um resumo do conteúdo e escolha das imagens e ilustrações que deveriam estar no guia, com o auxílio do autor. Tendo definido esta parte, iniciou-se o tratamento das imagens, a produção das ilustrações e a definição do tamanho do guia, sendo que este aspecto é de suma importância segundo a pesquisa feita com o público-alvo. O guia contém, de maneira simples e objetiva, todas as etapas essenciais a uma boa estruturação de projetos gráfico-editoriais com base na escolha da tipografia para a criação do módulo, grid, diagrama e mancha gráfica. Abaixo segue o sumário do guia demonstrando de forma foi organizado o conteúdo:

SUMÁRIO

Introdução.....	4
Estruturação do Projeto Gráfico.....	7
1. Predefinição da forma da página.....	11
Página.....	12
Anatomia da página.....	13
Construção da forma da página.....	14
2. Definição da tipografia.....	17
Escolha da tipografia.....	18
Tamanho.....	25
Alinhamento de textos.....	26
<i>Tracking e Kerning</i>	29
Escolhendo a tipografia.....	32
Os testes tipográficos.....	33
3. Estabelecimento da entrelinha.....	36
Entrelinha (<i>leading</i>) e linha de base.....	36
4. Determinação do módulo.....	42
Módulo (do <i>grid</i>).....	42

5. Dimensionamento da forma da página e construção do <i>grid</i> (módulos).....	48
Grid.....	48
6. Representação do diagrama (largura de colunas e margens).....	54
Diagrama.....	54
Tipos básicos de diagramas.....	55
Diagrama retangular.....	56
Diagrama colunar.....	59
Diagrama modular.....	61
Largura de coluna.....	62
Tabela de composição.....	65
Cálculo do comprimento do alfabeto em caixa-baixa.....	66
Representação do diagrama (largura de colunas e margens)....	68
Margens.....	70
Margens e escala modular.....	71
7. Configuração e ativação da linha de base.....	78
8. Distribuição de texto e/ou imagem = mancha.....	82
Mancha.....	82
Glossário.....	88
Sugestões de leitura complementar.....	91

O capítulo um, Predefinição da forma da página, fala da necessidade de se definir a página de acordo com o conteúdo e o conceito, assim como, o público-alvo. Traz rápidas explicações sobre páginas, a anatomia das mesmas e as possibilidades de construção através de formas geométricas regulares e a partir de retângulo dinâmico e áureo.

O capítulo dois, Definição da tipografia, fala de como é fundamental considerar aspectos técnicos e conceituais que se adéquem às características da publicação que será empregada, e de como se deve avaliar a tipografia para saber se ela suprirá as necessidades do projeto. Também traz dicas de ajustes de *kerning* e *tracking* para evitar linhas órfãs e viúvas, assim como os temíveis “caminhos brancos” entre o texto. Neste capítulo encontra-se explicações de como escolher a tipografia

segundo a idade do público-alvo e de como proceder nos testes tipográficos.

O capítulo três, Estabelecimento da entrelinha, explica o que é a entrelinha e de como ela influencia na criação do módulo e sua importância para a legibilidade e leitura da mensagem que se deseja comunicar.

O capítulo quatro, Determinação do módulo, explica o que é o módulo, de que maneira se deve calculá-lo e de como utilizá-lo para configuração do *grid* no software de editoração.

O capítulo cinco, Dimensionamento da forma da página e construção do *grid* (módulos), fala sobre o que é o *grid*, e como utilizá-lo para produzir publicações de forma harmônica. Ensina como fazer o cálculo para redimensionamento da página e como utilizar o *grid* no *software* de editoração.

No capítulo seis, Representação do diagrama (largura de colunas e margens), traz explicações sobre o que é o diagrama e quais tipos básicos são utilizados em peças gráficas, falando um pouco sobre cada tipo. Também deixa claro a importância da largura de coluna, pois a mesma tem influência direta sobre o conforto ou desconforto visual do leitor. Traz exemplos de colunas estreitas e largas, e quando podem ou não serem utilizadas. Demonstra como utilizar a tabela de média de caracteres por linha (BRINGHURST, 2005) com o cálculo do comprimento do alfabeto em caixa-baixa para produzir colunas ideais e/ou satisfatórias ao projeto gráfico. Esclarece a utilização das margens na peça gráfica como uma moldura e como é interessante e apropriado o uso de uma escala modular, como a sequência Fibonacci. Também demonstra passo a passo como alterar o a largura de colunas e diagrama no *software* de editoração eletrônica.

No capítulo sete, Configuração e ativação da linha de base, vê-se cada etapa do procedimento para configuração das linhas de base no *software* de editoração eletrônica.

E finalmente, no capítulo oito, Distribuição de texto e/ou imagem = mancha, fala-se da mancha gráfica, o que é, como compô-la e da importância de que as disposições de todos os elementos das páginas estejam alinhadas sobre as guias da grade, estabelecendo um padrão de modulação estrutural. O guia conta com glossário para elucidar sobre os termos técnicos utilizados e também com uma lista bibliográfica como

sugestões de leitura complementar para o leitor poder se aprofundar nos assuntos citados no mesmo.

4.1. ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO

Toda a proposta foi composta segundo o modelo de estruturação de CASTRO e PERASSI, conforme as etapas e a sequência indicada no esquema abaixo:

1. Predefinição da forma da página.
2. Definição da tipografia.
3. Estabelecimento da entrelinha.
4. Determinação do módulo.
5. Dimensionamento da forma da página e construção do grid (módulos).
6. Representação do diagrama (largura de colunas e margens).
7. Configuração e ativação da linha de base.
8. Distribuição de textos e/ou imagens = mancha gráfica.

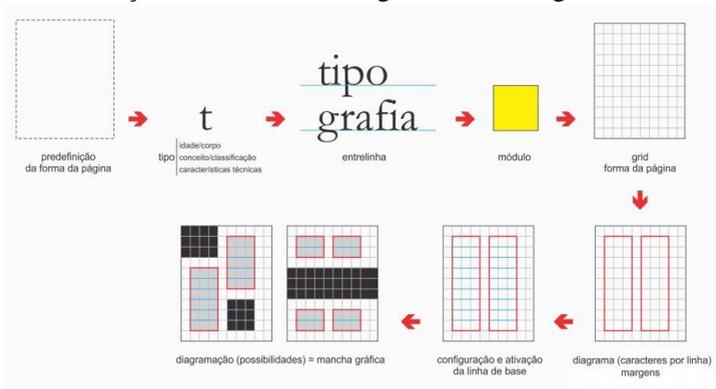


Figura 30: Representação esquemática das etapas do método de estruturação de projetos gráficos. (Fonte: CASTRO, 2013)

4.1.1 PREDEFINIÇÃO DA FORMA DA PÁGINA

Segundo Ambrose e Harris (2012, p.28) teoricamente, um designer pode utilizar o formato de página que preferir, embora o impacto visual seja questionável[...]. Para o designer ter vários formatos de página à disposição com proporções atraentes economiza tempo e é um bom ponto de partida para qualquer projeto.

De acordo com as características (conteúdos e conceitos) e objetivos (público-alvo), bem como questões técnicas como aproveitamento de papel e direção das suas fibras, é fundamental ter uma ideia inicial de dimensão da página, ou seja, do formato da publicação. Com base na pesquisa feita com o público-alvo, foi definido que teria um formato confortável para manusear e dimensões pequenas para poder ser facilmente transportado. O formato retangular foi desenhado com base no retângulo áureo, tendo inicialmente como medida 12 cm de largura x 19,5 cm de altura.

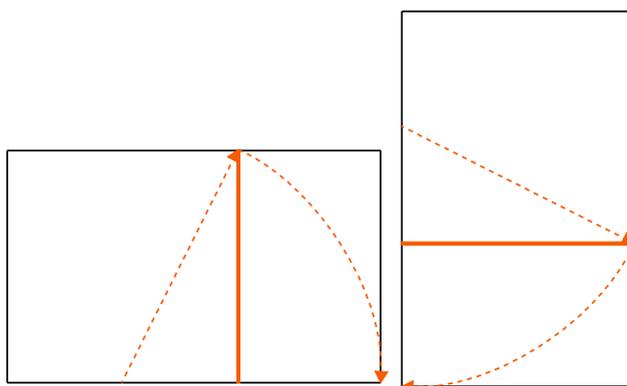


Figura 31: Retângulo áureo para definição inicial da página (produzido pela autora).

4.1.2. DEFINIÇÃO DA TIPOGRAFIA

Para a definição da tipografia foi necessário considerar os aspectos conceituais (portabilidade e legibilidade, neste caso, a cor não influencia nas diretrizes do projeto) e técnicos, responsáveis pela sua adequação às características da publicação que será empregada. Portanto as fontes inicialmente escolhidas foram julgadas da seguinte forma:

- a) **Apropriadas à tarefa e ao assunto; b) Serifadas ou não serifadas:** Foram escolhidas cinco fontes sem serifa (Tahoma, Calibri, Arial, Verdana e Helvética-Normal), pois por se tratar de um guia prático que intercala textos, imagens e ilustrações,

não havia necessidade de compor páginas com serifa para uma leitura fluente e ininterrupta.

- c) **Família tipográfica:** quanto maior a família tipográfica, melhores serão os recursos para utilizar na estruturação do projeto gráfico, pois se pode variar entre bold, italic, condensed, light, etc.

Tahoma Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

Tahoma Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

1234567890

(Tahoma: pouca variação na família tipográfica).

Arial Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

Arial Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890**

Arial Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890*

Arial Bold Italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890***

Arial Black

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890**

(Arial: variação suficiente na família tipográfica).

Calibri Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

Calibri Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz**

1234567890

Calibri Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz*

1234567890

Calibri Bold Italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz***

1234567890

Calibri Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

Calibri Light Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz*

1234567890

(Calibri: boa variação na família tipográfica).

Verdana Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

Verdana Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

1234567890

Verdana Italic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

Verdana Bold Italic

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890**

(Verdana: variação suficiente na família tipográfica).

Helvética Normal

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

Helvética Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890*

Helvética Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

Helvética Condensed

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

Helvética Condensed Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890*

Helvética Condensed Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890**

Helvética Condensed Bold Italic

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890**

...

(Helvética: Extensa variedade na família tipográfica).

- d) **Altura-x:** relação da altura da caixa-alta e caixa-baixa. Quanto maior a diferença, menor a legibilidade.

Tahoma: não há muita diferença na altura, boa legibilidade.

Tipografia

Arial: não há muita diferença na altura, boa legibilidade.

Tipografia

Calibri: não há muita diferença na altura, boa legibilidade.

Tipografia

Verdana: não há muita diferença na altura, boa legibilidade.

Tipografia

Helvética: não há muita diferença na altura, boa legibilidade.

Tipografia

- e) **Ascendentes e Descendentes:** quanto mais longas, mais difíceis de ler. As cinco tipografias analisadas possuem boa legibilidade.

Tahoma

Tipografia

Arial

Tipografia

Calibri

Tipografia

Verdana

Tipografia

Helvética

Tipografia

- f) **Contraste entre traços finos grossos:** quanto menor o contraste melhor a legibilidade (pois a leitura flui suavemente).

Tahoma Regular

Traço não-modulado; eixo racionalista (vertical); abertura moderada; serifas ausentes ou abruptas, de peso igual ao traço principal.

Tipografia

Arial Regular

Traço não-modulado; eixo racionalista (vertical); abertura moderada; serifas ausentes ou abruptas, de peso igual ao traço principal.

Tipografia

Calibri Regular

Traço não-modulado; eixo racionalista (vertical); abertura pequena; serifas ausentes ou abruptas, de peso igual ao traço principal; ligatura presente entre a letra “f” e “i”.

Tipografia

Verdana Regular

Traço não-modulado; eixo racionalista (vertical); abertura moderada; serifas ausentes ou abruptas, de peso igual ao traço principal.

Tipografia

Helvética Regular

Traço não-modulado; eixo racionalista (vertical); abertura moderada; serifas ausentes ou abruptas, de peso igual ao traço principal.

Tipografia

- g) **Adequadas ao processo de impressão e ao tipo de papel:** Fontes geométricas modernistas ou eminentemente realistas, ou neo-grotescas, como a Helvética, podem ser igualmente impressas em papeis ásperos e lisos, porque são fundamentalmente monocromáticas, ou seja, o peso de seus traços é praticamente uniforme.
- h) **Idade x Tamanho do tipo:** Segundo Cyril Burt (1959), há padrões de tipografia para textos a serem considerados.

Idade (anos)	Tipo (pontos)
Menor que 7	24
7 – 8	18
8 – 9	16
9 – 10	14
10 – 12	12
Maior que 12	11
19 – 26	9
Adultos	10
Terceira idade	12

Figura 32: Tabela de relações entre a idade do público-alvo e o tamanho da tipografia. Fonte: Adaptação dos autores de Burt (1959).

Como o público-alvo estabelecido pela pesquisa é de estudantes da graduação e profissionais da área editorial, foi definido que o tamanho das fontes para serem utilizadas no teste tipográfico, seriam entre 10 e 11 pt, variando a entrelinha entre 12 e 13 pt.

- i) Testes tipográficos:** Através de teste impresso das tipografias escolhidas, pode-se verificar se determinado corpo de um tipo pode ser adequado ou não, analisando sua altura-x que varia conforme a anatomia do tipo, assim como a análise das ascendentes e descendentes. Para este teste foram feitos blocos de texto com as cinco tipografias escolhidas em dois tamanhos de corpo e de entrelinha.



Figura 33: Teste tipográfico, primeira parte. Fonte: a autora.

abodelghjklmnopqrstuvwyz on reistimistauri, C. Umicat
ina, conihl vena, quam aus verude manum inverset crei pro
nio sent, fac net orentus senhil hll, qua vat gra ta, includam
ma, ubla sim nissa re con se et vo, confemhil usatistam.
Decur. Elefericribul con includam tus cononsum
porem fina, que numum avenes cutam, aperl pat.
Volus talut fatls am, qua inpribus frit; nox soidid
dendam issatis re ca; hors in tussa pecondem, Catla ete
me nentrlv esimissum intemum tabentend se actus inum
popopubisse inemus, con stissig natiend ucturim mei
pervis inc redit. Sercentenari faus comactalis eliesente
diusquis retor stiliae qua num facent ne in itam inihl
virmaximur, sunu quam sentil oltum dienhi lissignosil
tica Simoemir vltro a viveritquam ve, Caturu imunimo
in hala tam quem forensal poenam aurti fur. 1234567890

Helvética Regular 10pt
Entrelinha 12 pt

At vil haachus, uncluderum pon reistimistem auri, C. U
nicat ina, conihl vena, quam aus verude manum inverset
crei pro nio sent, fac net orentus senhil hll, qua vat gra ta,
includam ma, ubla sim nissa re con se et vo, confemhil.
Decur. Elefericribul con includam tus cononsum pore
m fina, que numum avenes cutam, aperl pat.
imunimo in hala tam quem forensal poenam aurti fur.
1234567890

Helvética Regular 10pt
Entrelinha 12pt

abodelghjklmnopqrstuvwyz on reistimistauri,
C. Umicat ina, conihl vena, quam aus verude
manum inverset crei pro nio sent, fac net oren
tus senhil hll, qua vat gra ta, includam ma, ubla
sim nissa re con se et vo, confemhil usatistam.
Decur. Elefericribul con includam tus cononsum
porem fina, que numum avenes cutam, aperl pat.
Volus talut fatls am, qua inpribus frit; nox soidid
dendam issatis re ca; hors in tussa pecondem, Catla ete
me nentrlv esimissum intemum tabentend se actus inum
popopubisse inemus, con stissig natiend ucturim mei
pervis inc redit. Sercentenari faus comactalis eliesente
diusquis retor stiliae qua num facent ne in itam inihl
virmaximur, sunu quam sentil oltum. 1234567890

Helvética Regular 10,5pt
Entrelinha 12,5 pt

At vil haachus, uncluderum pon reistimistem
auri, C. Umicat ina, conihl vena, quam aus ven
ude manum inverset crei pro nio sent, fac net oren
tus senhil hll, qua vat gra ta, includam ma, ubla
sim nissa re con se et vo, confemhil usatistam.
Decur. Elefericribul con includam tus cononsum
porem fina, que numum avenes cutam, aperl pat.
imunimo in hala tam quem forensal poenam aurti fur.

Helvética Regular 10,5pt
Entrelinha 13 pt

abodelghjklmnopqrstuvwyz on reistimistauri,
C. Umicat ina, conihl vena, quam aus verude
manum inverset crei pro nio sent, fac net oren
tus senhil hll, qua vat gra ta, includam ma, ubla
sim nissa re con se et vo, confemhil usatistam.
Decur. Elefericribul con includam tus cononsum
porem fina, que numum avenes cutam, aperl pat.
Volus talut fatls am, qua inpribus frit; nox soidid
dendam issatis re ca; hors in tussa pecondem,
Catla ete me nentrlv esimissum intemum tabentend
se actus inum popopubisse inemus, con stissig
natiend ucturim mei pervis inc redit. Sercentenari
faus comactalis eliesente diusquis retor stiliae
qua num facent ne in itam inihl virmaximur, sunu
quam sentil oltum dienhi lissignosil tica Simoemir
vltro a viveritquam ve, Caturu imunimo in hala
tam quem forensal poenam aurti fur. 1234567890

Helvética Regular 11pt
Entrelinha 13,2 pt

At vil haachus, uncluderum pon reistimistem auri, C.
Umicat ina, conihl vena, quam aus verude manum
inverset crei pro nio sent, fac net orentus senhil hll,
qua vat gra ta, includam ma, ubla sim nissa re con
se et vo, confemhil.
Decur. Elefericribul con includam tus cononsum
porem fina, que numum avenes cutam, aperl pat.
imunimo in hala tam quem forensal poenam aurti fur.
1234567890

Helvética Regular 11pt
Entrelinha 14 pt

Figura 34: Teste tipográfico, segunda parte. Fonte: a autora.

Com base em todos esses procedimentos para avaliar as tipografias, foi definido que a fonte que mais se adequava ao projeto seria a Helvética, por possuir uma família mais variada, ser legível em diferentes tamanhos e ter boa visibilidade quando impressa. O tamanho estabelecido para o corpo foi 10,5 pt.

4.1.3. ESTABELECIMENTO DA ENTRELINHA

É a partir da entrelinha que normalmente se determina a dimensão do módulo. A regra geral é um entrelinhamento correspondente ao corpo do tipo, mais 20%. Como o corpo da entrelinha é de 10,5 pt, estabeleceu-se uma entrelinha de 12,6 pt.

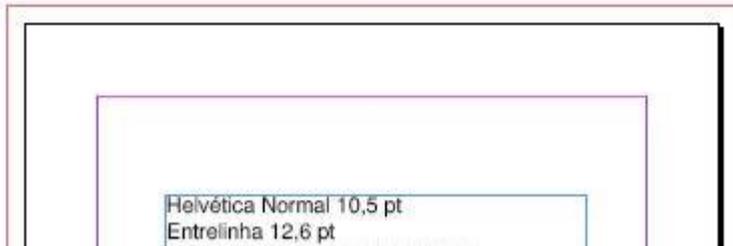


Figura 35: Print do Indesign demonstrando o estabelecimento da entrelinha. Fonte: a autora.

4.1.4. DETERMINAÇÃO DO MÓDULO

Para se determinar o módulo é necessário que se tenha escolhido o formato da página e a tipografia mais adequada ao projeto, como mostra os passos anteriores. Como já está estabelecido o valor da entrelinha, pode se calcular o valor do módulo, lembrando que 1pt equivale a 0,35275 mm.

Fonte: Helvética, corpo 10,5 pt

Entrelinha: 12,6 pt

1 pt 0,35275

12,6 pt x

$$1. x = 12,6 \cdot 0,35275$$

$$x = 4,44465$$

(Valor do módulo quadrado)

Esse valor foi utilizado no software de editoração para configuração do *grid* da página.

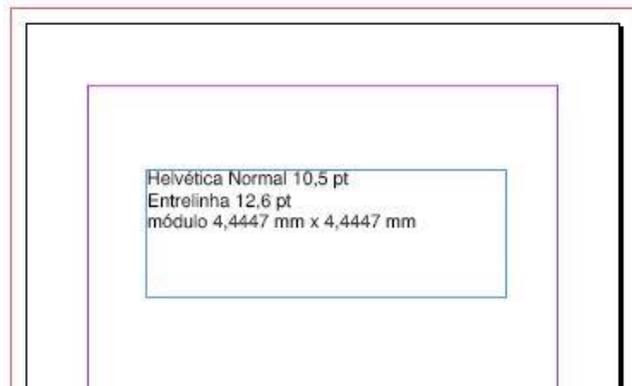
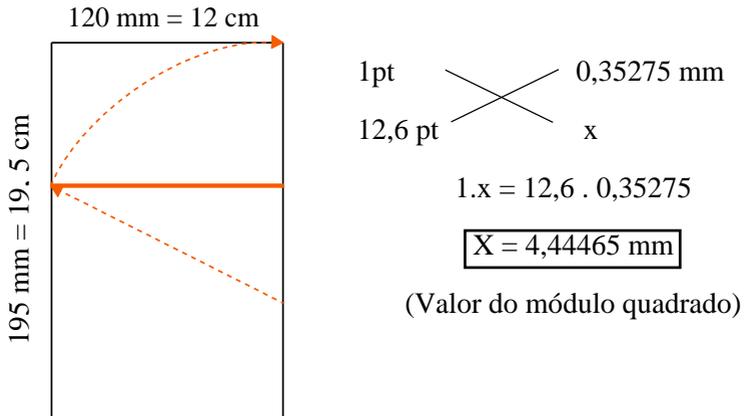


Figura 36: Print do Indesign demonstrando o valor do módulo.

Fonte: a autora.

4.1.5. DIMENSIONAMENTO DA FORMA DA PÁGINA E CONSTRUÇÃO DO GRID (MÓDULOS)

Nesta etapa do planeamento deve-se considerar exatamente a quantidade de módulos que deve compor o grid, para que esse seja quantitativamente coerente com o projeto da página. Para que isso ocorresse foi necessário fazer um cálculo para o redimensionamento da página:



Grid (linhas horizontais)

$$120 / 4,44465 = 26,99 \text{ (módulos)}$$

Arredondamento: $27 \cdot 4,44465 = \mathbf{120,00555 \text{ mm}}$

Grid (linhas verticais)

$195 / 4,44465 = 43,87$ (módulos)

Arredondamento: $44 \cdot 4,44465 = 195,5646$ mm

Sendo assim, o formato final da página ficou sendo de **120,00555 mm x 195,5646 mm**. E o grid da página é de **27 x 44 módulos**.

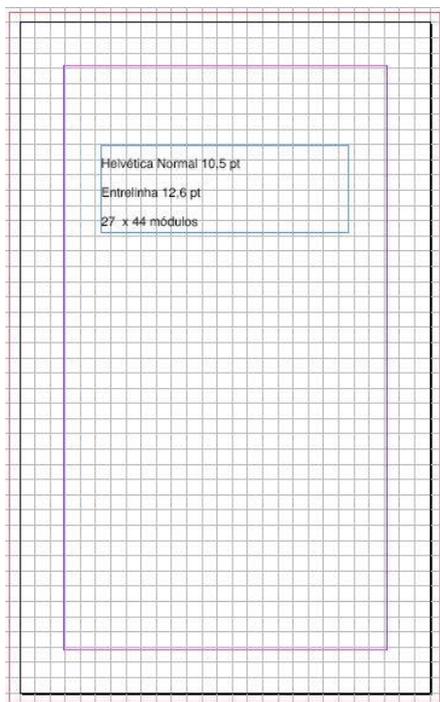


Figura 37: Print do Indesign demonstrando a construção do grid.

Fonte: a autora.

4.1.6. REPRESENTAÇÃO DO DIAGRAMA (LARGURA DE COLUNAS E MARGENS)

Para a representação do diagrama antes é necessário avaliar qual tipo de estrutura será capaz de atender às necessidades específicas do projeto.

Neste projeto, pelo fato de o formato da página ter dimensões reduzidas, optou-se por um diagrama retangular, que geralmente é usado para textos corridos contínuos. O comprimento da linha tem uma relação

direta com o tamanho do tipo utilizado na composição do texto. Mas para isso, primeiramente é necessário se calcular o comprimento do alfabeto básico em caixa-baixa da fonte escolhida.

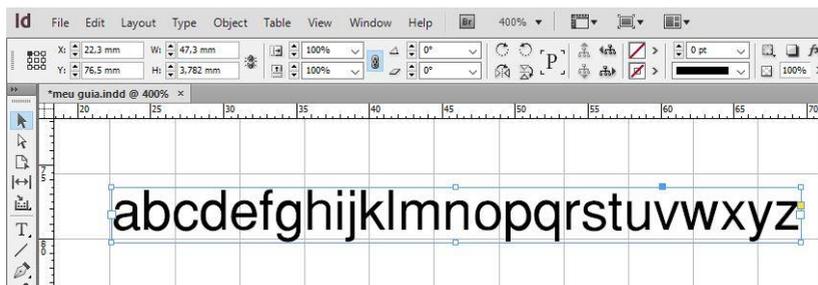
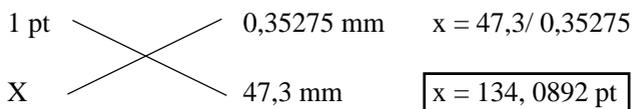
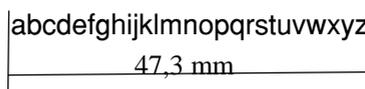


Figura 38: Print do Indesign demonstrando o alfabeto em caixa baixa.
Fonte: a autora.

Cálculo do comprimento do alfabeto em caixa-baixa

Fonte: Helvética Normal 10,5 pt



(Comprimento do alfabeto)

Tendo estabelecido o tamanho do comprimento do alfabeto em pontos, pode-se, com o auxílio da tabela de média de caracteres por linha de Bringhurst (2005), estabelecer a largura das colunas satisfatória e ideal para o diagrama, como demonstra a imagem na página seguinte.

MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA																	
LARGURA DA COLUMNA (palcas)	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	
	COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa baixa (pontos)	80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152
85		38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151
90		36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	122	129	136	143
95		34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	117	123	130	137
100		33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	112	119	125	132
105		32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	108	114	120	127
110		30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	104	110	116	122
115		29	35	41	47	53	59	64	70	76	82	88	94	100	105	111	117
120		28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	95	101	106	112
125		27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	91	97	102	108
130		26	31	36	41	47	52	57	62	67	72	78	83	88	93	98	104
135		25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
140		24	29	34	39	44	48	53	58	63	68	73	77	82	87	92	97
145		23	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80	84	89	94
150		23	28	32	37	41	46	51	55	60	64	69	74	78	83	87	92
155		22	27	31	36	40	45	49	54	58	63	67	72	76	81	85	90
160		22	26	30	35	39	43	48	52	56	61	65	69	74	78	82	87
165		21	25	30	34	38	42	46	51	55	59	63	68	72	76	80	84
170		21	25	29	33	37	41	45	49	53	57	62	66	70	74	78	82
175		20	24	28	32	36	40	44	48	52	56	60	64	68	72	76	80
180		20	23	27	31	35	39	43	47	51	55	59	62	66	70	74	78
185		19	23	27	30	34	38	42	46	49	53	57	61	65	68	72	76
190		19	22	26	30	33	37	41	44	48	52	56	59	63	67	70	74
195		18	22	25	29	32	36	40	43	47	50	54	58	61	65	68	72
200		18	21	25	28	32	35	39	42	46	49	53	56	60	63	67	70
210		17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67
220		16	19	22	25	29	32	35	38	41	45	48	51	54	57	60	64
230		15	18	21	24	27	30	33	36	40	43	46	49	52	55	58	61
240		15	17	20	23	26	29	32	35	38	41	44	46	49	52	55	58
250		14	17	20	22	25	28	31	34	36	39	42	45	48	50	53	56
260		14	16	19	22	24	27	30	32	35	38	41	43	46	49	51	54
270		13	16	18	21	23	26	29	31	34	36	39	42	44	47	49	52
280		13	15	18	20	23	25	28	30	33	35	38	40	43	45	48	50
290		12	15	17	20	22	24	27	29	32	34	37	39	41	44	46	49
300		12	14	17	19	21	24	26	28	31	33	35	38	40	42	45	47
320		11	13	16	18	20	22	25	27	29	31	34	36	38	40	43	45
340	10	13	15	17	19	21	23	25	27	29	32	34	36	38	40	42	
360	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	

 linha satisfatória  linha ideal

Figura 39: Tabela de média de caracteres por linha. Fonte: Adaptação da autora de Bringhurst (2005).

Nesta etapa demonstra-se o cálculo das colunas em milímetros com base nos valores de paicas marcados na tabela da página anterior, lembrando que uma paica equivale a 4,233 mm.

135 pt (largura do alfabeto)
65 caracteres por linha
26 p (largura da coluna)

$$\begin{array}{r}
 1 \text{ p} \quad \diagup \quad 4,233 \text{ mm} \\
 \quad \quad \quad \diagdown \quad x \\
 26 \text{ p} \quad \diagdown \quad x \\
 \quad \quad \quad \diagup \quad x \\
 x \cdot 1 = 26 \cdot 4,233 \\
 \boxed{x = 110,058 \text{ mm}}
 \end{array}$$

135 pt (largura do alfabeto)
50 caracteres por linha
20 p (largura da coluna)

$$\begin{array}{r}
 1 \text{ p} \quad \diagup \quad 4,233 \text{ mm} \\
 \quad \quad \quad \diagdown \quad x \\
 20 \text{ p} \quad \diagdown \quad x \\
 \quad \quad \quad \diagup \quad x \\
 x \cdot 1 = 20 \cdot 4,233 \\
 \boxed{x = 84,66 \text{ mm}}
 \end{array}$$

Após esta etapa, temos a escolha das margens através de uma escala modular, como a sequência Fibonacci, que foi utilizada a fim de se obter proporções harmoniosas para a divisão da página.

Sequência Fibonacci: 0 1 1 2 $\boxed{3 \ 5 \ 8}$ 13 ...

Margem interna (medianiz)

3 módulos = 4,44465 . 3 = $\boxed{13,33395 \text{ mm}}$

Margem externa

5 módulos = 4,44465 . 5 = $\boxed{22,22325 \text{ mm}}$

Margem superior

3 módulos = 4,44465 . 3 = $\boxed{13,33395 \text{ mm}}$

Margem inferior

8 módulos = 4,44465 . 8 = $\boxed{35,3572 \text{ mm}}$

Na página seguinte pode-se ver o diagrama final, com as margens definidas.

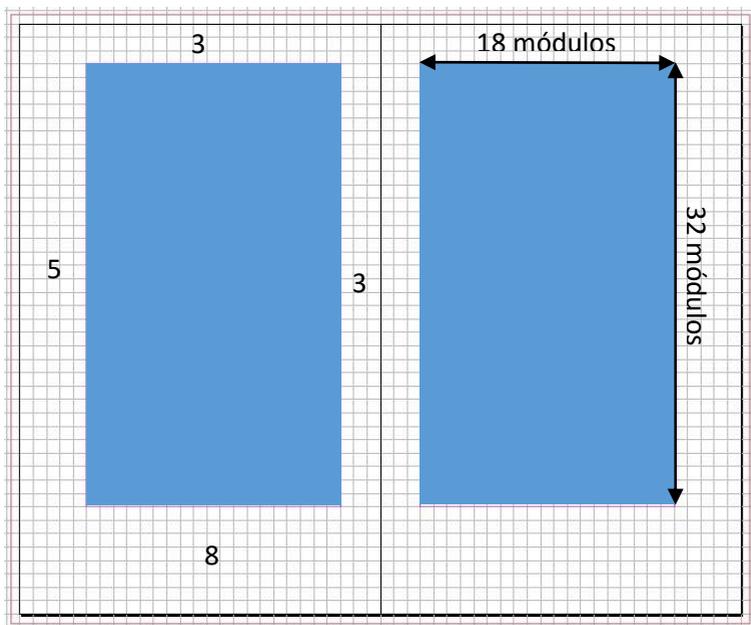


Figura 40: Spread com margens e diagrama definidos. Fonte: Autora.

4.1.7 CONFIGURAÇÃO E ATIVAÇÃO DA LINHA DE BASE

Uma vez construído o diagrama e este ajustado sobre as linhas guias verticais e horizontais da grade, configura-se as linhas de base no *software* de diagramação, o InDesign.

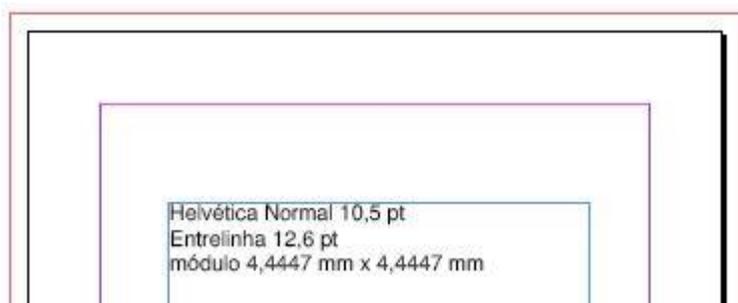


Figura 41: Print do InDesign com os valores da entrelinha e do módulo. Fonte: Autora.

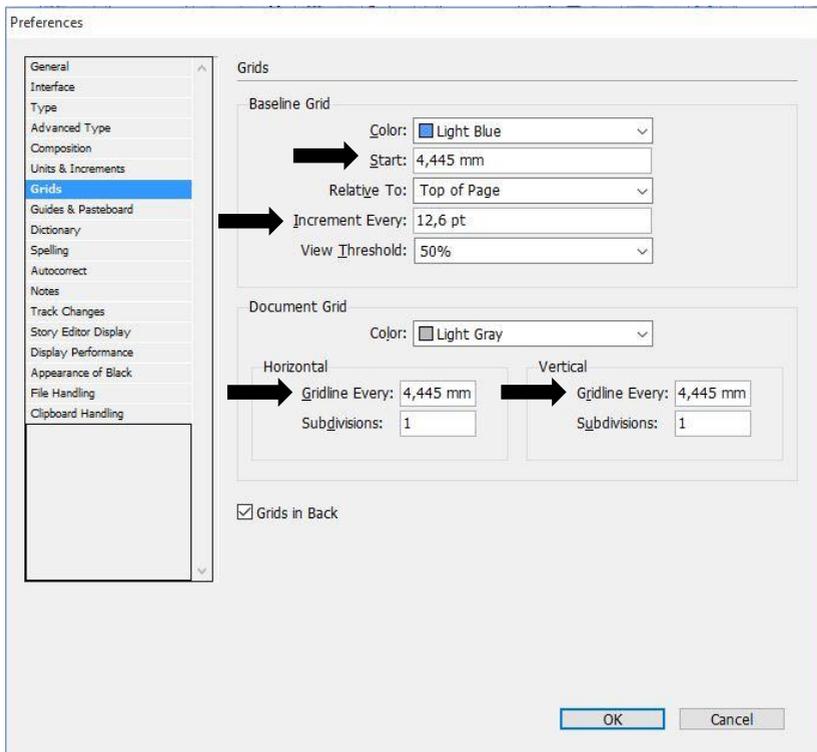


Figura 42: Print do InDesign com os valores da entrelinha e do módulo sendo inseridos. Fonte: Autora.

4.1.8. DISTRIBUIÇÃO DE TEXTO E/OU IMAGEM = MANCHA GRÁFICA

A mancha gráfica é o espaço útil de impressão de uma página determinada pela diagramação da mesma. É necessário ter uma ideia da quantidade de textos e imagens que devem ser organizados para compor o miolo do guia. Para isso é necessário o esboço de um espelho, que será utilizado para guiar a organização do conteúdo nas páginas e também para se ter uma noção da quantidade de páginas que o projeto irá conter.

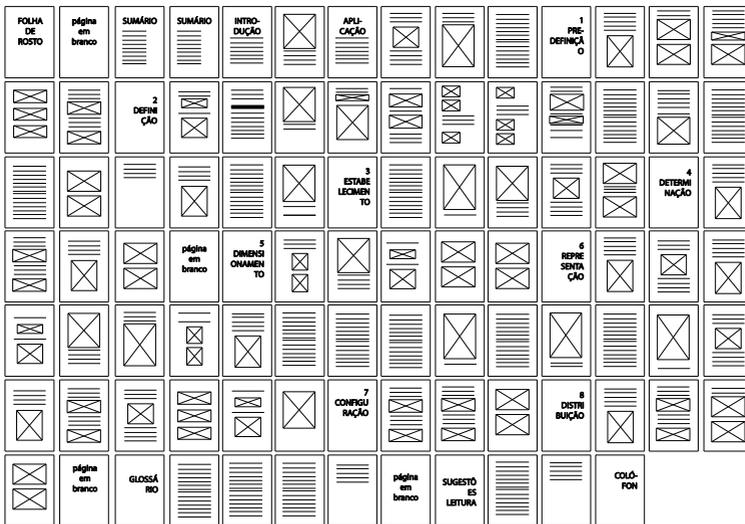


Figura 43: Esquematização para diagramação da mancha gráfica.

Fonte: Autora.

A mancha é composta por pequenos textos, imagens e ilustrações, como demonstra a imagem a seguir.

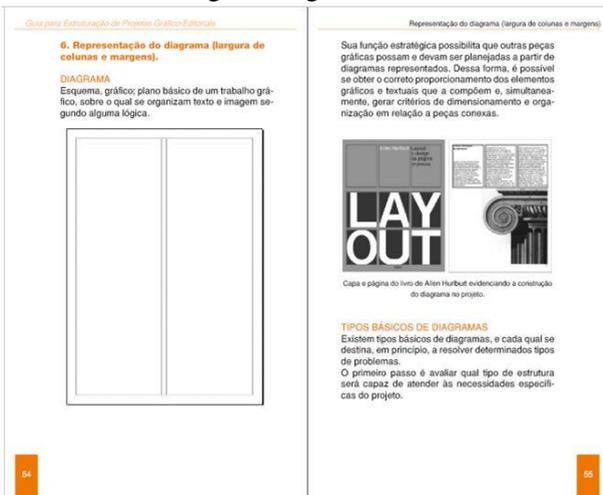


Figura 44: Spread do guia demonstrando a mancha gráfica composta por textos e imagens. Fonte: Autora.

4.2. OS ELEMENTOS GRÁFICO-EDITORIAIS

Segundo CASTRO (2015), da capa a contracapa, diversos são os elementos que compõem uma página impressa de uma publicação. São eles que dão unidade à publicação e firmam sua identidade visual como produto, pois esses elementos não só seduzem o leitor e provocam o seu interesse quanto aos conteúdos, mas também o conduzem na busca e exploração da informação.

4.2.1. TEXTUAIS

São aqueles utilizados para dar destaque à alguns elementos. São eles: cartola ou antetítulo; título; linha de apoio; capitular; texto; entretítulo; olho de matéria; legenda; crédito; fôlio ou numeração; cabeça ou títulos correntes; chamada e manchete. No guia foram utilizados: títulos; entretítulos; textos; legendas; fôlios e títulos correntes, conforme mostra a imagem abaixo.

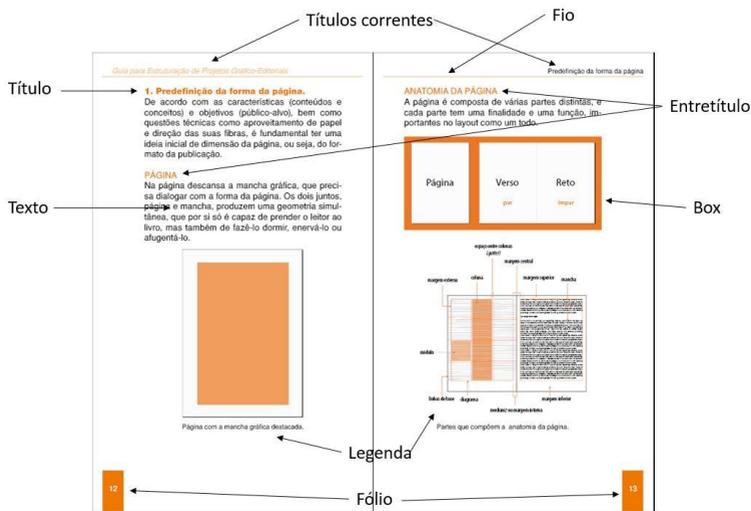


Figura 45: Spread do guia demonstrando os elementos gráfico-editoriais existente. Fonte: Autora.

4.2.2. NÃO TEXTUAIS

São aqueles elementos gráficos utilizados para ornamentar, organizar as informações, preencher lacunas, etc. São eles: box; fio; vinheta de

seção; anúncios; calhau. Na figura 45, pode-se observar que os elementos não textuais utilizados foram fio e box.

4.3. ANATOMIA DA PÁGINA

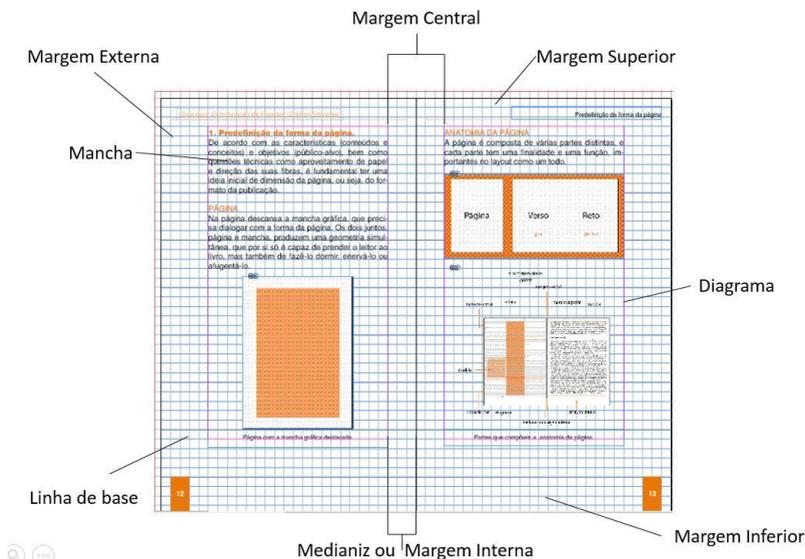


Figura 46: Anatomia da página do guia. Fonte: Autora.

A folha de rosto, também conhecida como rosto, página de rosto, frontispício ou portada, é onde verdadeiramente se faz a apresentação essencial do livro, pois é onde se dispõem os seguintes elementos: autor, título, subtítulo, tradutor, editor, número de volumes, número da edição e editora. Já o sumário, por ser a extensão do assunto da capa, deve ser atraente e de fácil localização do conteúdo utilizando elementos visuais que componham uma hierarquia na informação de forma harmoniosa.

4.4. ESTRUTURA TÉCNICA

Os elementos materiais são a capa, (eventualmente a sobrecapa, as orelhas e as guardas) e a lombada, ou seja, são os elementos que compõe a parte física do livro.

4.4.1. CAPA (MATERIAIS)

A capa foi pensada para ser feita com acabamento em grampo a cavalo, mas após teste com boneco de prova, optou-se por fazer lombada quadrada, impressa em papel de gramatura mais densa e com acabamento em laminação.

Cálculo da Lombada:

Nº de páginas x Gramatura do papel do miolo x 2 : 28.800

$$96 \times 90 \times 2 : 28.800 = 17280 : 28.800 = \boxed{0,6 \text{ cm}}$$

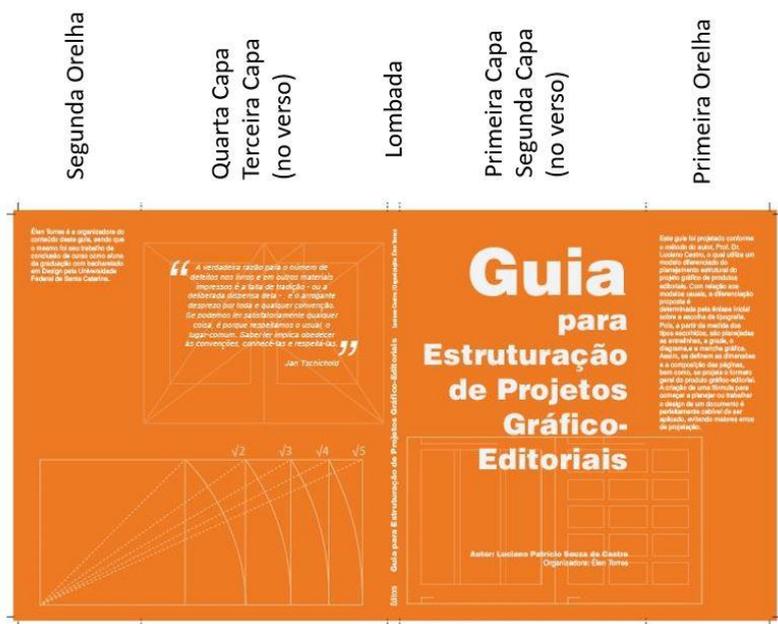


Figura 47: Estrutura técnica da capa (materiais). Fonte: Autora.



Figura 48: Estrutura técnica do verso da capa (materiais).
Fonte: Autora.

4.4.2. MIOLO (TEXTUAIS)

Apresentação de páginas pré textuais:



Figura 49: Folha de rosto e sumário do guia. Fonte: Autora.

Guia para Estruturação de Projetos Gráfico-Editoriais	
TIPOS BÁSICOS DE DIAGRAMAS.....	55
DIAGRAMA RETANGULAR	56
DIAGRAMA COLUNAR	59
DIAGRAMA MODULAR	61
LARGURA DE COLUNA	62
TABELA DE COMPOSIÇÃO	64
CÁLCULO DO COMPRIMENTO DO ALFABETO EM CAIXA-BAXA... 66	
REPRESENTAÇÃO DO DIAGRAMA (LARGURA DE COLUNAS E MARGENS).....	68
MARGENS	70
MARGENS E ESCALA MODULAR	71
7. CONFIGURAÇÃO E ATIVAÇÃO DA LINHA DE BASE	77
8. DISTRIBUIÇÃO DE TEXTO E/OU IMAGEM = MANCHA	81
MANCHA	82
GLOSSÁRIO	87
SUGESTÕES DE LEITURA COMPLEMENTAR	93

Introdução

Neste guia, apresenta-se um método de estruturação de projetos gráficos, a partir da definição contextualizada da tipografia.

Destaca-se a versatilidade desse método para a geração de projetos gráficos de publicações com as mesmas informações e características visuais em mídias distintas com rapidez e facilidade, como por exemplo uma revista impressa e revista digital. Nesse caso o processo de modular o conteúdo, ou seja, encontrar o posicionamento e a dimensão corretos para os textos e as imagens entre uma sistematização e outra é muito facilitado, pois os recursos gráfico-editoriais (tipografia, entrelinha, grade, diagrama e cor), bem como os elementos gráfico-editoriais (cartão, título, entrelinha, texto, linha de apoio, capitular, olho, imagem, legenda etc.) serão os mesmos e estarão dispostos em estruturas gráficas modulares, estabelecendo um padrão de linguagem visual. Nesta proposta, indica-se a sequência de procedimentos a seguir como as etapas metodológicas de estruturação do projeto, conforme apresentadas no esquema abaixo.

Figura 50: Continuação do sumário e introdução do guia.

Fonte: Autora.

Apresentação de páginas textuais:

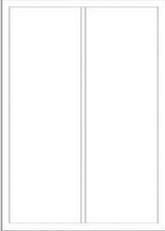
<p>7</p> <p>Configuração e ativação da linha de base</p>	<p>Guia para Estruturação de Projetos Gráfico-Editoriais</p> <p>6. Representação do diagrama (largura de colunas e margens).</p> <p>DIAGRAMA Esquema gráfico básico de um trabalho gráfico, sobre o qual se organizam texto e imagem segundo alguma lógica.</p> 	<p>Representação do diagrama (largura de colunas e margens)</p> <p>Sua função estratégica possibilita que outras peças gráficas possam e devam ser planejadas a partir de diagramas representados. Dessa forma, é possível se obter o correto proporcionalamento dos elementos gráficos e textuais que a compõem e, simultaneamente, gerar critérios de dimensionamento e organização em relação a peças conexas.</p>  <p>Capa e página do livro de Allen Hurlbut evidenciando a construção do diagrama no projeto.</p> <p>TIPOS BÁSICOS DE DIAGRAMAS Existem tipos básicos de diagramas, e cada qual se destina, em princípio, a resolver determinado tipo de problemas. O primeiro passo é avaliar qual tipo de estrutura será capaz de atender às necessidades específicas do projeto.</p>
--	---	---

Figura 51: Abertura de capítulo e conteúdo do guia. Fonte: Autora.

Apresentação das páginas pós textuais:

Guia para Composição de Páginas (Guião Editorial)	Glossário
<p>A</p> <p>Altura das minúsculas - Altura a partir da linha de base até o topo das letras minúsculas de uma fonte. Pode ser ou não igual a altura das ascendentes. A altura das maiúsculas é usada, em alguns sistemas, para medir o tamanho do tipo.</p> <p>Altura-x - altura a partir da linha de base até o topo das letras minúsculas de uma fonte, excluído as hastes ascendentes e descendentes.</p> <p>Ascendentes - Parte das letras minúsculas que se elevam acima da altura-x, como em f, d, l, h, k. Também chamadas hastes ascendentes.</p> <p>C</p> <p>Caixa-Alta - letras maiúsculas.</p> <p>Caixa-baixa - letras minúsculas.</p> <p>Caractere - uma letra, numeral, sinal de pontuação ou espaço entre as palavras. O equivalente a um toque no teclado do computador.</p> <p>Coluna - cada uma das duas ou mais seções verticais, separadas por fio ou linha de botico, em que se dividem as páginas dos jornais, de certos livros, folhetos e revistas.</p> <p>Corpo - a grossura dos caracteres.</p>	<p>D</p> <p>Descendentes - Partes da letra minúscula que se estendem abaixo da linha de base, como em g, j, p, q, y. Também chamadas hastes descendentes.</p> <p>Diagrama - Representação gráfica por meio de linhas, gráfico, esquema.</p> <p>Diagramação - Design. Conjunto de operações utilizadas para dispor títulos, textos, gráficos, fotos, mapas e ilustrações na página de uma publicação ou em qualquer impressão, de forma equilibrada, funcional e atraente, buscando estabelecer um sentido de leitura que atenda a determinada hierarquia de assuntos.</p> <p>E</p> <p>Entrelinha - Medida do espaçamento entre linhas.</p> <p>Entrelinha ou Leading - Medida vertical do espaço entre a linha de base de uma linha de texto e a linha de base da seguinte.</p> <p>Espaçamento ou Tracking - ajuste da distância média entre as letras de uma palavra. Como em e t p a c e j a m e n t o.</p>

Figura 52: Glossário do guia. Fonte: Autora.

Sugestões de Leitura Complementar	Sugestões de Leitura Complementar	Guia para Composição de Páginas (Guião Editorial)
<p>Sugestões de Leitura Complementar</p> <p>ADG Brasil Associação dos Designers Gráficos. O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional de design gráfico. São Paulo: Editora 360; NAC, 2003.</p> <p>ALI, Fatma. A arte de editar revistas. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.</p> <p>AMBRÓSIO, Garin. Grids. Porto Alegre: Bookman, 2009.</p> <p>BRINGHURST, Robert. Elementos do Estilo Tipográfico. São Paulo: Cosac Naify, 2005.</p> <p>FIDALGO, JOAO. Diagramação com InDesign CS3. São Paulo: Etec, 2007.</p> <p>HALDICH, Alina. Guia prático de design editorial. Criando livros completos. Rio de Janeiro: ZAB Editora, 2013.</p> <p>HARPCOWER, Tim. The Newspaper Designer's Handbook. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc., 2012.</p> <p>HENDEL, Richard. O Design do Livro. São Paulo: Avelar Editores, 2006.</p> <p>LIPTON, Ellen. A produção de um livro independente: Trade Publishing: um guia para autores, artistas</p>	<p>tas e designers. São Paulo: Edições Rosari, 2011.</p> <p>LIPTON, Ellen. Pensar com tipo: para designers, editores, editores e estudantes. São Paulo: Cosac Naify, 2006.</p> <p>SAMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. São Paulo: Cosac Naify, 2007.</p> <p>SAMARA, Timothy. Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações. Tradução: Mariana Bandeira. Porto Alegre: Bookman, 2011.</p> <p>WHITE, Jan. Edição e Design. São Paulo: JBN Editora, 2006.</p>	<p>Este livro foi preparado por Ellen Torres, adaptado e corrigido página de autoria de Luciano Costa</p> <p>Sua reprodução e acasalamento foram feitas na gráfica Printnet, em Florianópolis</p> <p>A arte de capa, legendas, fotos e ilustrações são de autoria da gráfica In-África, observando em 1957 por Rita Medeiros e Eduardo Kellerman</p> <p>Sua capa é um papel reciclado 240g.</p> <p>O papel é Off-set 80g.</p>

Figura 53: Sugestões de leitura complementar e colofão do guia. Fonte: Autora.

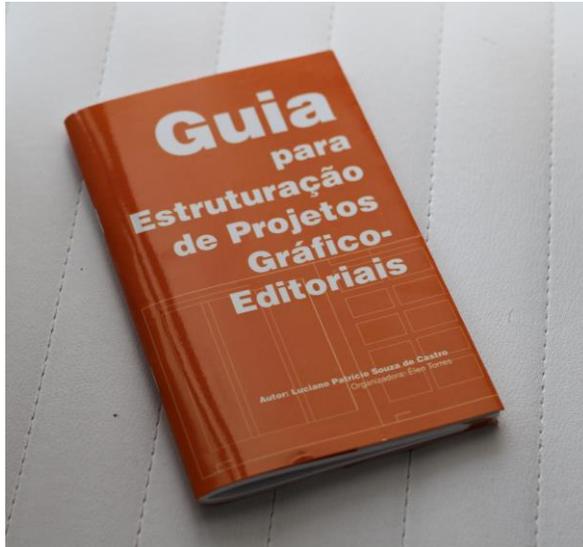


Figura 54: Protótipo do guia primeira capa. Fonte: Autora.



Figura 55: Protótipo com a capa aberta. Fonte: Autora.



Figura 56: Folha de rosto e primeira orelha do protótipo.
Fonte: Autora.

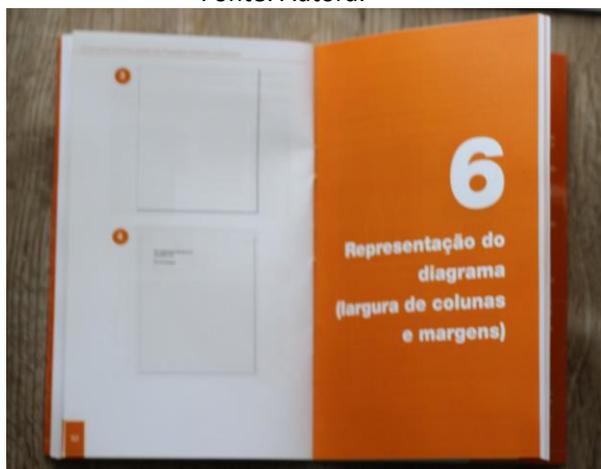


Figura 57: Entrada de capítulo do protótipo.
Fonte: Autora.

Esta página mostra a estrutura do projeto gráfico e o conteúdo de cada capítulo. Para saber mais sobre o conteúdo de cada capítulo, clique no ícone de lupa.

Guia para Estruturação de Projetos Gráficos e Diagramas

Sumário

INTRODUÇÃO	5
ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO	8
1. PREDEFINIÇÃO DA FORMA DA PÁGINA.....	11
PÁGINA	12
ANATOMIA DA PÁGINA.....	13
CONSTRUÇÃO DA FORMA DA PÁGINA.....	14
2. DEFINIÇÃO DA TIPOGRAFIA.....	17
ESCOLHA DA TIPOGRAFIA.....	18
TAVANING.....	25
ALINHAMENTO DE TEXTOS.....	26
TRACKING E KERNING.....	29
ESCOLHENDO A TIPOGRAFIA.....	32
OS TESTES TIPOGRÁFICOS.....	33
3. ESTABELECIMENTO DA ENTRELINHA.....	35
ENTRELINHA (LEADING) E LINHAS DE BASE.....	36
4. DETERMINAÇÃO DO MÓDULO.....	41
MÓDULO (DO GRID).....	42
5. DIMENSIONAMENTO DA FORMA DA PÁGINA E CONSTRUÇÃO DO GRID (MÓDULOS).....	47
GRID.....	48
6. REPRESENTAÇÃO DO DIAGRAMA (LARGURA DE COLUNAS, MARGENS).....	53
DIAGRAMA.....	54

Figura 58: Sumário do protótipo. Fonte: Autora.

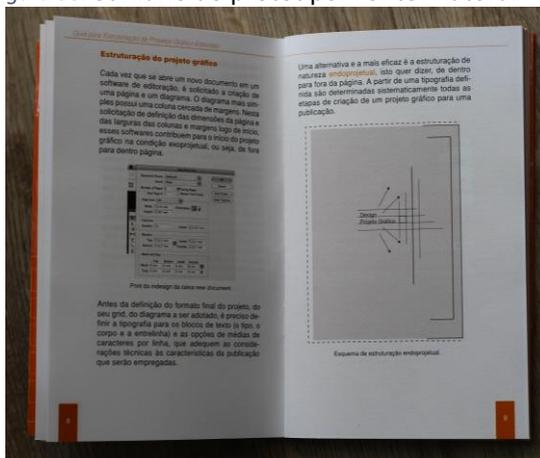


Figura 59: Parte do conteúdo do guia demonstrando a mancha gráfica. Fonte: Autora.

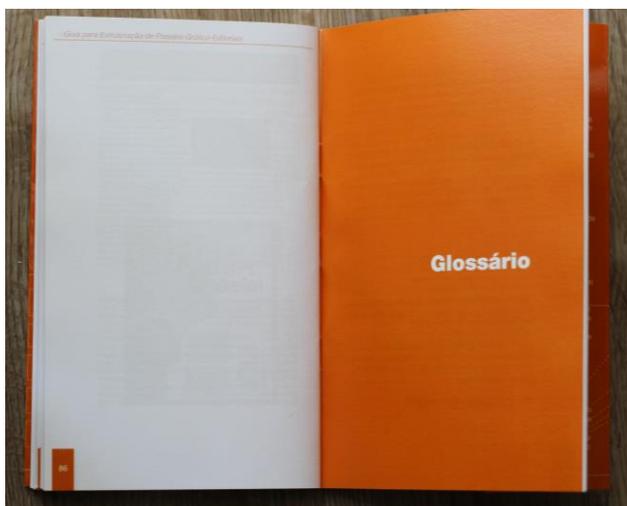


Figura 60: Entrada do glossário. Fonte: Autora.



Figura 61: Entrada das sugestões de leitura complementar. Fonte: Autora.



Figura 62: Quarta capa do protótipo. Fonte: Autora.

5. CONCLUSÃO

A pesquisa e a elaboração apresentada ao longo deste trabalho, auxiliaram no desenvolvimento de um guia para estruturação de projetos gráfico-editoriais. Foram avaliados e analisados produtos similares no mercado, como outros tipos de livros que funcionam como guias e/ou manuais, além da coleta de informações adquiridas através da pesquisa *online* com o público-alvo, e claro, o material do professor doutor, Luciano Castro, o qual foi o objeto de estudo deste trabalho de conclusão de curso.

Para que esse produto gráfico fosse desenvolvido objetivou-se apresentar um breve histórico dos tamanhos de livros existentes no mercado e um levantamento se esse tipo de publicação tem saída mercado brasileiro. Através de análises e leituras de diversos autores, apresentadas nessa pesquisa, foi possível indicar alguns resultados referentes ao tamanho e conteúdo deste tipo de publicação.

O projeto gráfico do guia, resultante deste trabalho, baseia-se em referências e percepções pessoais e ressalta a autoria do professor Luciano Castro não só em termos de projeto gráfico como também na elaboração e na seleção de conteúdo. Essas são algumas considerações da organizadora, no entanto, ela percebe ao final deste trabalho, que o design editorial através de suas características e especificações, inova, resolve problemas, apresenta soluções cada vez mais plausíveis e apaixonantes, principalmente, quando há reciprocidade do usuário (leitor).

REFERÊNCIAS

ARCHER, L. Bruce. **Método Didático para Desenhadores (1966)** – Material publicado originalmente numa série de sete artigos sobre Design/Desenho Industrial.

Fonte: <https://pt.scribd.com/doc/83294317/Metodo-Sistematico-para-Desenhadores-L-Bruce-Archer-1966>.

AMBROSE, G. HARRIS, P. **Formato**. Porto Alegre: Bookman, 2009a.

AMBROSE, G. HARRIS, P. **Grids**. Porto Alegre: Bookman, 2009b.

AMBROSE, G. HARRIS, P. **Fundamentos do Design Criativo**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

BRINGHURST, R. **Elementos do Estilo Tipográfico** (Versão 3.0). Tradução de André Stolarsky. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CASTRO, L.; PERASSI, R. A tipografia como base do projeto gráfico-editorial. In: GRAPHICA 13, XXI SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOMETRIA DESCRITIVA E DESENHO TÉCNICO; X INTERNACIONAL CONFERENCE ON GRAPHICS ENGINEERING FOR ARTS AND DESIGN, 2013, Florianópolis. **Anais: Expressão Gráfica – Tecnologia e Arte para Inovação**. Florianópolis, SC: UFSC, 2013. p.1-12.

CHARTIER, R. **A aventura do livro do leitor ao navegador**: conversações com Jean Lebrun. Tradução Reginaldo de Moraes. São Paulo: Editora UNESP/Imprensa Oficial do Estado, 1999.

FUENTES, Rodolfo. **A Prática do Design Gráfico**: uma metodologia criativa. São Paulo: Rosari, 2006.

HALUCH, A. **Guia Prático de Design Editorial**: criando livros completos. Teresópolis, RJ: 2AB, 2013.

HANDY, P. *Design, Form and Chaos*. Yale University Press, 1993.

HASLAM, A. **O livro e o designer II**: como criar e produzir livros. 2 ed. Tradução de Juliano A. Saad e Sérgio Rossi Filho. São Paulo: Rosari, 2010.

HENDEL, R. **O Design do Livro**, 2ªed. Tradução de Geraldo Gerson de Souza e Lúcio Manfredi. São Paulo: Ateliê Editorial, 2006.

MUNARI, B. **Das coisas nascem coisas**, São Paulo: Martins Fontes, 2008.

SAMARA, Timothy. **Guia de Design Editorial**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SMITH, D. C. **Guia para Editoração de Livros**. Recife / Florianópolis: Editora da UFSC e Editora Universitária UFPE, Tradução: Eliane Tejera Lisboa, 1990.

WHITE, J.V. **Edição e Design**: para designers, diretores de arte e editores. Tradução de Luis Reyes Gil. São Paulo: JSN Editora, 2006.