

Conceção de um projeto editorial para a
empresa Ecosteel
Susana Filipa dos Santos Sousa

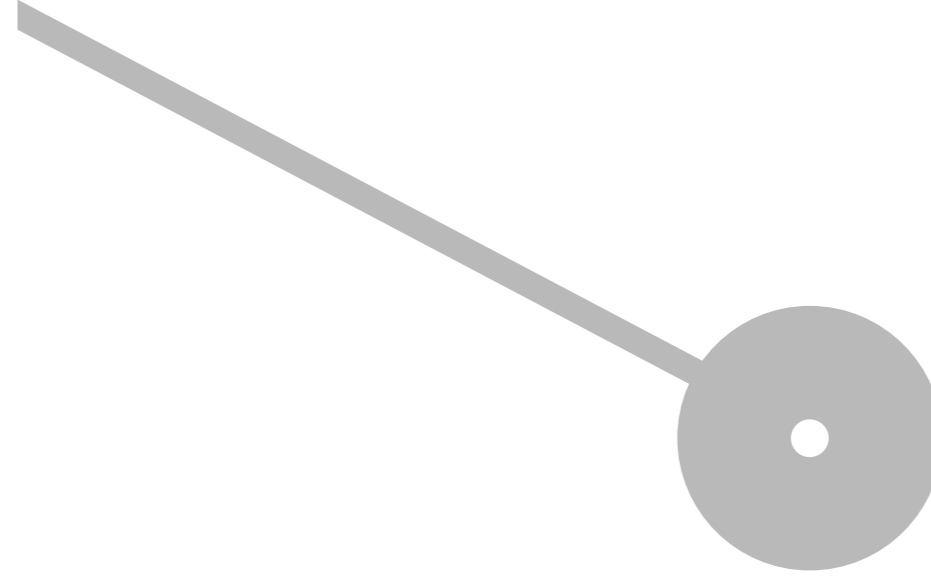
09/2020

Susana Filipa dos Santos Sousa. Conceção de um projeto editorial para a
empresa Ecosteel

Conceção de um projeto editorial para a empresa Ecosteel

Susana Filipa dos Santos Sousa

09/2020



Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

Susana Filipa dos Santos Sousa

Conceção de um projeto editorial para a empresa Ecosteel

Trabalho de Projeto

Mestrado em Design

Orientação: Prof. Doutor Vítor Manuel Quelhas Alves de Freitas

Vila do Conde, setembro de 2020
Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

Susana Filipa dos Santos Sousa

Conceção de um projeto editorial para a empresa Ecosteel

Trabalho de Projeto

Mestrado em Design

Orientação: Prof. Doutor Vítor Manuel Quelhas Alves de Freitas

Vila do Conde, setembro de 2020

Susana Filipa dos Santos Sousa

Conceção de um projeto editorial para a empresa Ecosteel

Trabalho de Projeto
Mestrado em Design

Membros do Júri

Presidente

Prof. Mestre José Pedro Serapicos de Borda Cardoso
Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutor Vítor Manuel Quelhas Alves de Freitas
Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Prof.^(a) Doutora Ana Filomena Currelo Gonçalves
Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Instituto Politécnico de Viana do Castelo

AGRADECIMENTOS

À minha família, principalmente aos meus pais e irmão pelo apoio ao longo de todo o percurso académico.

Aos meus amigos, pelas palavras de encorajamento e força em tempos mais difíceis e que me levaram à conclusão desta etapa importante na minha vida.

Aos meus colegas e professores que acompanharam todo o projeto e que me ajudaram a realizar este grande objetivo, nomeadamente ao meu orientador professor Vítor Quelhas, pela ajuda e dedicação.

Um especial reconhecimento à entendida parceira neste projeto – a Ecosteel – uma empresa que sempre me auxiliou no essencial, fornecendo informações e projetos que eram necessários para este trabalho de investigação. Um agradecimento especial à Ana Leal e à Diana Magalhães pela paciência e pela disponibilidade.

RESUMO ANALÍTICO

Este trabalho de investigação aborda todo o conceito de conceção de um editorial para uma empresa – a Ecosteel. Sendo uma investigação teórica e prática, estuda a realização de um catálogo para a entidade parceira, tratando todos os resultados do procedimento de criação em colaboração com a empresa, trabalhando no processo criativo e abordando as consequências do trabalho de equipa e da conciliação de várias opiniões para um resultado sólido e que agradasse as duas partes envolvidas.

Neste relatório, há uma pequena introdução à empresa, mais propriamente à marca *Much More Than a Window*, mostrando os seus serviços e algumas das suas metodologias de trabalho. Seguidamente, o desenvolvimento teórico centra-se no estudo do tema do design editorial, analisando literatura acerca do tema, para conseguir obter uma opinião formada da sua evolução ao longo do tempo. Segue-se um capítulo destinado ao enquadramento teórico-prático, em que foram estudados vários conceitos sobre o tema, como o formato, e aspetos da produção de uma publicação editorial como a escolha correta do tipo de papel, por exemplo. O quinto capítulo destina-se à análise de casos de estudo, vendo como certos aspetos e conceitos foram aplicados em determinados casos práticos e dissecando todo o processo de criação.

Quanto à parte prática, o desenvolvimento projetual é a culminação desta investigação, dando resultado à maquete final do editorial para a Ecosteel. Neste relatório, é possível ler e perceber todas as etapas presentes no desenvolvimento do projeto. São revelados os desafios propostos e as decisões tomadas, com o porquê de terem sido formadas daquela forma, assim como os testes desenvolvidos, as concessões realizadas e as soluções encontradas. A respetiva conclusão de todo o projeto ao longo do ano termina com as dificuldades obtidas no decorrer deste percurso académico.

Palavras-chave: design editorial; catálogo; entidade parceira; publicação.

ABSTRACT

This research work addresses the whole concept of designing an editorial for a company - Ecosteel. Being a theoretical and practical investigation, it studies the creation of a catalog for the partner entity, treating all the results of the creation procedure in collaboration with the company, working on the creative process and addressing the consequences of teamwork and the reconciliation of various opinions for a solid result that would please both parties involved.

In this report, there is a short introduction to the company, more specifically the Much More Than a Window brand, showing its services and some of its working methodologies. Then, the theoretical development focuses on the study of the theme of editorial design, analyzing literature on the subject, in order to obtain a formed opinion of its evolution over time. This is followed by a chapter for the theoretical-practical framework, in which various concepts on the topic were studied, such as the format, and aspects of the production of an editorial publication such as the correct choice of paper type, for example. The fifth chapter is dedicated to the analysis of case studies, looking at how certain aspects and concepts were applied in certain practical cases and dissecting the entire creation process.

As for the practical part, the project development is the culmination of this investigation, resulting in the final model of the editorial for Ecosteel. In this report, it is possible to read and understand all the stages present in the development of the project. The proposed challenges and the decisions taken are revealed, with the reason why they were formed that way, as well as the tests developed, the concessions made and the solutions found. The respective completion of the entire project over the year ends with the difficulties obtained during the academic path.

Keywords: editorial design; catalogue; partner entity; publication.

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| 1 – INTRODUÇÃO..... | 9 |
| 1.1 - Pertinência do tema e motivações | 12 |
| 1.2 - Problemática e Objetivos..... | 12 |
| 1.3 - Estrutura Documental e Metodologias..... | 13 |
| 2 – A EMPRESA..... | 15 |
| 2.1 - Ecosteel <i>Much More Than a Window</i> | 15 |
| 2.2 - Serviços | 16 |
| 2.3 - Projetos e Obras..... | 17 |
| 3. DESIGN EDITORIAL..... | 18 |
| 3.1 - Contextualização Histórica | 18 |
| 3.2 - Tipografia..... | 19 |
| 3.2.1 - Breve Contextualização Histórica | 20 |
| 3.3 - Os avanços tecnológicos e a sua importância atualmente..... | 24 |
| 3.3.1 - O impacto da nova tecnologia | 24 |
| 3.3.2 - Momento da Conceção | 25 |
| 3.3.3 - Momento da Produção / Publicação..... | 26 |
| 3.3.4 - Momento da Distribuição | 27 |
| 4 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO-PRÁTICO..... | 29 |
| 4.1 - Elementos do Design..... | 29 |
| 4.1.1 - Formato..... | 29 |
| 4.1.2 - Grelhas..... | 31 |
| 4.1.3 - Tipografia | 33 |
| 4.1.4 - Organização da página..... | 35 |
| 4.2 – Produção Gráfica..... | 36 |
| 4.2.1 - Papel..... | 37 |
| 4.2.2 - Técnicas de Impressão..... | 39 |
| 4.2.3 – Acabamentos..... | 40 |
| 4.2.3.1 - Corte simples ou cortante especial..... | 40 |
| 4.2.3.2 - Dobras e Vincos..... | 42 |
| 4.2.3.3 - Coser cadernos..... | 43 |
| 4.2.3.4 - Verniz e plastificação..... | 43 |

| | |
|---|----|
| 4.2.3.5 - Cunho ou relevo..... | 44 |
| 4.2.3.6 - Estampagem a quente..... | 44 |
| 4.2.3.7 - Acabamentos para livros..... | 45 |
| 4.2.4 - Componentes Externos..... | 45 |
| 5 – CASOS DE ESTUDO..... | 47 |
| 5.1 - “Baltazar Torres”: NH Design..... | 47 |
| 5.2 - “Ezra Stoller”: Pentagram..... | 51 |
| 5.3 - “Work & Wabi-Sabi”: apeggrupo..... | 55 |
| 6 – DESENVOLVIMENTO PROJETUAL..... | 60 |
| 6.1 - Conteúdo..... | 60 |
| 6.2 - Formato..... | 62 |
| 6.3 - Grelha..... | 64 |
| 6.4 - Tipografia..... | 66 |
| 6.5 - Papéis..... | 71 |
| 6.6 - Capa, Encadernação e Acabamentos..... | 73 |
| 6.7 - Síntese Projetual..... | 75 |
| 6.8 - Registo Fotográfico..... | 77 |
| 7- CONCLUSÃO..... | 85 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 90 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 - Empresa Ecosteel, situada na Póvoa de Varzim..... | 15 |
| Figura 2 - Ecosteel : Espaço de trabalho..... | 16 |
| Figura 3 - Mapa das equipas MMTW no mundo; | 17 |
| Figura 4 - Bíblia de 42 linhas, de Gutenberg..... | 22 |
| Figura 5 - Distribuição dos tipos na caixa..... | 23 |
| Figura 6 – As diferentes fases no processo de criação dos tipos..... | 23 |
| Figura 7 – Formato retrato no projeto “O Miolo do Livro: Técnicas de Encadernação Industrial”: Rúben Dias, Rui Oliveira, Fábio Martins e Ricardo Dantas..... | 30 |
| Figura 8 – Formato paisagem no projeto “Reflexions”: Pentagram..... | 30 |
| Figura 9 – Formato quadrado no projeto “Livro 15 anos NH Design”: NH Design..... | 31 |
| Figura 10 - Projeto “The thirty two inch ruler” de John Gossage, 2010..... | 34 |
| Figura 11 - Projeto “Carmen Chan” : Kati Forner (Behance)..... | 36 |
| Figura 12 - Projeto “Inside Muses”: Toby Ng (Behance)..... | 36 |
| Figura 13 – Projeto “Dear Future”: Mun Yee Kwok (Behance) | 39 |
| Figura 14 - Projeto “Brutal”: Michal Luczak..... | 41 |
| Figura 15 - Projeto “A Head With Wings”: Anouk Kruithof..... | 42 |
| Figura 16 - Publicação “Roteiros” de Aníbal Cavaco Silva (Proteína Design);..... | 44 |
| Figura 17 - Projeto ““No Problem: Cologne/New York 1984-1989” : Pentagram | 45 |
| Figura 18 - Projeto “Inside Outside”: White Studio | 46 |
| Figura 19 – Fotografia do projeto “Baltazar Torres” da NH Design..... | 47 |
| Figura 20 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design..... | 48 |
| Figura 21 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design..... | 48 |
| Figura 22 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design..... | 49 |
| Figura 23 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design..... | 49 |
| Figura 24 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design..... | 50 |
| Figura 25 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram | 51 |
| Figura 26 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram | 52 |
| Figura 27 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram..... | 52 |
| Figura 28 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram | 53 |
| Figura 29 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram | 53 |

| | |
|--|----|
| Figura 30 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram | 54 |
| Figura 31 - Fotografia dos projetos “Work” e “Wabi-Sabi” do apeggrupo | 55 |
| Figura 32 - Fotografia dos projetos “Work” e “Wabi-Sabi” do apeggrupo | 56 |
| Figura 33 - Fotografia dos projetos “Work” e “Wabi-Sabi” do apeggrupo..... | 56 |
| Figura 34 - Fotografia dos projetos “Work” e “Wabi-Sabi” do apeggrupo | 57 |
| Figura 35 - Fotografia dos projetos “Work” e “Wabi-Sabi” do apeggrupo..... | 57 |
| Figura 36 - Fotografia dos projetos “Work” e “Wabi-Sabi” do apeggrupo | 58 |
| Figura 37 - Conteúdos do projeto editorial;..... | 60 |
| Figura 38 - Distribuição dos projetos por categorias | 61 |
| Figura 39 - Gráfico geral da quantidade de obras por anos..... | 62 |
| Figura 40 - Jornal da empresa: formato A3..... | 63 |
| Figura 41 - Estudo de formatos: testes de impressão (23,5x23,5cm; 21x26,4cm; 22,5x28cm; 20x20cm; 29,7x42cm; 14,7x14,7cm)..... | 63 |
| Figura 42 - Estudo de grelha e resultado final..... | 64 |
| Figura 43 - Aplicação de grelha em dupla-página: elementos textuais e fotográficos..... | 65 |
| Figura 44 - Aplicação de grelha em dupla-página: posicionamento das fotos | 65 |
| Figura 45 - Estudo de Tipografias | 66 |
| Figura 46 - Testes de impressão das tipografias testadas | 66 |
| Figura 47 - Testes finais de impressão com os tipos da Aktiv Grotesk e da Neue Haas Grotesk..... | 67 |
| Figura 48 - Tipografia aplicada..... | 68 |
| Figura 49 - Tipografia aplicada..... | 68 |
| Figura 50 - Tipografia aplicada..... | 68 |
| Figura 51 - Tipografia aplicada | 68 |
| Figura 52 - Tipografia aplicada | 69 |
| Figura 53 - Tipografia aplicada | 69 |
| Figura 54 - Tipografia aplicada | 69 |
| Figura 55 - Tipografia aplicada | 69 |
| Figura 56 - Tipografia aplicada | 70 |
| Figura 57 - Tipografia aplicada..... | 70 |
| Figura 58 - Tipografia aplicada | 70 |
| Figura 59 - Tipografia aplicada | 70 |

| | |
|--|----|
| Figura 60 - Amostras de variados tipos de papel..... | 71 |
| Figura 61 - Pormenor da impressão dos cadernos do projeto..... | 71 |
| Figura 62 - Impressão dos 23,5 cadernos para coser;..... | 72 |
| Figura 63 - Capa do projeto..... | 73 |
| Figura 64 - Sobrecapa: estudo..... | 74 |
| Figura 65 - Caixa em gaveta: Maquete de estudo..... | 74 |
| Figura 66 - Capa do projeto | 77 |
| Figura 67 - Pormenor de abertura do catálogo: início da publicação | 77 |
| Figura 68 - Pormenor do título na capa..... | 78 |
| Figura 69 - Pormenor da capa: logotipo da empresa..... | 78 |
| Figura 70 - Publicação semiaberta: vista superior..... | 79 |
| Figura 71 - Pormenor do miolo fechado: vista superior..... | 79 |
| Figura 72 - Primeira dupla página..... | 80 |
| Figura 73 - Pormenor do cabeçalho e numeração das páginas pares..... | 80 |
| Figura 74 - Pormenor do cabeçalho e numeração das páginas ímpares..... | 81 |
| Figura 75 - Dupla página: fotos dos projetos..... | 81 |
| Figura 76 - Dupla página: texto..... | 82 |
| Figura 77 - Pormenor das legendas das obras: português (luz natural)..... | 82 |
| Figura 78 - Pormenor das legendas das obras: inglês | 83 |
| Figura 79 - Relação do projeto com a mão (objeto fechado)..... | 83 |
| Figura 80 - Relação do projeto com a mão: dupla página..... | 84 |
| Figura 81 - Catálogo e respetiva gaveta | 84 |
| Figura 82 - Relação da publicação e respetiva gaveta com a mão (abertura)..... | 85 |
| Figura 83 - Pormenor dos logotipos nos dois elementos..... | 85 |
| Figura 84 - Gaveta final: frente..... | 86 |
| Figura 85 - Gaveta final: verso..... | 86 |
| Figura 86 - Pormenor da lombada da publicação..... | 87 |
| Figura 87 - Pormenor da lombada da gaveta..... | 87 |

1 – INTRODUÇÃO

1.1 - Pertinência do tema e motivações

Após vários projetos no âmbito do percurso académico da autora desta investigação, mais recentemente deste mestrado em design, surgiu a curiosidade sobre o tema do design editorial. A motivação pessoal surge com a ideia de criação ou conceção de um projeto editorial e todo o procedimento de aprendizagem à volta desse mesmo processo.

Um dos pontos que fez avançar com esta investigação foi a entidade parceira – a EcoSteel – que já tinha sido um parceiro no primeiro ano do mestrado. Surgiu a oportunidade de criar um catálogo que compilasse grande parte dos projetos mais relevantes da empresa numa única publicação. Esse foi o mote para o desenvolvimento deste projeto, visto que a empresa não possuía algo que expusesse os seus projetos para mostrar a clientes ou até mesmo para levar para as feiras em que estão frequentemente presentes.

O objetivo deste mestrado em design foi precisamente o estudo de uma componente mais gráfica do design, visto que o percurso académico da autora é no âmbito do design do produto. Contudo, o gosto pelo design editorial foi crescendo ao longo deste mestrado, o que levou a enveredar por uma investigação no sentido de ampliar e aprofundar conhecimentos e competências nesta área.

1.2 - Problemática e Objetivos

Com este projeto surge a problemática: *“Pode um projeto editorial como um catálogo contribuir para mostrar os valores e evidenciar as capacidades e qualidades de uma empresa?”*. Centrando no problema, a estrutura desta investigação surge de forma a que, através do estudo do tema do design editorial, apoiado por autores de referência desta temática, se consiga dar uma resposta coerente e concordante com a questão levantada.

O principal objetivo com esta investigação é realizar uma publicação editorial para a empresa da EcoSteel, evidenciando os seus projetos e sistemas de janelas

minimalistas num projeto que os valorize. Contudo, há alguns objetivos mais específicos que foram estudados com esta investigação, tais como:

- Compreender o âmbito da empresa, através de uma pequena investigação sobre a mesma, sobre os seus projetos/obras e sobre os seus serviços;
- Estudar o que é o design editorial com maior profundidade;
- Entender o estado da arte de publicações desta matéria;
- Conceber um projeto coeso e que corresponda às necessidades gráficas da empresa parceira no projeto;
- Desenvolver competências numa área do design que não faz parte da formação da autora do relatório, de modo a construir bases para projetos futuros.

1.3 - Estrutura Documental e Metodologias

Ao tratar-se de um trabalho de investigação, é essencial o uso de metodologias para o sustentar. Para demarcar esse trajeto metodológico, realizou-se uma breve pesquisa dos métodos de investigação através do livro *Universal Methods of Design* de Bella Martin e Bruce Hamintong.

Este documento está estruturado em sete capítulos principais: Capítulo 1 – Introdução, Capítulo 2 – A Empresa, Capítulo 3 – Design Editorial, Capítulo 4 – Enquadramento teórico-prático, Capítulo 5 – Casos de estudo, Capítulo 6 – Desenvolvimento Projetual e, por fim, o Capítulo 7 – Conclusão. No fim, estão listadas as referências bibliográficas de todo o projeto. Estes capítulos foram subdivididos em subcapítulos, fornecendo coerência e organização a toda a investigação.

Capítulo 1 – Introdução: Apresenta-se toda a introdução da investigação, referindo a pertinência e a motivação do tema estudado, as problemáticas envolvidas, assim como os objetivos a atingir. Este capítulo refere ainda a estruturação do documento e as metodologias aplicadas.

Capítulo 2 – A Empresa: Neste capítulo da investigação, faz-se uma breve apresentação da empresa que colaborou nesta investigação, mostrando os seus serviços e expondo as suas obras e projetos.

Capítulo 3 – Design Editorial: Está subdividido em duas partes. Primeiro, aborda-se o tema do design editorial e a sua contextualização histórica, tratando também o tema da tipografia e o seu surgimento. A segunda parte deste capítulo é centrado na evolução tecnológica e o impacto da tecnologia na atualidade.

Capítulo 4 – Enquadramento Teórico-Prático: Abordam-se conceitos e definições importantes para o desenvolvimento prático do projeto, dentro das temáticas dos elementos do design e da produção gráfica.

Capítulo 5 – Casos de Estudo: Com base num conjunto de critérios, foram analisados projetos de outros designers e empresas, de modo a entender o processo de criação de algumas publicações. O objetivo foi retirar o máximo de informação possível de todo o procedimento, ver como foram aplicados os conceitos estudados no capítulo anterior e ver de que forma, poderão ser aplicados neste projeto.

Capítulo 6 – Desenvolvimento Projetual: É apresentado todo o processo de conceção de um projeto editorial para a empresa Ecosteel, mostrando e explicando todas as fases de criação e decisões tomadas, até ao resultado final.

Capítulo 7 – Conclusão: É o capítulo que mostra o balanço e resume o que se retira desta investigação, analisando o resultado conseguido, mostrando as dificuldades encontradas pelo caminho e respondendo às questões levantadas na introdução.

2 – A EMPRESA

2.1 - Ecosteel | *Much More Than a Window*

A Ecosteel é a empresa proprietária e a sede da marca comercial MMTW - *Much More Than a Window*, uma marca comercial internacional associada a três grandes áreas de atividade: trabalhos em metal, estruturas e produções artísticas. A propriedade, produção e comercialização de todas as obras associadas à marca comercial da MMTW são lideradas pela empresa ECOSTEEL. Internacionalmente, a representação e comercialização do MMTW, é assegurada por cada parceiro ou aliança local por acordo prévio com a empresa. (Ecosteel, s.d.)

Situada na Póvoa de Varzim, a Ecosteel é uma serralharia que trabalha na produção de sistemas metálicos, juntamente com a marca *Much More Than a Window*, oferecendo ao público o melhor da tecnologia do alumínio incorporado em janelas minimalistas. (Much More Than a Window, s.d.)

Os avanços tecnológicos tornaram possível a criação de novas formas de abrir/fechar janelas. Isto foi comunicado através de uma visita realizada ao espaço de trabalho da empresa no ano passado, no âmbito de um projeto realizado em conjunto com a mesma.



Fonte: Ecosteel

Figura 1 - Empresa Ecosteel, situada na Póvoa de Varzim

2.2 - Serviços

A empresa divide-se em duas componentes distintas: a comercial e a artística. A componente comercial da Ecosteel procede à realização das janelas minimalistas através dos sistemas metálicos. Por outro lado, a componente da *ArtWorks* (parte artística) é caracterizada pelo aproveitamento dos materiais que sobram dos projetos realizados pela empresa, dando-lhes uma nova vida, como por exemplo, o ferro, o alumínio, as chapas, os vidros, as colas, entre outros.

Assim, resumindo, os serviços da empresa subdividem-se em três categorias: *framesystems*, com base no estudo, conhecimento e desenvolvimento, dos melhores sistemas mínimos de armação do mercado (a marca *Much More Than a Window* fornece os melhores *minimal frames* de alumínio); *metal works*, um serviço que fornece uma gama completa de fabricação de aço para projetos comerciais e/ou residenciais; e a *artworks*, um serviço que junta a empresa aos melhores artistas do mundo, ajudando na criação das suas obras. (Ecosteel, s.d.)



Fonte: Ecosteel

Figura 2 - Ecosteel : Espaço de trabalho

2.3 - Projetos e Obras

Todos os projetos são feitos com parceiros internos e externos. Desde a sua fundação, os seus trabalhos são colocados ou na categoria *finished work*, se já estiverem terminados ou na categoria *ongoing work*, se ainda estiverem em desenvolvimento.

São desenvolvidos todo o tipo de projetos, sendo os mais comuns as casas e alguns edifícios públicos. Porém, também já desenvolveram estruturas de metal para um cenário em Coimbra, a estrutura “*Field*” para a *Venice Biennale of Architecture 2018* e até mobiliário. Para além de tudo isso, desenvolvem também os projetos na componente da *artworks* com artistas como José Pedro Croft. No ramo da arquitetura, trabalham com nomes como o de Eduardo Souto Moura, Aires Mateus, Carvalho Araújo, Philippe Meyer, entre outros. (Much More Than a Window, s.d.)



Fonte: (Retirado de: <https://www.muchmorethanawindow.com/aroundtheworld>)

Figura 3 - Mapa das equipas MMTW no mundo;

A marca tem equipas espalhadas pelo mundo, como é possível verificar no projeto prático desenvolvido, através da localização das obras. Trabalham na Bélgica, Brasil, Alemanha, Croácia, Grécia, Índia, Estados Unidos da América, Espanha, entre outros.

3. DESIGN EDITORIAL

3.1 - Contextualização Histórica

O design editorial é principalmente caracterizado por melhorar visualmente as publicações periódicas, livros impressos e digitais. É uma área do design que deve estar em constante desenvolvimento de acordo com o avanço e o progresso de processos de produção e as exigências atuais do mercado, tendo como finalidade a comunicação de uma mensagem. *“O Design de material editorial cumpre diferentes funções tais como dar expressão e personalidade ao conteúdo, atrair e manter os leitores, e estruturar o material de forma clara. Essas funções têm de conviver e trabalhar juntas de forma coesa para configurar algo que seja agradável, útil e informativo – geralmente, uma combinação de todos os três se é para ter sucesso.”* (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 10)

Atualmente, é importante o conhecimento técnico de ferramentas digitais e, geralmente, uma maior rapidez na resolução dos problemas apresentados e nas respectivas soluções por parte dos profissionais em design. *“O designer é responsável pelo projeto da natureza física do livro, seu visual e sua forma de apresentação, além de cuidar do posicionamento de todos os elementos na página.”* (Haslam, 2007, p. 16)

Com a evolução tecnológica sempre presente nos dias de hoje, são inúmeros os *softwares*¹ acessíveis e disponibilizados para melhorar e facilitar todo o processo de desenvolvimento do projeto. Com isto, pequenos trabalhos como a manipulação das imagens, por exemplo, que eram realizadas por outras pessoas destinadas a realizar isso mesmo, passaram a ser desenvolvidas pelos próprios designers devido ao ramo da informática estar tão expandido, o que estimulou o alargamento dos campos de atuação de vários profissionais.

A margem de erro diminuiu devido ao facto de já ser possível pré-visualizar o resultado final num computador e, assim, prever com mais facilidade o resultado impresso e físico com a ajuda do avanço extraordinário da tecnologia. Com este evento, torna-se necessário os profissionais conseguirem acompanhar esse progresso com a sua criatividade sem se sentirem limitados pelo que já existe.

¹ - Por exemplo, softwares como o Adobe Photoshop, o Adobe Illustrator e o Adobe InDesign, muitos utilizados como ferramentas pelo designer atualmente;

Livros, revistas e jornais são alguns dos projetos abrangidos por esta área do design editorial. São projetos desenvolvidos cuja função é se responsabilizar por comunicar mensagens visuais e textuais e, por esse mesmo motivo, são conhecidos por lidarem com enormes volumes de informação. “A grande maioria dos conteúdos editoriais tem em seu cerne a ideia de comunicar uma ideia ou contar uma história por meio da organização e apresentação de palavras (disposição de títulos e do corpo de texto) e elementos visuais.” (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 8) Os designers editoriais trabalham com vários especialistas como ilustradores, jornalistas, revisores e editores, sendo que os designers acabam por ter a responsabilidade de conhecer a informação que está a ser tratada, de modo a entendê-la e a conseguir exprimi-la e transmiti-la de forma clara e eficaz.

Ao falarmos de comunicação, torna-se imprescindível referir a importância da tipografia no design editorial. É um dos elementos comunicadores mais relevantes num projeto desta natureza, assim como as imagens e a cor. Associada ao conteúdo a transmitir, reflete marcos históricos ao longo do tempo.

3.2 -Tipografia

A relação entre o texto e a imagem tendeu sempre a se complementar. Pode-se verificar isso desde as gravuras rupestres na pré-história. Quando surgiu a escrita, foi importante tornar tudo mais atraente visualmente e esteticamente com as imagens.

Desde os seus primórdios, a tipografia sofreu uma grande evolução processual desde os caracteres móveis até à *web*. A sua utilização foi bastante valorizada pois sem ela, o processo de comunicação entre os indivíduos era muito mais dificultado. “*Typography exists to honor content.*” ²(Bringhurst, 2005, p. 17) Por isso, é muito importante a escolha adequada de um tipo de letra para um projeto tendo por base critérios concetuais, históricos e técnicos, e relacioná-los com as características do projeto em desenvolvimento, criando a harmonia, a transparência e unidade da mensagem a ser transmitida. Para Bringhurst (2005, p. 18), a tipografia veio elucidar e até enobrecer o texto, não iludir o leitor.

² Tradução livre (TL): A tipografia serve para honrar o conteúdo.

3.2.1 - Breve Contextualização Histórica

Desde o homem primitivo que já se tentava comunicar com a ajuda de grunhidos e gritos, auxiliados por gestos, e *“persistiu mesmo depois de ele ser capaz de articular sons”* (McMurtrie, 1965, p.17). Contudo, os sons e os gestos não foram suficientes, e recorreram aos desenhos e gravuras para comunicarem. *“E, assim, vemos que, num obscuro passado pré-histórico, ele recorria a desenhos ou gravuras para se exprimir. Isto representa um passo de extraordinária importância na evolução do homem, pois foi o seu primeiro esforço para tornar visíveis o pensamento e o sentimento de uma forma duradoura.”* (McMurtrie, 1965, p.17)

As representações mais comuns eram relacionadas com a caça, relatando experiências de vida dos povos. *“Embora por toda a parte usassem tais representações, muitos milhares de anos passaram antes de o homem ter realmente consciencia do que havia criado com estes pictogramas.”* (McMurtrie, 1965, p.18).

As pictogravuras eram relatos das antigas raças humanas sendo que, com o tempo, esses símbolos pictográficos passaram a ser associados a determinados objetos e ideias. *“Assim, as pictogravuras tornaram-se a pouco e pouco em ideogramas ou simbolos que representavam ideias generalizadas tiradas dos objetos.”* (McMurtrie, 1965, p.19) A escrita ideográfica provém dos primeiros registos primitivos e permanece até hoje, podendo verificar-se esse sistema de escrita principalmente na lingua chinesa. (McMurtrie, 1965, p.19)

O nascimento do alfabeto latino, ou romano, originou o alfabeto mais utilizado no ocidente. A língua portuguesa provém dele mesmo. Ao ser adotado pelos romanos no século VII a.C., a sua evolução avançava com a expansão do império romano. *“Within this classical style, several variations developed, due the influences of geography, popular cultural and intellectual philosophies, politics, and technology.”*³ (Solomon, 1986, p. 66) Com o passar do tempo, foram surgindo as minúsculas, pois o alfabeto romano era só um conjunto de letras em caixa alta (Heitlinger, 2006, p.24).

Com o surgimento do papel, o primeiro impulso na tipografia estava dado porque era indispensável um material mais barato do que o pergaminho (McMurtrie,

³ Tradução livre (TL): Dentro desse estilo clássico, diversas variações se desenvolveram, devido às influências da geografia, das filosofias culturais e intelectuais populares, da política e da tecnologia.

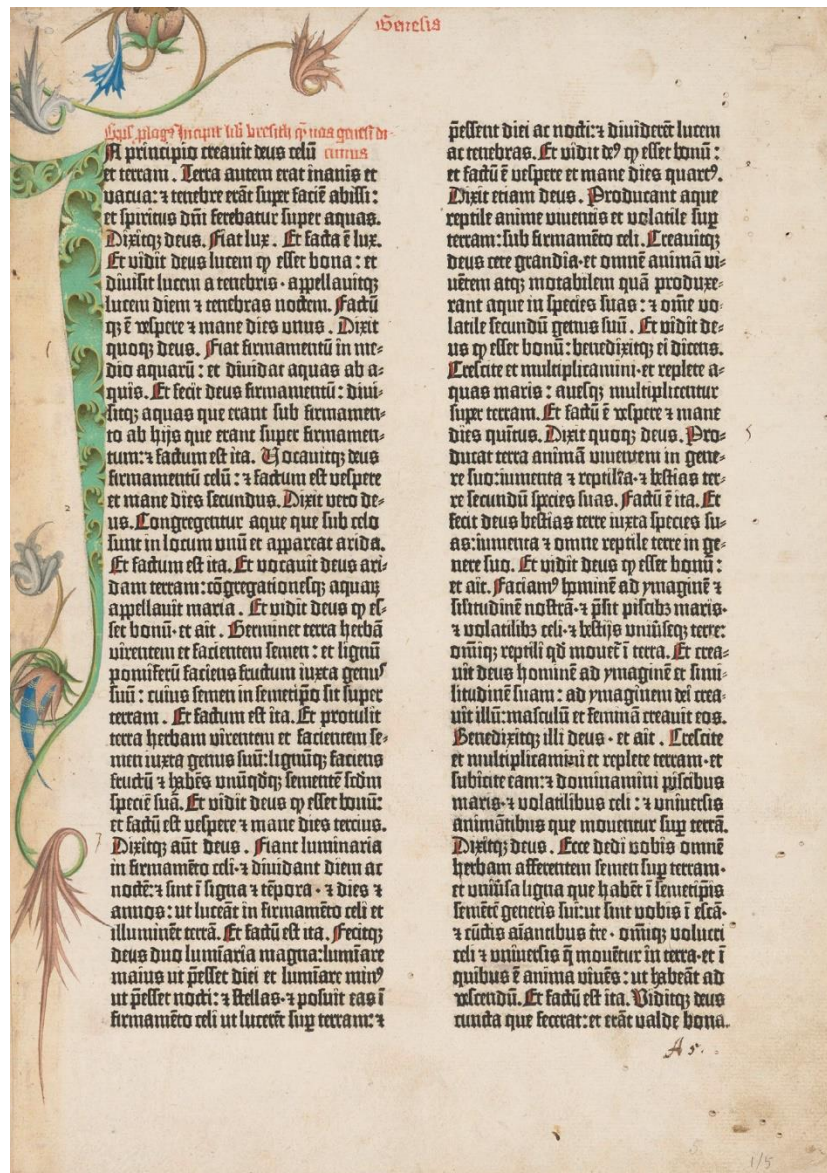
1965, p.77). Com esse aparecimento, surgiram os livros manuscritos. *“Os livros com que estamos familiarizados, formados de folhas ligadas e cosidas de um lado, foram uma criação relativamente tardia na Europa, e só apareceram ali muitos séculos depois dos rolos de papiro e de pergaminho dos antigos.”* (McMurtrie, 1965, p. 95) Estavam relacionados com a era Cristã, e *“juntamente com as inscrições em pedra, metal ou madeira, são um factor muitíssimo importante na herança cultural da Humanidade.”* (McMurtrie, 1965, p. 96) Os homens que se dedicavam ao estudo e se afastavam de uma vida agitada refugiavam-se nas igrejas a copiar livros. *“Os conventos e outros lugares eclesiásticos de fuga ao tumulto da vida mundana chamaram a si a tarefa, já posta de lado, de fazer cópias de livros para enriquecimento das suas bibliotecas e, em maior extensão, para uso da comunidade de leitores e estudiosos de todo o mundo.”* (McMurtrie, 1965, p. 96)

Foi na China que apareceram os primeiros livros impressos, sendo por isso que se pode afirmar que, na história da manufactura dos livros, o Extremo-Oriente foi totalmente independente, pois imprimiu-se várias obras quase seis séculos antes do progresso da imprensa europeia (McMurtrie, 1965, p.109). O que se vivia no Extremo-Oriente parecia fantasia para a Europa, tornando o aparecimento da imprensa nos países europeus um evento muito importante e marcante.

A disseminação da Tipografia, invenção hoje incontestavelmente atribuída ao alemão Johannes Gutenberg, foi célere. O primeiro livro europeu impresso num prelo, a Bíblia de 42 linhas, data de 1455. Implantada em Mainz, a Imprensa depressa aparece na vizinha Colónia, em Estrasburgo e em Basileia. Poucos anos depois surge na Itália, em França e na Inglaterra. Em 1487 chega por fim a Faro, no reino do Algarve. (Heitlinger, 2010, p.407)

“Johannes Gutenberg revolucionou a impressão com a criação de tipos móveis (obtidos a partir de um molde), o que permitia revisar e corrigir um texto antes da impressão.” (Bann, 2010, p. 8) Este processo de aceleração na produção de livros foi o momento que marcou uma produção em série mecanizada, reduzindo o tempo de trabalho. *“A invenção da tipografia acelerou drasticamente, tanto em rapidez como em quantidade, a circulação da informação escrita.”* (Heitlinger, 2006, p. 57) Com a invenção de Gutenberg, seguiu-se a cristalização das letras em metal, marcando o momento de

viragem dos manuscritos para a tipografia. A fundição de tipos dá lugar às letras fundidas e passa-se a ter fontes tipográficas.

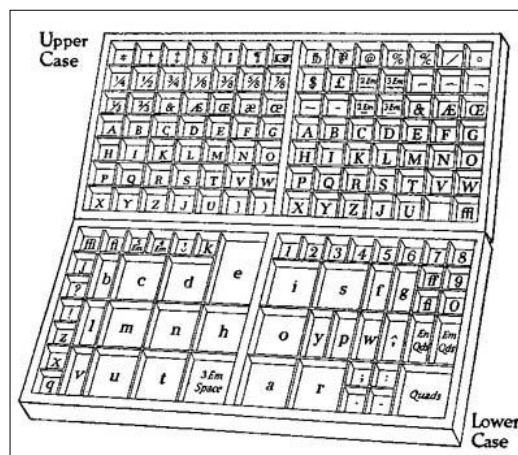


Fonte: (Retirado do relatório: “Projeto de redesenho para um catálogo de produtos” de Patrícia Ferreira)

Figura 4 - Bíblia de 42 linhas, de Gutenberg

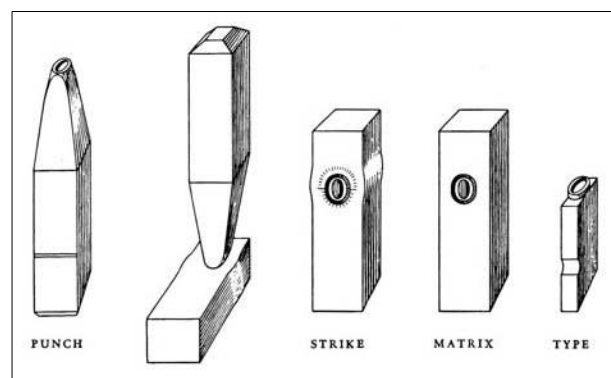
Sendo Gutenberg um mestre ourives, ele trabalhava bem o metal e foi fácil para ele gravar. Assim, surge o processo de criação dos tipos através da sua habilidade com os metais. Todo o processo é dividido por três fases distintas: uma primeira fase, em que se gravam os punções; uma segunda fase caracterizada pelo processo de fazer as matrizes; e uma última fase responsável pela fundição. Depois de feitos, os tipos eram armazenados em caixas de madeira, até ao momento de composição dos textos. “As

letras maiúsculas tinham lugar na parte superior, daí a designação caixa alta. As letras minúsculas eram colocadas em compartimentos da caixa baixa.” (Heitlinger, 2006, p.60) A impressão ao prelo era deveras cansativa, na qual era necessário uma “cuidada aplicação da tinta de impressão (bem diferente da tinta dos calígrafos), a colocação correcta da folha de papel (ou de pergaminho) e o isolamento da superfície a imprimir, para evitar manchas ou borrões de tinta.” (Heitlinger, 2006, p.59) O que antes se distinguia por ser um sistema de impressão simples e portátil, tornou-se facilmente numa tecnologia que difundiu por toda a Europa. “Gutenberg inventou a tecnologia de impressão com tipos móveis, que o uso de gravuras xilográficas já deixava pressentir. Mas em poucos anos perdeu o monopólio sobre a sua genial invenção e a arte negra alastrou pela Europa...” (Heitlinger, 2006, p.62)



Fonte: (Retirado de: <http://tipografos.net/tecnologias/fundicao-tipos.html>)

Figura 5 - Distribuição dos tipos na caixa



Fonte: (Retirado de: <http://tipografos.net/tecnologias/fundicao-tipos.html>)

Figura 6 – As diferentes fases no processo de criação dos tipos

3.3 – Os avanços tecnológicos e a sua importância atualmente

3.3.1 – O impacto da nova tecnologia

Publicar um livro atualmente, por exemplo, torna-se bem mais fácil maioritariamente devido à evolução constante das tecnologias que vieram a revolucionar o mundo. Tudo está realmente mais acessível devido ao facto de qualquer pessoa ter ou possuir um computador em casa e acesso à internet. “*No entanto, se o foco de interesse restringir-se às últimas duas décadas e à atual, pode-se afirmar que a década de 80 foi a do computador pessoal, enquanto que a década de 90 foi a da Internet.*” (Tarouco, 2011, p. 216)

Este impacto torna-se mais notório nos dias de hoje quando que as pessoas vêm as notícias num *smartphone* com acesso à internet; quando se usam os telemóveis para documentar tudo com fotografias, por exemplo; quando alguns registos que eram feitos manualmente passaram a ser realizados a computador para poupar tempo e por ser muito mais fácil. Com o surgimento da tecnologia, há uma maior facilidade a responder a problemáticas levantadas em pouco tempo. A evolução tecnológica não pára, estamos sempre em constante mudança e para a entender, basta pensar na relação da imprensa com a tecnologia, sendo que a mesma foi “obrigada” a adaptar-se com a criação de jornais em formato digital e *e-books*.

Considerando esta evolução, pode-se caracterizar o processo de criação de uma publicação em três momentos importantes para o designer: a conceção, a produção/publicação e a distribuição. O primeiro momento irá refletir as tecnologias e técnicas usadas no desenvolvimento do processo. O segundo momento vai considerar as técnicas de impressão e produção. O terceiro momento, referente à distribuição, aborda a divulgação do conteúdo.

Contudo, antes de se começar a desenvolver todo o processo de criação de uma publicação editorial, é necessário primeiramente pensar no que é suposto fazer e nas exigências que esse projeto nos traz enquanto *designers*, isto é, quais os objetivos que temos de cumprir para que o resultado seja bem conseguido. Para tal, tudo começa com pequenos esboços, seja manualmente ou num *software* de computador. Pôr as ideias em

prática e perceber se funcionam, para chegar a uma solução adequada e que consiga satisfazer a necessidade que a problemática traz consigo.

3.3.2 – Momento da Conceção

Atualmente, nos países mais desenvolvidos economicamente e a nível tecnológico, qualquer pessoa consegue ter acesso a um computador, seja em casa ou no trabalho. Desde o seu surgimento que veio a revolucionar o mundo do trabalho, principalmente na poupança de tempo ao realizar qualquer tarefa. Por esse mesmo motivo, é uma das ou a ferramenta principal de trabalho de grande parte da população. Aliás, para alguns transforma-se no equipamento principal na leitura de textos e imagens.

No caso da criação de um projeto editorial, tudo o que é preciso é um computador e um *software*, o que leva a uma economia de tempo e meios.

Com o desenvolvimento tecnológico atual, é um fato que a informática está cada vez mais inserida no processo criativo. Novas metodologias de criação adotam o computador como uma importante ferramenta de trabalho, capaz de facilitar e melhorar o desempenho de um profissional, que com a sua experiência consegue tirar proveito da grande gama de recursos tecnológicos que estão sendo oferecidos pelo mercado atual e que é composto de programas gráficos, materiais multimídia e hipermídias. (Tarouco, 2011, p. 216)

Atualmente, existe a oportunidade de trabalhar em rede, através da internet, o que propiciou a colaboração entre as partes envolvidas no processo de criação. O papel do designer gráfico/editorial foi levado mais a sério e tornou-se um agente de criação juntamente com os outros intervenientes.

Tudo isto traz também desvantagens com a banalização do trabalho de um designer, em que qualquer pessoa, mesmo sem estudos, consegue trabalhar na área e nem sempre faz o correto. *“Porém, a computação também impactou de forma negativa nos trabalhos de design, pois devido à facilidade de uso que os softwares apresentam, pessoas sem base teórica e técnica começam a trabalhar neste mercado, culminando com o empobrecimento dos trabalhos gráficos.” (Tarouco, 2011, p. 217)* Tudo acontece

com a facilidade de acesso à internet, começando a ser usual a cópia de trabalhos expostos ou uso incorreto de imagens divulgadas no mundo digital, *“fazendo com que as criações artísticas sejam muitas vezes copiadas, deixando a facilidade à frente da criatividade.”* (Tarouco, 2011, p. 217)

Generalizando, há quem defenda as publicações impressas, em que nada irá substituir o toque no papel, a apreciação da publicação em mãos, um arquivo que conta uma história e que traz emoção ao leitor. No entanto, por outro lado, a publicação digital reduz custos e pode ser publicada e partilhada a qualquer momento. Dessa forma, facilita o acesso em qualquer parte e em qualquer dispositivo, o que não acontece com o impresso que acaba por se tornar “pesado” e não é tão prático.

As publicações vão variando, e são bastante diversificadas as possibilidades de conceção. Com esta pesquisa e investigação, os impressos e as publicações digitais são ambos importantes e dão uma variedade de escolha aos leitores. O importante é o papel do designer, que flui tendo em conta a *“compreensão das técnicas de impressão, um estilo de corte, certa grade ou estrutura, a utilização da tipografia e símbolos como meio de expressão, ou a capacidade de explorar as mais recentes tecnologias de impressão”* (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 205)

3.3.3 – Momento da Produção / Publicação

Notando as inovações a nível editorial, pode-se dizer que, a nível tecnológico, os avanços das técnicas de impressão não ficam atrás.

As primeiras formas de impressão ocorreram quando apareceu a tipografia e a técnica de Gutenberg.

Até à década de 90, a técnica da litografia *offset* era muito usual pois era a que permitia imprimir vários exemplares a baixo custo. Nesta técnica *“em offset as zonas de imagem e sem imagem encontram-se ao mesmo nível na chapa de alumínio, de acordo com aquilo a que se chama «processo planográfico».* (Barbosa, 2012, p. 76) Ou seja, a grande novidade é que a água e a tinta não se misturam. As zonas em que não há imagem levam água, e as zonas com imagem levam tinta. Existem três cilindros: o da impressão, o da chapa e outro revestido a cauchu, sendo que o da chapa passa a imagem para o cilindro revestido e este, por sua vez, transfere para o papel. *“A unidade básica de*

impressão em offset é composta por três cilindros: o cilindro da chapa, o caucho e o cilindro da impressão.” (Barbosa, 2012, p. 77) Nos dias de hoje, as gráficas possuem máquinas que já lhes permitem imprimir em CMYK e depois mais uma cor ou verniz, porque as máquinas já possuem cinco cores. O papel pode ser colocado lá em rolo (sendo que compensa em tiragens superiores a 25 000 exemplares) ou em plano. Os custos desta técnica de impressão são elevados, devido a provas de cor, gravação das chapas, acertos da tiragem, etc. (Barbosa, 2012, p. 77)

A impressão digital surge a partir dos anos 90, com o surgimento do computador pessoal. Foi possível fazer tiragens mais pequenas e a baixo custo, o que é o ideal para pessoas que estão no início de carreira e pretendem imprimir poucos exemplares. Uma das vantagens é, sem dúvida, a possibilidade de fazer um teste diretamente na máquina e poder fazer as correções necessárias no momento. Outro enorme benefício é o facto de as tintas, mal sejam impressas, seque quase imediatamente. É também possível imprimir uma imagem diferente a cada nova impressão, trazendo ao trabalho a possibilidade de personalização. *“Na impressão digital, as imagens são criadas uma de cada vez e impressas uma de cada vez.”* (Barbosa, 2012, p. 87) Pode ser impressa através de papel em rolo ou plano, em semelhança à impressão por litografia *offset*.

Apesar de se entender as diferenças entre estes dois processos de impressão mais usados atualmente, não se pretendeu analisá-los ao mais ínfimo pormenor. Contudo, o objetivo passou por entender o que existe nos dias de hoje, perceber as diferenças e dar a entender as evoluções pelas quais as técnicas se submeteram por causa das tecnologias.

3.3.4 – Momento da Distribuição

No momento em que nos encontramos, vivemos numa era em que o digital está muito presente e em constante avanço tecnológico. Há uma multiplicação de *gadgets*, aplicações e outras ferramentas e plataformas em que é possível compartilhar o nosso próprio trabalho. Porém, generalizando, nem todas as publicações em papel são substituídas. Ao ser citado por David Hall no seu livro *“A History of the Book in America,*

5-volume Omnibus E-book”, Epstein refere “*Books as physical objects will not pass away to be replaced by electronic signals read from glowing, handheld screens.*”⁴ (Hall, 2015)

Esta fase da distribuição acaba por ser uma das fases finais do projeto. O objetivo da mesma é disponibilizar a publicação para o público-alvo. Neste caso específico, o que se pretende fazer é uma publicação para a própria empresa, ou seja, é desejada uma publicação que reúna grande parte das obras da Ecosteel, para mais tarde ser utilizado pela entidade no seu local de trabalho, mostrando aos seus clientes o que são capazes de desenvolver ou levando para as feiras em que participam com o mesmo intuito. Com este objetivo definido, procurar-se-á desenvolver um projeto editorial físico que funcione como um portefólio da empresa.

⁴ (TL): “Os livros, como objetos físicos, não passarão a ser substituídos por sinais eletrónicos em telas portáteis brilhantes.”

4 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO-PRÁTICO

4.1 - Elementos do Design

O designer incide sobre um conjunto de diferentes partes que constituem o objeto livro, fazendo parte do seu método de criação gráfico. A maneira como estes componentes são aplicados numa publicação faz com que o resultado final seja mais ou menos conclusivo. Com isto, foi essencial para este projeto listar e estudar esses elementos individualmente e perceber qual a sua importância para a elaboração de um catálogo.

4.1.1 - Formato

Escolher o formato de um livro é uma decisão que vai delimitar todo o processo de criação a partir desse ponto. Por isso, é extremamente importante escolher e ter em conta a importância dessa decisão.

“O formato é determinado pela relação entre a altura e a largura da página” (Haslam, 2007, p. 30). Mas ainda existem dúvidas em entender as diferenças entre as dimensões do livro e o seu formato. *“Na indústria editorial, o termo ‘formato’ é algumas vezes usado erroneamente, fazendo referência a um determinado tamanho. Entretanto, livros de diferentes dimensões podem compartilhar de um mesmo formato.”* (Haslam, 2007, p. 30)

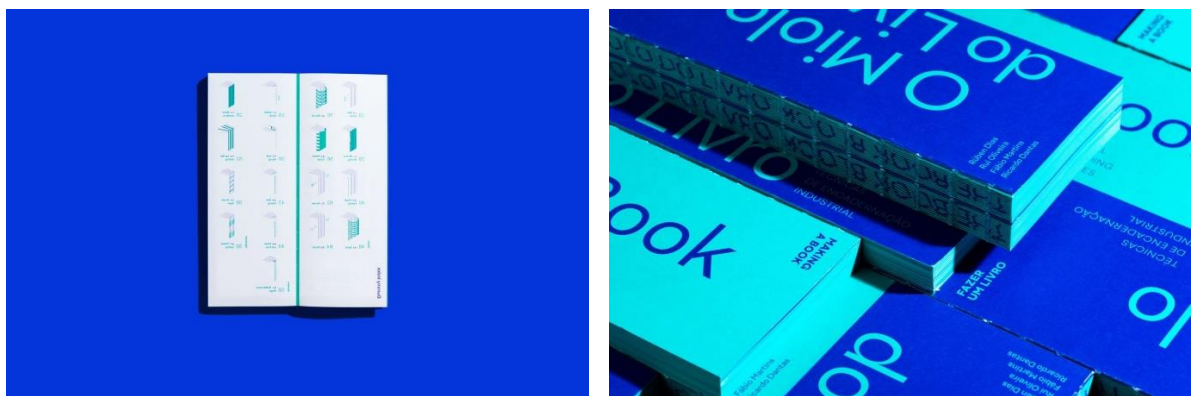
Pelo formato, um livro é capaz de transportar um conjunto de sensações, funções e produtos. Para isso, é necessário ter em conta o conteúdo que irá ser lá representado para fazer uma escolha adequada do formato. No entanto, outros autores como Haslam (2007), referem que é preciso determinar a forma de manuseio do livro e ter isso em mente quando o projetar. Por exemplo, se for um livro de manuseio numa só mão terá certamente características diferentes de um livro de mesa. *“Um guia de bolso precisa caber dentro de um bolso, enquanto um Atlas deve ser consultado sobre uma superfície ampla, uma vez que o seu conteúdo detalhado exige páginas de grandes dimensões.”* (Haslam, 2007, p.30)

Um outro aspeto importante na criação de um livro é considerar o maior aproveitamento possível na sua produção, tendo em conta os fatores económicos e de

sustentabilidade. Para tal, é necessário fazer um melhor rendimento do papel utilizado, do número de páginas e os cadernos possíveis. Tendo tudo isto considerado, pode levar a uma redução significativa dos custos de produção, levando a uma exigência maior no desenvolvimento do projeto por parte do designer, que vai ter de ponderar todas estas decisões.

Resumindo, é necessário avaliar três elementos principais na escolha do melhor formato para a publicação: as fotografias, tendo em conta a quantidade, a sua orientação, o uso e a finalidade para o livro/catálogo e o preço final.

São três os formatos em que estes livros são normalmente projetados: *“retrato, formato cuja altura da página é maior que a largura; paisagem, formato cuja altura da página é menor que a largura; e quadrado.”* (Haslam, 2007, p.30)



Fonte: (Retirado de <https://rubenddias.com/authorship-consultancy/the-book-block-miolo-do-livro/>)

Figura 7 – Formato retrato no projeto “O Miolo do Livro: Técnicas de Encadernação Industrial”: Rúben Dias, Rui Oliveira, Fábio Martins e Ricardo Dantas



Fonte: (Retirado de: <https://www.pentagram.com/work/reflections?rel=discipline&rel-id=6>)

Figura 8 – Formato paisagem no projeto “Reflections”: Pentagram



Fonte: (Retirado de: <http://www.nhdesign.pt/15anos.php>)

Figura 9 – Formato quadrado no projeto “Livro 15 anos NH Design”: NH Design

4.1.2 - Grelhas

A grelha é o primeiro elemento a ser estudado pois é considerado o esqueleto da composição. É o elemento que ajuda os designers a conceber uma publicação com equilíbrio, consistência e coerência durante todo o processo de criação. Torna-se um meio de facilitar o posicionamento e a organização dos elementos gráficos. Garante que os mesmos trabalhem em conjunto para que juntos, consigam transmitir firmeza ao longo de todo o corpo do trabalho (Ambrose & Harris, 2007, p. 57).

“O uso de grelhas como um sistema de organização espacial é a expressão de uma postura mental – mostra que o designer concebe os seus trabalhos em termos construtivos, orientados para o futuro.” (Muller-Brockmann, 2016, p. 10) Com isto, pode-se dizer que a utilização das grelhas ajuda numa projeção do que poderá ser o projeto, ajudando na sua organização e posicionando todos os elementos, de forma a que a construção do trabalho seja firme e coerente.

Ao gerar o *layout*, o designer passa pela criação do sistema de grelhas – elemento que divide as páginas do projeto em espaços iguais e geométricos, módulos ou campos, que levarão à construção de margens, colunas de texto, linhas de base tipográfica, espaços em branco e blocos de imagens. A grelha *“atua como uma âncora ou ponto de referência, um ponto de partida que fixa toda a estrutura. Tamanhos e formas do tipo, imagens e áreas de espaço em branco podem ser planejados previamente, facilitando muito o processo de criação de um layout.”* (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 156)

O primeiro passo na criação do layout do editorial é a definição de grelhas base (grelha tipográfica). Elas delimitam as linhas de largura e altura que serão atribuídas às

colunas de texto e imagem, para assim criar uma uniformidade na disposição da informação visual e fotográfica (Ambrose & Harris, 2007, p. 71). Os vários tipos de grelha são: as grelhas simétricas ou assimétricas, que se baseiam no quão uniforme ou não o designer quer que o projeto seja; a grelha manuscrita, caracterizada por apenas uma coluna de texto rodeada por imagens; a grelha de colunas, que trazem uma maior flexibilidade na hierarquização da informação na páginas (mais colunas proporcionam mais facilidade na organização dos elementos); a grelha modular, que se designa pelos módulos criados para dividir o espaço, facilitando o posicionamento dos elementos numa divisão rigorosa e uniforme; e a grelha de construção, em que os elementos vão sendo colocados na página por um determinado nível de relevância e vão sendo organizados e reposicionados conforme a criação gráfica. (Cardoso, p. 42)

Com esse sistema, temos acesso aos espaços em branco denominados de goteiras. *“Os campos ficam separados uns dos outros por espaços intermediários (goteiras), de tal modo que as imagens não toquem umas nas outras.”* (Müller-Brockmann, 2016, p. 11) Estes espaços servem também para manter a legibilidade e permitem posicionar corretamente as legendas das imagens e ilustrações. A organização e posicionamento dos vários elementos gráficos conferem ao projeto uma disposição clara e rítmica.

Depois de criada a grelha, segue-se o posicionamento das colunas de texto, a colocação das imagens, ilustração, paginação, entre outros. Todavia, há duas formas distintas para caracterizar um projeto. Por um lado, temos a grelha simétrica que se caracteriza por ser um espelho, utilizada principalmente em livros e em publicações de texto de forma a mostrar mais uniformidade ao longo do projeto. Por outro lado, existem as grelhas assimétricas quando existe um acréscimo de elementos que têm de ser organizados entre si (imagens, texto, entre outros). (Ambrose & Harris, 2007, p. 59)

Quanto às colunas, elas devem corresponder relativamente ao texto informativo, ao tamanho das letras e ainda ao impacto da legibilidade e leitura. Todas estas condicionantes cruzam-se com a largura das colunas, entre outros elementos tipográficos.

4.1.3 - Tipografia

Ao tratar-se de um catálogo, a escolha tipográfica deve honrar o conteúdo ao ser considerada pelo designer, de modo a que consiga ilustrar o que está dentro da obra. (Bringinghurst, 2004)

A seleção tipográfica é a escolha de um tipo de letra ou vários tipos de letra a ser utilizados no projeto. No entanto, há outros aspetos que interferem na escolha do tipo de letra que deverão ser considerados como o alinhamento do texto, a entrelinha, o papel em que vai ser impresso, entre outros. Ter em conta todos estes aspetos, em conjunto, levará a uma melhor legibilidade dos conteúdos.

Quando se fala em tipografia, é necessário ter em atenção toda a informação que será transmitida no processo de comunicação e não apenas um conjunto de letras ordenadas sobre a página do catálogo ou livro.

Sumariamente, a tipografia escolhida deve ser legível e permitir uma leitura confortável; ser adequada ao tipo de leitura que pressupõe (leitura extensa de texto linear ou leitura titular); traduzir através da hierarquia escolhida a estrutura e ordem do texto; permitir a associação dos outros componentes do livro (como por exemplo as imagens e os gráficos); ser ritmada e simultaneamente ter uma expressão contida. (Ferreira, 2014, p.90)

Ao abordar uma publicação editorial como um catálogo, por exemplo, é indispensável um equilíbrio entre o texto e a imagem, sendo que ambos tornam a obra mais interessante do que qualquer um destes componentes isolados. O uso de uma ou mais fontes enriquece o trabalho, podendo ser mais visualmente atraente ao diversificar as suas variações, ao usar colunas de texto que facilitem a leitura, entre outras medidas.

Tratando-se de uma publicação que contém maioritariamente a componente visual, a presença textual está em pequenos pormenores, estando presente em componentes identificativos do livro como o autor ou o título. Contudo, a tipografia é facilmente identificada nas capas das publicações editoriais que, utilizada da maneira certa e estando bem aplicada, poderá ser uma amostra do assunto tratado na obra.

Sintetizando, é visível a relevância da tipografia num projeto editorial como um catálogo por exemplo, seja aplicada em títulos ou até mesmo em legendas, já que é capaz de dispensar outros elementos gráficos.



Fonte: (Retirado de: <https://steidl.de/Books/The-Thirty-Two-Inch-Ruler-1722385457.html>)

Figura 10 - Projeto “The thirty two inch ruler” de John Gossage, 2010

4.1.4 - Organização da página

A página de um livro ou catálogo é dividida entre imagens e texto, mostrando ambos os elementos em harmonia entre eles e o espaço em branco. No entanto, nos livros mais fotográficos, nem sempre está presente a tipografia: a organização da página é feita com base na composição das fotografias.

Contudo, falando de uma publicação editorial, é importante ponderar as orientações das fotografias. *“Os layouts de texto são projetados para serem lidos em progressão linear, de cima para baixo a partir do topo da página, da esquerda em direção à base da página da direita. Já as páginas que são baseadas em imagem são projetadas para serem “vistas”.*” (Haslam, 2007, p. 148)

Deve-se integrar na folha de trabalho as grelhas, que vão demarcar os lugares alusivos à largura e altura das margens e criam vínculos entre todos os outros integrantes da página – texto, imagem e espaço em branco. A grelha, porém, quanto mais complexa for, mais estrutura e repartição apresenta, tornando mais fácil o trabalho do designer. Pode-se verificar isso nas figuras 11 e 12: são projetos totalmente diferentes e vê-se claramente que o projeto *“Carmen Chan”* não se baseia numa grelha tão complexa como o projeto *“Inside Muses”*, porque também não possui tantos elementos. Por isso mesmo, vemos que na figura 12, a estruturação da grelha está mais presente porque todos os elementos estão organizados de uma forma mais geométrica, enquanto que o posicionamento das imagens na figura 11 é mais livre porque não é baseada numa grelha tão rigorosa e não há tantos elementos a serem estruturados.

“A informação hierarquizada com títulos, subtítulos, textos, ilustrações, imagens e legendas, todos eles dispostos na grelha de uma forma lógica, será não somente lida mais rápida e facilmente, mas também melhor entendida e retida na memória.” (Müller-Brockmann, 2016, p. 13)

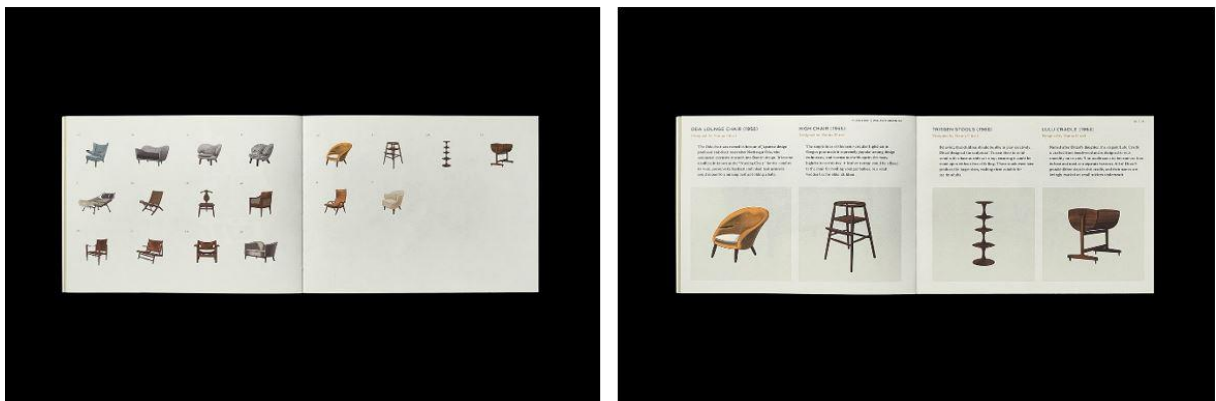
Os elementos que criam o layout e a sua disposição levam à transmissão de emoções ou sensações ao “leitor”. O texto e a imagem conferem ao trabalho outra energia, mas não podemos esquecer a importância do espaço branco, não raras vezes conferindo elegância à obra. *“A maneira como um designer interpreta, aplica ou deixa de lado esses princípios é fundamental para o design editorial, assim como a capacidade de*

ver o conteúdo e fazer as partes constituintes funcionarem dentro das proporções de uma página retangular, no papel ou na tela.”(Caldwell & Zappaterra, 2014, p.109)



Fonte: (Retirado de: https://www.behance.net/gallery/55505407/Carmen-Chan-Book?tracking_source=search_projects_recommended%7Ceditorial%20design%20)

Figura 11 - Projeto “Carmen Chan” : Kati Forner (Behance)



Fonte: (Retirado de: https://www.behance.net/gallery/98755999/Inside-Muses?tracking_source=search_projects_recommended%7Ceditorial%20design%20)

Figura 12 - Projeto “Inside Muses”: Toby Ng (Behance)

4.2 – Produção Gráfica

A parte da produção gráfica do projeto é a última coisa a fazer, depois de ter tomado todas as decisões nos tópicos analisados anteriormente como o layout e o formato, por exemplo.

“Compreender a importância das etapas deste longo processo significa viabilizar o projeto.” (Ferreira, 2014, p. 97) Para tal, é necessário, com alguma antecedência, fazer um planejamento gráfico, tendo em conta toda a responsabilidade que um livro e a sua produção carregam consigo, conseguindo organizar todos os elementos e obter o melhor resultado.

Nesta última fase de produção, escolhe-se o papel (suporte) em que vai ser impresso o projeto, assim como a técnica de impressão que vai ser utilizada (*offset*, digital, etc) e os acabamentos que vão ser usados. De seguida, faz-se uma pequena análise destes elementos.

4.2.1 - Papel

O papel é, talvez, o elemento mais importante de toda a produção de um livro. Com ele, vem toda a experiência sensorial quando lhe tocamos, sendo o toque uma necessidade do ser humano porque representa que algo existe. Neste caso específico, por se tratar de um catálogo fotográfico impresso, tem outra importância devido à qualidade das fotografias quando impressas num suporte como o papel, o que leva a uma maior preocupação na escolha correta do material. Deve ser selecionado de acordo com a técnica de impressão escolhida, na medida em que as distintas características do material adaptam-se a diferentes particularidades da impressão. “*Sempre que possível, deve ser feito um mono: um volume, sem impressão, com o método de encadernação pretendido, papel, sentido da fibra, etc. Só assim se torna possível avaliar convenientemente o objeto a produzir, sentindo, manuseando e ajustando as características do livro.*” (Dias, Oliveira, Martins, & Dantas, 2020, p. 8)

“*Dependendo da sua finalidade, cada papel é fabricado de forma diferente – com diferentes tipos de fibra e aditivos. Estes aditivos são químicos responsáveis por branquear, purificar e estabilizar a composição da pasta de papel.*” (Ferreira, 2014, p. 98) Assim, pode-se dividir os papéis em três grandes grupos: os revestidos (*couché / coated*), os não revestidos (*fine papers / uncoated*) e, por fim, os reciclados. (Ferreira, 2014, p. 98)

Dependendo dos seus diferentes componentes como o brilho, o revestimento, a opacidade, a cor, a resistência, a gramagem e a sua absorção, são estabelecidos padrões *standard* para o papel.

Ao falar de um projeto editorial em que o elemento principal é a fotografia, uma das características mais importantes é o brilho. É um elemento responsável pela correta visualização das imagens, porque balança a quantidade de luz refletida pelo papel e interferindo com o brilho e o contraste da fotografia impressa. Sugeridos para impressão de imagens ou fotografias, os papéis *couché* são revestidos porque possuem um brilho, se bem que o mesmo pode ser *mate* ou *semi-mate*.

Quando se fala que um papel é mais ou menos transparente, fala-se da opacidade do material. Esta característica relaciona a espessura do papel com o peso e as espécies de fibras, e posteriormente, com o seu revestimento. É um cuidado importante a ter em mente na escolha do material para o projeto, porque da escolha errada poderá surgir um erro irremediável. Se o papel for menos opaco, o leitor conseguirá ver a imagem do verso da folha, o que tornará tudo muito confuso e é exatamente isso que não se pretende num catálogo fotográfico.

Ao se pensar no projeto impresso, é essencial equacionar a cor do papel (suporte). Há uma variedade enorme de papéis de cor branca porque os brancos não são todos totalmente iguais. O que poderia ser um destaque no projeto e que o evidenciaria dos outros, seria a utilização de um papel diferente, de outra cor e textura. Contudo, tratando-se de um catálogo fotográfico impresso, é importante o uso de um papel de cor branca, para que a impressão das fotografias seja o mais leal ao original.

A resistência do papel é valorizada em projetos diferentes do que se pretende realizar, tais como o *packaging*, por exemplo. No entanto, é importante e necessária no manuseamento de um livro, porque é caracterizada pela ligação das fibras que constituem a pasta de papel. O material tem de ser resistente o suficiente, sem comprometer o resultado final.

A eficiência de absorver líquidos é uma das particularidades do papel denominada de absorção. Os *fine-papers* possuem um grau de absorção superior do que os papéis *couché*. Ter um grau maior manipula a impressão e as cores. Ao ser mais absorvente, as cores saem mais saturadas.

Para terminar, a gramagem é o termo que define o peso do papel por metro quadrado. Quando pedimos um orçamento numa gráfica, é relevante referir a gramagem do papel – por exemplo, *couché mate* 120 gr/m². É uma característica importante no custo, no peso final e posteriormente, no toque do objeto final.

“Em suma, escolher o papel adequado à manufactura de um livro de fotografia é muito mais do que “escolher um papel” – é assegurar que se adapta ao conceito do livro (toque, cor, acabamento brilho ou mate), à resistência ao desgaste e manuseio, ao budget disponível, à técnica de impressão escolhida e a uma correcta reprodução fotográfica.” (Ferreira, 2014, p. 100)

Na figura seguinte, podemos verificar uma variedade de papéis utilizados num só projeto, que funciona como um arquivo de memórias de infância que será uma herança para os filhos de Mun Yee Kwok. Ele pretendeu mostrar as diferenças entre o passado e o presente através dessa diversidade de papéis, variando as texturas e aproveitando as irregularidades de todos eles, para os utilizadores terem uma nova experiência sensorial quando tocarem no projeto.



Fonte: (Retirado de: https://www.behance.net/gallery/90044105/Dear-Future?tracking_source=search_projects_recommended%7Ceditorial%20design%20)

Figura 13 – Projeto “Dear Future”: Mun Yee Kwok (Behance)

4.2.2 - Técnicas de Impressão

Com o mundo sempre em constante mudança tecnológica, o mundo das técnicas de impressão não se exclui das inovações. Ao longo do tempo, foram sendo cada vez mais aperfeiçoadas e novas foram criadas. A sua evolução foi abordada no capítulo dos avanços tecnológicos e o impacto da nova tecnologia.

4.2.3 – Acabamentos

“Depois de impresso, o papel tem de passar por outros procedimentos até dar origem ao produto final. Pode-se colocar verniz, fazer um cunho ou estampagem a quente, fazer um corte especial ou simplesmente vincar, dobrar e aparar.” (Barbosa, 2012, p.124)

Os acabamentos são caracterizados por serem os procedimentos realizados após a impressão do trabalho final. Para estas operações, é aconselhável pensar em tudo e testar antes do produto final para que não aconteçam erros. (Barbosa, 2012, p.124)

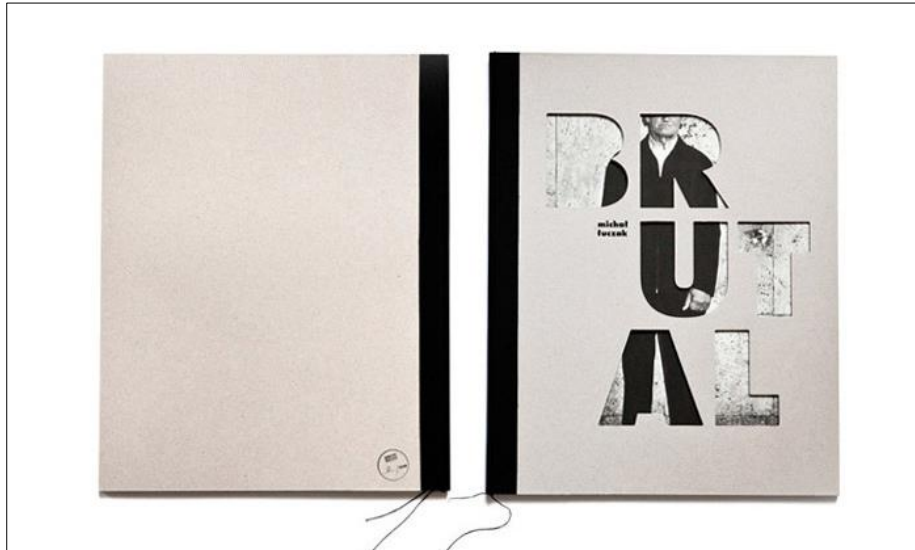
De seguida, irá ser apresentado alguns dos acabamentos mais comuns para além do vinco, do corte e das dobras como o cunho ou relevo, a estampagem a quente, entre outros.

4.2.3.1 - Corte simples ou cortante especial

Quando terminado, o trabalho pode ser cortado de duas maneiras diferentes. Se se tratar de um corte simples, ele é feito numa guilhotina. Se for um corte especial, ele é realizado com um cortante, também ele especial.

No corte simples, a guilhotina é *“controlada por um computador que é capaz de cortar elevadas quantidades de papel, exatamente com as mesmas medidas.”* (Barbosa, 2012, p.125)

Caso seja um corte especial, é preciso criar um molde para o corte, denominado de cortante, realizado numa base de madeira, em que o desenho do corte é feito a *laser* para que depois se consigam encaixar umas lamina finas que, quando pressionadas, cortam o papel. Se no projeto existe dobras, o metal é acabado numa forma arredondada para não cortar. *“Quanto mais complicado e maior for o cortante, mais caro ficará.”* (Barbosa, 2012, p.125)



Fonte: (Retirado de: <http://www.michal-luczak.com/brutal-book.php>)

Figura 14 - Projeto "Brutal": Michal Luczak

4.2.3.2 - Dobras e Vincos

“O sistema de dobra e imposição das páginas impressas são fases relacionadas entre si. Antes de o trabalho ser dobrado, à folha impressa chama-se «plano». Algumas gráficas utilizam a imposição standard de 8, 16 ou 32 páginas.” (Barbosa, 2012, p.126)

Há várias máquinas com imensas configurações. Para tornar mais fácil o processo de dobra do papel, ele é primeiro vincado e depois dobrado. *“O vinco é feito sobre cartão ou categorias mais espessas de papel para facilitar a dobra.”* (Bann, 2010, p. 140) Posteriormente, ao estar impresso em cadernos dobrados, é necessário organizá-los para depois serem cosidos numa só peça, como pode ser o caso de um catálogo, por exemplo. Há dobras simples que podem ser feitas manualmente, e dobras mais complexas que tem de ser realizadas mecanicamente, podendo um trabalho combinar os dois tipos.

Escusado será referir que o trabalho tem de ser previamente pensado para que, quando for cortado, o texto e as imagens permaneçam intactos e a sua leitura não seja prejudicada.

“Durante a dobra do trabalho, pode surgir um outro problema, que se prende com a direção da fibra do papel. Quando se dobra no sentido da fibra, o trabalho fica impecavelmente dobrado, mas o mesmo não acontece quando se dobra contra o sentido da fibra. Nestes casos, na zona da dobra, o papel e a tinta quebram, resultando num aspeto «descascado» e branco.” (Barbosa, 2012, p.126) Por esse motivo, é importante que se consiga fazer as dobras no sentido da fibra para não causar qualquer dano na peça final.



Fonte: (Retirado de: <https://www.anoukkruithof.nl/books/a-head-with-wings>)

Figura 15 - Projeto “A Head With Wings”: Anouk Kruithof

4.2.3.3 - Coser cadernos

Quando são necessários vários cadernos para o projeto, como num livro, por exemplo, eles tem de ser cosidos entre si. Podem ser cosidos a arame, linha ou com cola. *“Coser a arame é o acabamento mais simples, mais rápido e mais económico, enquanto que coser à linha é um acabamento com mais qualidade, mas mais demorado e também mais caro. Os cadernos cosidos à linha são posteriormente colados à lombada. É o acabamento que garante mais durabilidade e o ideal para livros de qualidade, com capa dura.”* (Barbosa, 2012, p. 127)

O alceamento consiste no “processo de ordenar os vários cadernos num volume” (Dias, Oliveira, Martins, & Dantas, 2020, p. 24). A costura à linha é uma das costuras mais utilizadas. Uma máquina cose os cadernos sucessivamente depois de alceados e outra máquina cola na espinha do volume, conferindo resistência. (Dias, Oliveira, Martins, & Dantas, 2020, p. 46)

4.2.3.4 - Verniz e plastificação

O verniz e a plastificação são uma combinação possível. Tem o objetivo em comum que é proteger a peça final de sujidades ou quaisquer marcas. *“A aplicação de verniz à área impressa (durante a impressão) é uma forma de conferir brilho e proteção a trabalhos de alta qualidade.”* (Bann, 2010, p. 152) O verniz, atualmente, consegue criar várias texturas e efeitos no trabalho quando passa pelo processo da serigrafia. Através dele, consegue-se conferir várias texturas, brilhos, cheiros que dão um resultado final mais criativo. *“A plastificação foi introduzida em meados do século XX e, desde então, tem vindo a ser muito utilizada em capas de livros, catálogos e outros materiais de publicidade em que é necessário garantir mais resistência à peça.”* (Barbosa, 2012, p.128)

Apesar de ser possível combinar, nem sempre se conciliam. Em função disso, e mais uma vez referindo, é necessário pensar previamente no que se pretende fazer e verificar com a gráfica se é ou não exequível efetuar o que se pretende. O mais usado é a plastificação mate ou brilho, contudo, dentro das plastificações mais simplificadas, encontra-se a anti risco ou alto brilho. Por outro lado, nas mais complexas, há a plastificação veludo, aveludada ou texturada, que acabam por explorar o sentido do tato

dos leitores. Existe também a espelhada, a metalizada e a holográfica. É importante que o papel não seja gorduroso e que seja macio (Barbosa, 2012, p.128).

4.2.3.5 - Cunho ou relevo

Quando se aborda o cunho ou o relevo, falamos de uma nova característica aplicada no papel que é a profundidade. Existe o alto relevo quando a imagem se eleva para cima do papel e o baixo relevo quando se eleva para baixo do papel. Para o fazer, tanto um como outro, a imagem é primeiramente moldada num metal e que, depois de pressionada no papel, dá o resultado tridimensional. *“Quando o cunho é feito sobre o papel, sem tinta, diz-se relevo a seco ou a branco, o que é mais simples do que quando se tem de acertar o relevo com a imagem impressa.”* (Barbosa, 2012, p.128)



Fonte: (Retirado de: <http://www.proteinadesign.pt/editorial.html?p=0>)

Figura 16 - Publicação “Roteiros” de Aníbal Cavaco Silva (Proteína Design);

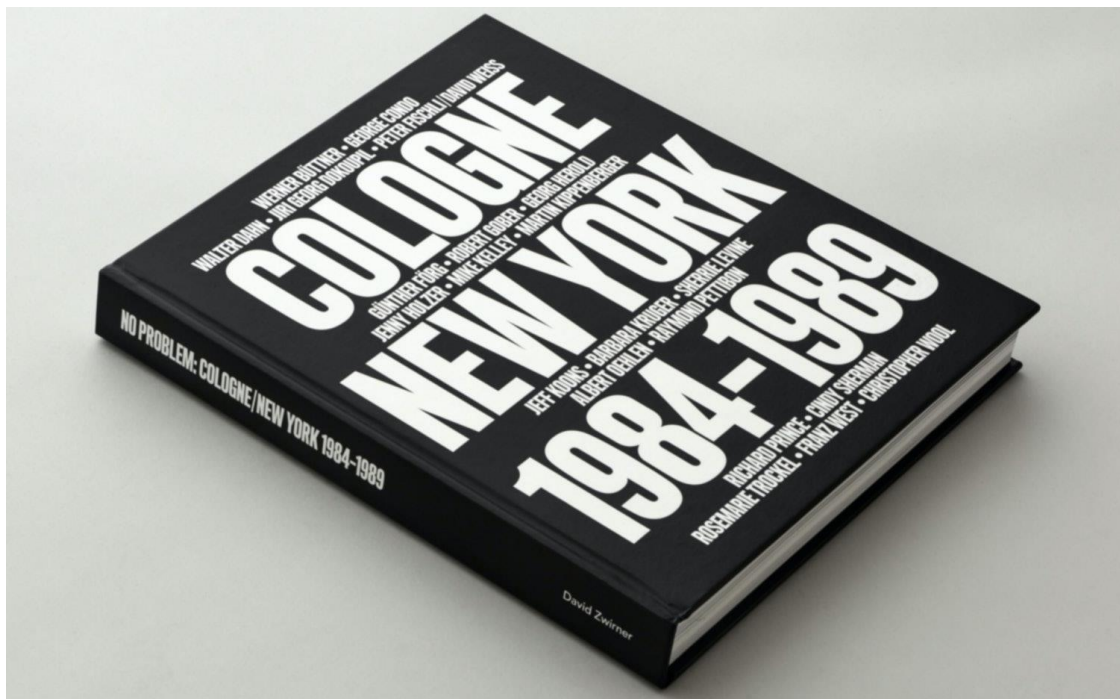
4.2.3.6 - Estampagem a quente

A estampagem a quente consiste na utilização de folhas metálicas que, colocadas em contacto com o suporte e debaixo de calor e pressão, a imagem é transferida para o suporte. As cores mais usadas são as metalizadas porque são mais brilhantes, mas também se utilizam as cores opacas e aspeto mate, holográficas e com

texturas. (Barbosa, 2012, p.129) “O hot stamping não é adequado para detalhes refinados ou texto muito fino.” (Bann, 2010, p. 154)

4.2.3.7 - Acabamentos para livros

Os acabamentos diferem dependendo do tipo de livro usado, podendo ser de capa dura ou mole. A capa dura confere uma melhor qualidade e resistência ao projeto, porque é feita de cartão prensado revestido a papel, tecido ou outro material; (Barbosa, 2012, p.129). As capas moles são cartolinas ou papel de uma gramagem superior e os cadernos podem ou não ser cosidos. As principais diferenças entre estes dois acabamentos são a durabilidade e os custos de produção.



Fonte: (Retirado de: <https://www.pentagram.com/work/no-problem-colognenew-york-1984-1989?rel=discipline&rel-id=6>)

Figura 17 - Projeto “No Problem: Cologne/New York 1984-1989” : Pentagram

4.2.4 - Componentes Externos

Dependendo de quem o produz, seja um designer, um autor ou uma editora, são variadas as estratégias usadas para aumentar o valor comercial do projeto editorial em causa.

É visível e cada vez mais comum, a utilização de outros elementos que venham a complementar o projeto como sobrecapas e/ou uma capa protetora. Esses componentes devem ser pensados previamente pelo designer, no sentido de persuadir os leitores. Contudo, acrescentam mais custos ao projeto. O máximo que poderá trazer de novo será uma maneira de conservar mais eficaz, mas isso é discutível e depende de projeto em projeto (Ferreira, 2014, p. 109).

É necessário admitir que, dependendo do conteúdo da obra, há casos em que se justifica o uso de certos componentes externos ao livro. Esses itens poderão criar no leitor sensações relacionadas com o conteúdo da obra através do seu manuseio (Ferreira, 2014, p. 110).

Torna-se comum a inclusão de elementos 3D, realizados a partir de folhas de papel dobradas, por exemplo. É uma outra abordagem que surge e cria outra dinâmica no editorial, visto que se encontra no interior do livro e explora mais as questões relacionadas com o formato do projeto (Ferreira, 2014, p. 110).



Fonte: (Retirado de: <https://www.eduardoaires.com/editions/portfolio/inside-outside/>)

Figura 18 - Projeto “Inside Outside”: White Studio

5 – CASOS DE ESTUDO

Foi determinante para esta investigação o estudo de alguns casos relacionados com o design editorial. Perceber o porquê e como certas decisões foram tomadas, para retirar mais bases sobre o tema, e para conseguir colocar em prática esses conhecimentos na realização deste projeto.

5.1 – “Baltazar Torres”: NH Design



(Fonte: Retirado de <http://www.nhdesign.pt/bt.php>)

Figura 19 – Fotografia do projeto “Baltazar Torres” da NH Design



(Fonte: Retirado de <http://www.nhdesign.pt/bt.php>)

Figura 20 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design



(Fonte: Retirado de <http://www.nhdesign.pt/bt.php>)

Figura 21 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design



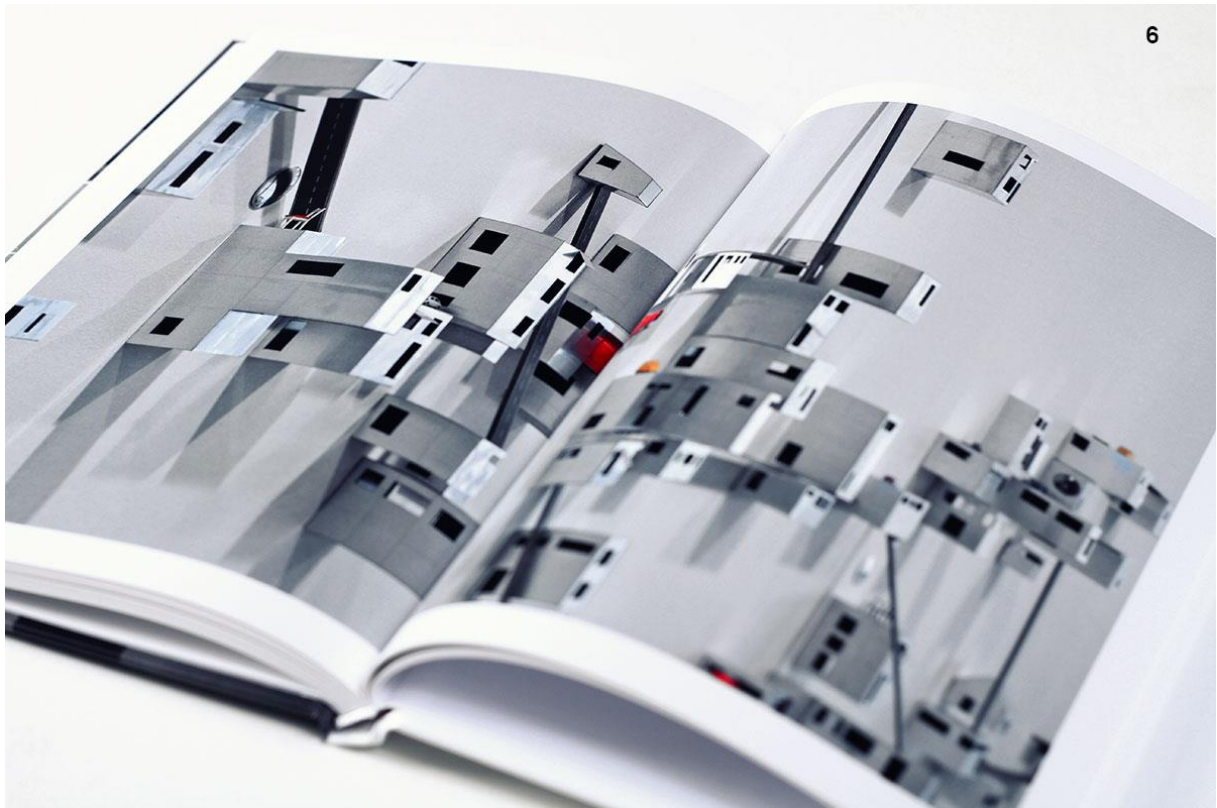
(Fonte: Retirado de <http://www.nhdesign.pt/bt.php>)

Figura 22 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design



(Fonte: Retirado de <http://www.nhdesign.pt/bt.php>)

Figura 23 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design



(Fonte: Retirado de <http://www.nhdesign.pt/bt.php>)

Figura 24 - Fotografia do projeto "Baltazar Torres" da NH Design

O primeiro caso de estudo em análise trata-se de um catálogo realizado pelo estúdio NH Design para o artista Baltazar Torres. Foi escolhido por se tratar essencialmente do que é pretendido desenvolver para a empresa Ecosteel, com a qual se mantém a parceria deste projeto: um catálogo visual.

Ao observar o projeto, pode-se verificar que o seu layout gráfico é elegante e minimalista, sendo a fotografia o elemento chave. Contudo, é notório que não se trata apenas de um catálogo visual. O projeto está dividido da seguinte forma: uma primeira parte só textual, sendo que a mesma, por sua vez, se subdivide em dois idiomas diferentes (castelhano e inglês); a segunda parte é mais fotográfica, com o intuito de ser uma exibição dos seus trabalhos; por último, o projeto termina com uma terceira parte constituída por uma lista cronológica de toda a sua obra.

Quanto à grelha do projeto, ela é referente a uma grelha simétrica e a mesma é definida para organizar o espaço de forma simples, posicionando todos os elementos de maneira estruturada e formando manchas de leitura geométricas e rigorosas. O espaço

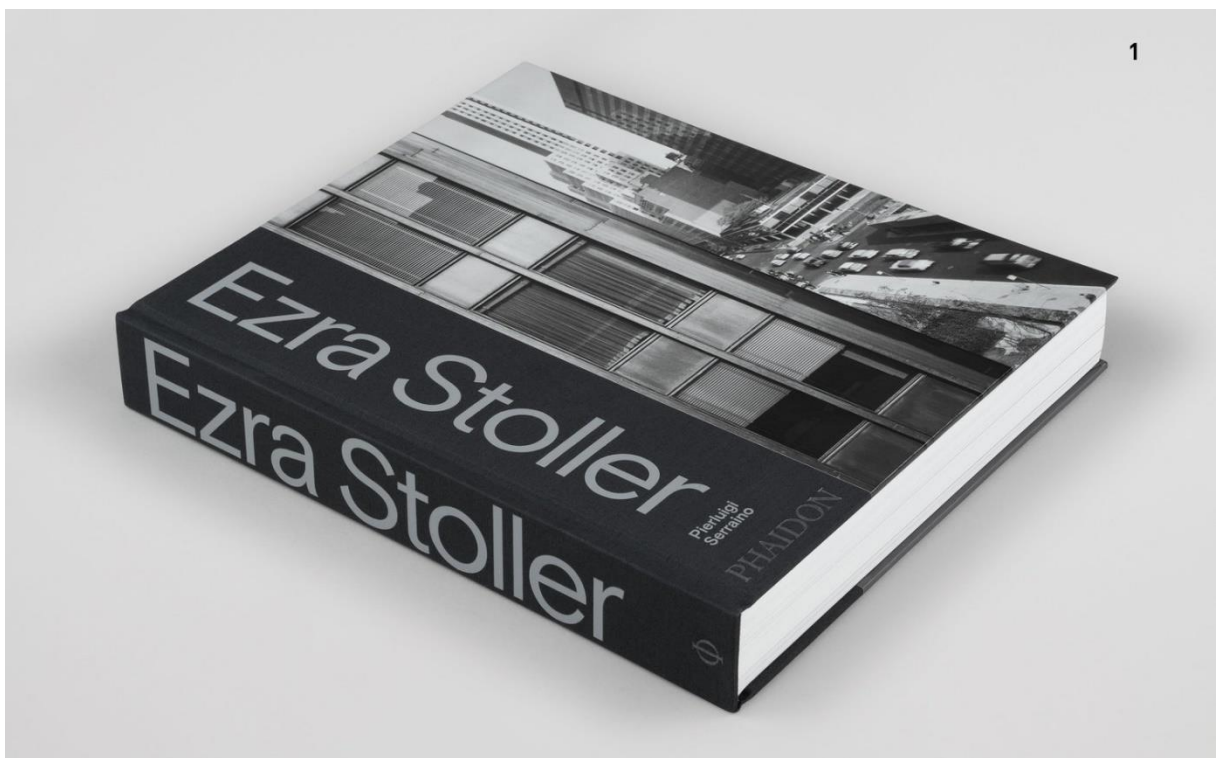
em branco contribui para uma disposição organizada, estruturando os elementos visuais e textuais necessários, dando resultado a uma composição uniforme e harmoniosa.

A escolha tipográfica do projeto é feita com base num tipo de letra para títulos e subtítulos, distinguindo-os com as diferentes variações e estilos e utilizando outro tipo para os restantes textos, variando também os seus estilos. Como se pode verificar na figura 21, o título encontra-se escrito em caixa alta, a negrito e alinhado à esquerda. O subtítulo, em semelhança ao título, também se encontra em caixa alta e alinhado à esquerda, mas não em negrito. O texto corrido em si está justificado.

Na disposição das fotografias, é visível a conjugação de vários projetos fotográficos com diferentes posicionamentos gráficos, de modo a que o leitor consiga apreciar os variados elementos. A disposição das fotografias está colocada de forma rítmica e variada, trazendo algum dinamismo à publicação.

O exterior do catálogo é caracterizado por uma capa dura com uma reprodução do trabalho do autor. Possui o título numa fonte em caixa alta, a negrito e um subtítulo igual sem ser a negrito, ambos na cor branca para se sobressaírem por cima da imagem.

5.2 – “Ezra Stoller”: Pentagram



Fonte: (retirado de: <https://www.pentagram.com/work/ezra-stoller>)

Figura 25 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram



Fonte: (retirado de: <https://www.pentagram.com/work/ezra-stoller>)

Figura 26 - Fotografia do projeto "Ezra Stoller" da Pentagram



Fonte: (retirado de: <https://www.pentagram.com/work/ezra-stoller>)

Figura 27 - Fotografia do projeto "Ezra Stoller" da Pentagram



Fonte: (retirado de: <https://www.pentagram.com/work/ezra-stoller>)

Figura 28 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram



Fonte: (retirado de: <https://www.pentagram.com/work/ezra-stoller>)

Figura 29 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram



Fonte: (retirado de: <https://www.pentagram.com/work/ezra-stoller>)

Figura 30 - Fotografia do projeto “Ezra Stoller” da Pentagram

O projeto analisado de seguida é caracterizado principalmente por ser monocromático. O seu estilo minimalista foi o grande motivo pela qual foi escolhido para análise e trata-se de uma compilação dos trabalhos do fotógrafo de arquitetura *Ezra Stoller*. Desenvolvido pela *Pentagram*, esta publicação reúne mais de 50.000 imagens do fotógrafo.

Ao contrário do caso de estudo “Baltazar Torres” da NH Design, é um projeto maioritariamente visual, o que corresponde ao esperado sendo o objetivo apresentar a obra do fotógrafo. No entanto, o seu layout minimalista dá-lhe um toque sofisticado e vistoso. Está estruturado alternando as fotografias e o texto de acordo com a exibição do seu trabalho e algumas explicações sobre este e/ou as obras.

A grelha do projeto é simétrica, organizando os elementos de uma forma estruturada e contribuindo para uma disposição minimalista da página. Mais uma vez, o espaço acrescenta valor ao trabalho, colaborando e auxiliando para um estilo minimalista, resumindo-se ao essencial.

Com a observação da obra, verifica-se que a fonte tipográfica utilizada é sempre a mesma, diferenciando os seus estilos ao longo da publicação. Como é possível verificar pela figura 28, a fonte usada não é serifada. O texto presente está dividido em duas

colunas e alinhado à esquerda. No canto superior direito da página da direita (figura 28), vê-se uma expressão com a mesma fonte, mas a negrito, e foi retirada de um dos livros do artista. A respetiva fonte de onde foi retirada encontra-se também no mesmo tipo de letra, alterando apenas a cor e o tamanho. Com isto, pode-se apurar as modificações usadas com somente uma família tipográfica ao longo de todo o projeto.

O posicionamento das fotografias é composto de várias formas, mudando os tamanhos e variando a sua apresentação no decorrer das páginas. Estes diferentes posicionamentos trazem ritmo à publicação, juntamente com o facto de as fotografias se encontrarem a preto e branco, caracterizando-a bastante.

À semelhança do projeto analisado anteriormente, a capa desta obra é dura e também possui uma fotografia da obra do autor na capa, atraindo o público para o conteúdo do trabalho. O título do projeto (nome do artista) encontra-se em cima de uma lista preta que dá continuidade à lombada da mesma cor. O texto está escrito em caixa baixa, mas num tamanho grande, num cinza claro, sobressaindo-se.

5.3 – “Work & Wabi-Sabi”: apegrupo



(Fonte: retirado de <https://idearideas.com/proyectos/work--wabi-sabi-ape/>)

Figura 31 - Fotografia dos projetos “Work” e “Wabi-Sabi” do apegrupo



(Fonte: retirado de <https://idearideas.com/proyectos/work--wabi-sabi-ape/>)

Figura 32 - Fotografia dos projetos “Work” e “Wabi-Sabi” do apegupo



(Fonte: retirado de <https://idearideas.com/proyectos/work--wabi-sabi-ape/>)

Figura 33 - Fotografia dos projetos “Work” e “Wabi-Sabi” do apegupo



(Fonte: retirado de <https://idearideas.com/proyectos/work--wabi-sabi-ape/>)

Figura 34 - Fotografia dos projetos "Work" e "Wabi-Sabi" do apeggrupo



(Fonte: retirado de <https://idearideas.com/proyectos/work--wabi-sabi-ape/>)

Figura 35 - Fotografia dos projetos "Work" e "Wabi-Sabi" do apeggrupo



(Fonte: retirado de <https://idearideas.com/proyectos/work--wabi-sabi-ape/>)

Figura 36 - Fotografia dos projetos "Work" e "Wabi-Sabi" do apeggrupo

Idear Ideas é uma agência de criatividade, comunicação e *marketing* que realizou dois catálogos, fazendo uma coleção de dois trabalhos do grupo *apegrupo*. Possuem vários serviços, sendo um deles o design editorial. As figuras 31, 32 e 33 fazem parte do trabalho *WORK*. As restantes fotografias pertencem ao catálogo *WABI-SABI*.

O layout destes projetos é definido graficamente de forma organizada, usando os elementos mínimos necessários de maneira estruturada. É notável a preferência por um estilo minimalista, que transmite, através destes dois projetos, a graciosidade e a delicadeza desta publicação. Está organizada por capítulos, alternando as fotografias com a parte textual.

A grelha simétrica do projeto dá firmeza ao trabalho editorial, estruturando os elementos e organizando tudo juntamente com o espaço em branco (que também é importante e contribui para toda a harmonia da publicação) como foi analisado nos casos de estudo anteriores.

Em semelhança ao projeto "Baltazar Torres" da NH Design, a escolha tipográfica é baseada em duas escolhas para títulos, subtítulos e texto corrido. O que distingue os

diferentes textos ou títulos são as variações de estilos das fontes tipográficas. Como se verifica na figura 34, nota-se uma fonte com serifa a determinar o capítulo da publicação e outra fonte a negrito para o título do capítulo.

Depois disso, há uma variação do título em dois idiomas diferentes (espanhol e francês), seguido de um pequeno texto em inglês com a mesma fonte tipográfica do título acima, sem ser a negrito e alinhado à esquerda. Posteriormente, em duas colunas, encontra-se o mesmo texto em espanhol e francês respectivamente, com a mesma fonte e alinhado à esquerda. Assim, verifica-se uma adaptação do catálogo a um maior público, com a utilização de vários idiomas.

Pode-se verificar que as fotografias se encontram em diversos posicionamentos, variando o ritmo com o folhear das páginas. Encontram-se todas dentro dos mesmos tons neutros, em tamanhos diferentes e transmitindo uma organização clara e dinâmica.

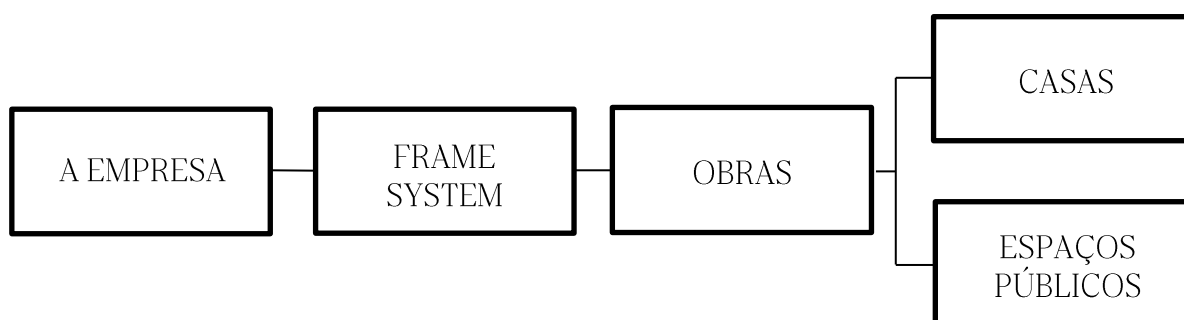
O exterior desta coleção é caracterizado por duas capas neutras - uma preta e uma branca. Ambas são texturadas, trazendo para o editorial a sensação da textura dos materiais usados nos projetos apresentados. São capas minimalistas, somente com o título do projeto e quem o realizou.

6 – DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

No desenvolvimento prático do projeto, as decisões foram estabelecidas em diferentes etapas. Primeiramente, o mais importante foi a escolha do conteúdo que será apresentado no editorial, seguido do formato do documento, as grelhas, a tipografia e cor. No seu conjunto, estes elementos têm como função instituir regras na conceção do documento para que o mesmo seja produzido de forma coerente, de modo a conquistar os resultados ambicionados.

6.1 – Conteúdo

O conteúdo que vai estar no projeto foi a primeira das etapas a serem tratadas. Depois de entrar em contacto com a Ana Leal (responsável pela comunicação da empresa), foi sugerido a consulta dos dois sites da empresa para escolher alguns dos projetos que pretendia colocar no editorial, sendo que a entidade parceira mostrou interesse numa divisão dos seus projetos por categorias, mostrando uma variedade maior de trabalhos.



Fonte: (Autoria própria);

Figura 37 - Conteúdos do projeto editorial;

O primeiro capítulo do editorial será destinado à apresentação a empresa, dando-a a conhecer e mostrando os seus serviços e espaços de trabalho. Aborda-se, de uma forma breve, o seu CEO e fundador – José Maria Ferreira – criador da marca OTTIMA. Sendo o editorial um portefólio da empresa, é importante dar conhecimento à empresa, abordando o seu surgimento e quais os seus objetivos. Posteriormente, mostra-se os seus projetos e o que são capazes de desenvolver.

A segunda parte consiste na apresentação do *frame system*, isto é, a exibição dos modelos e séries dentro de cada modelo que a empresa possui, e visualizar as suas aplicações em janelas. Isto poderá ser interessante em conversas com clientes, para explicar como cada modelo funciona e qual o mais acertado para o tipo de projeto pensado.

A terceira parte do projeto consiste na amostra das obras da empresa, que é o principal objetivo de toda esta investigação. Tratando-se de um portfólio da Ecosteel, foi determinante o contacto com a entidade parceira, da qual resultou uma escolha dos projetos recolhidos.

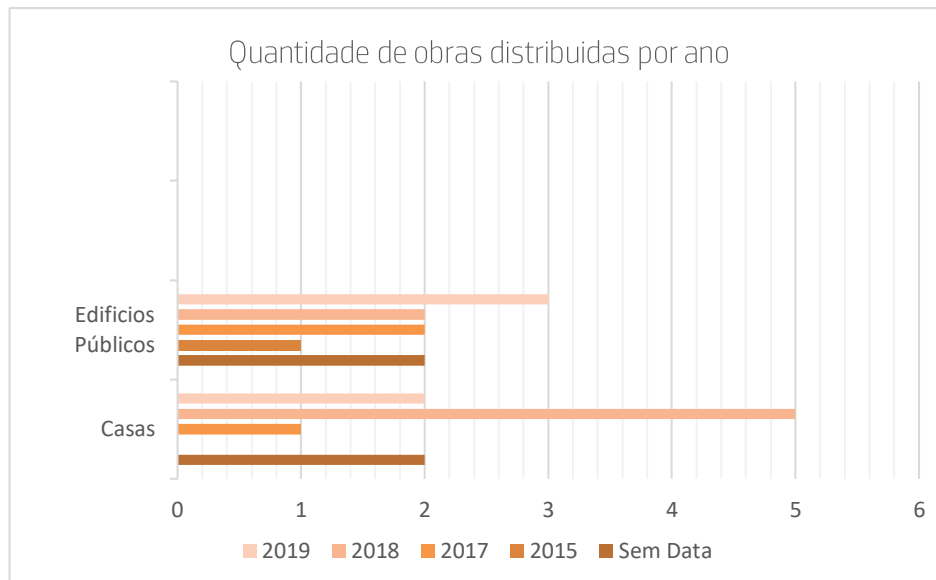
Em primeiro lugar, contactou-se a Ana Leal, responsável pelo departamento de comunicação da empresa. Esta referiu que a importância do projeto não estaria numa organização cronológica de todos os seus trabalhos, mas sim numa divisão por tipologias das obras. Esta conversa serviu de critério na escolha dos projetos para o editorial. Após consultar os dois sites da empresa, foram analisados e recolhidos cerca de dez projetos de cada categoria, sendo a primeira referente a obras em Casas e a segunda a Espaços Públicos (como escolas, bares, estúdios, entre outros).

Após umas trocas de *emails* com a Diana Magalhães, que trabalha juntamente com a Ana Leal no departamento de comunicação da Ecosteel, ela confirmou-se que os projetos estavam bem classificados dentro das categorias escolhidas, tendo cedido todos os ficheiros necessários para o desenvolvimento do projeto.

| | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 2' Institut des Civilisations (work by Ecosteel) 2. Itálica Sofes Institut (work by MITTU Brazil) 3. Public School II (work by MITTU Belgium) 2015 4. Bar and lifts (work by MITTU Belgium) 2017 5. Architecture Faculty of Tournai (work by MITTU Belgium) 2017 6. 2' Kocoe (work by MITTU Portugal) 2018; 7. Salpai Studios (work by MITTU Belgium) 2018 8. Showroom Serebeek (work by MITTU Belgium) 2019 9. Armatem JJ (work by MITTU Portugal) 2019 10. Hotel Imperator (work by MITTU Spain) 2019 11. Casa Gourdoum (work by MITTU Spain) 12. Casa Fourt (work by MITTU Spain) 13. Géas House (work by MITTU Portugal) 2017 14. RV47 (work by MITTU Spain) 2018 15. Casa de la Baza (work by MITTU Spain) 2018 16. House in Vila Real (work by MITTU Portugal) 2018 17. Los Almembrós (work by MITTU Spain) 2018 18. House 4 (work by MITTU Spain) 2018 19. Casa 1510 (work by MITTU Spain) 2019 20. House in RT. Gaurmel (work by MITTU Spain) 2019 | <p>Casas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Casa Gourdoum 2. Casa Fourt 3. RV47 4. Casa de la Baza 5. House 4 6. House in Vila Real 7. Los Almembrós 8. Géas House 9. Casa 1510 10. House in RT. Gaurmel <p>Edifícios Públicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2' Institut des Civilisations 2. Itálica Sofes Institut 3. Public School II 4. Bar & lifts 5. Architecture Faculty of Tournai 6. 2' Kocoe 7. Salpai Studios 8. Showroom Serebeek 9. Armatem JJ 10. Hotel Imperator |
|--|--|

Fonte: (Autoria Própria)

Figura 38 - Distribuição dos projetos por categorias



Fonte: (Autoria Própria)

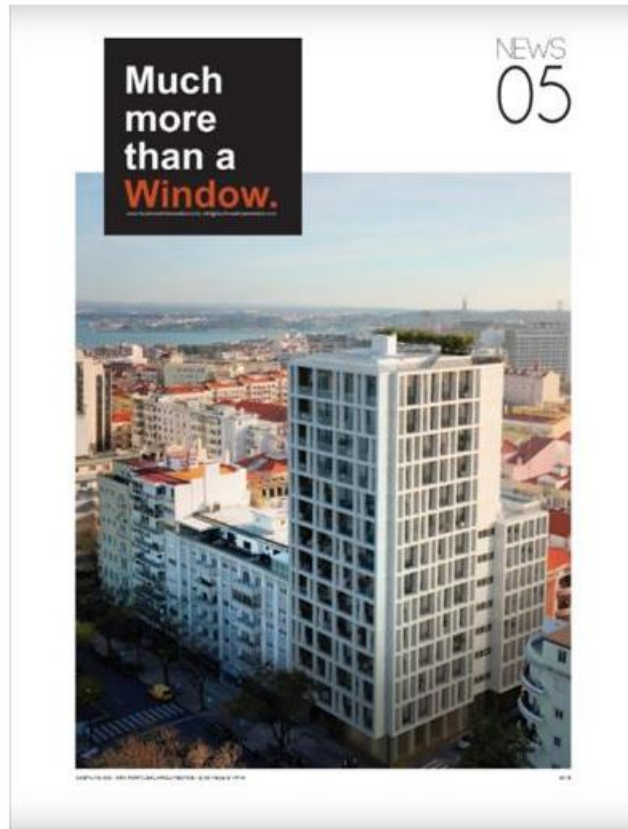
Figura 39 - Gráfico geral da quantidade de obras por anos

Para além da subdivisão do segundo capítulo do editorial nas categorias apresentadas, efetuou-se ainda uma análise da quantidade de projetos escolhidos por ano. Assim, foi mais simplificado o processo de organização das obras – por ordem cronológica. Em primeiro lugar, apresentam-se as obras sem data, seguidas pelas obras 2015, 2016 e assim sucessivamente até ao ano de 2019.

6.2 – Formato

“Um livro pode ter virtualmente qualquer formato e tamanho, mas por razões práticas, estéticas e de produção faz-se necessário uma consideração cuidadosa para que o formato projetado seja conveniente à leitura e manuseio, além de economicamente viável.” (Haslam, 2007, p. 30)

O formato do editorial é alusivo à segunda etapa da criação do projeto. Com isto, a primeira pesquisa efetuada pretendeu verificar o que a empresa já tinha. O pretendido não era um formato nem muito pequeno – porque a empresa possui fotografias com qualidade e que devem ser bem aproveitadas – nem muito grande como um jornal que a empresa tem no formato A3, porque iria tornar-se pouco prático para o objetivo deste projeto.



Fonte: Ecosteel – Much More Than a Window

Figura 40 – Jornal da empresa: formato A3



Fonte: (Autoria Própria)

Figura 41 - Estudo de formatos: testes de impressão (23,5x23,5cm; 21x26,4cm; 22,5x28cm; 20x20cm; 29,7x42cm; 14,7x14,7cm)

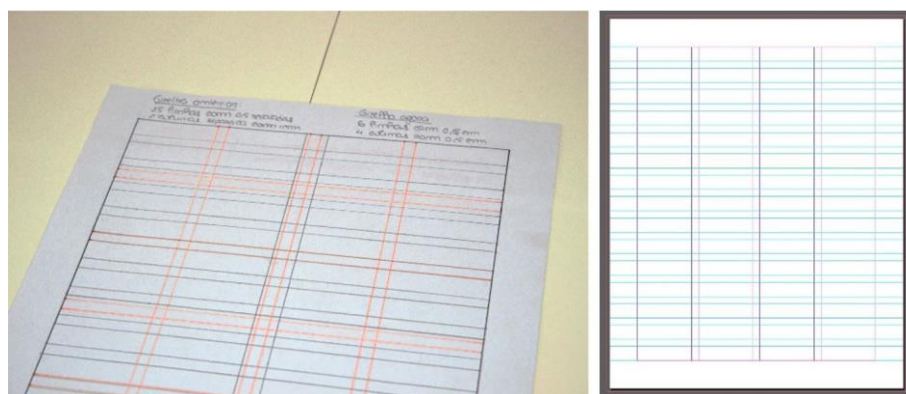
Procurou-se que o formato escolhido não alterasse a qualidade das fotografias do projeto, mas sim que as adaptasse e fosse capaz de exibir o conteúdo para agradar público-alvo. Para isso, foi importante encontrar um formato que fosse equilibrado e que tivesse em consideração os custos de produção. O escolhido foi o de 21x26,4cm, um pouco mais pequeno que uma folha A4 e com o tamanho ideal para ser transportado para as feiras em que a empresa tem de estar presente, por exemplo.

6.3 - Grelha

“O uso de grelhas como um sistema de organização espacial é a expressão de uma postura mental – mostra que o designer concebe os seus trabalhos em termos construtivos, orientados para o futuro.” (Muller-Brockmann, 2016, p.10)

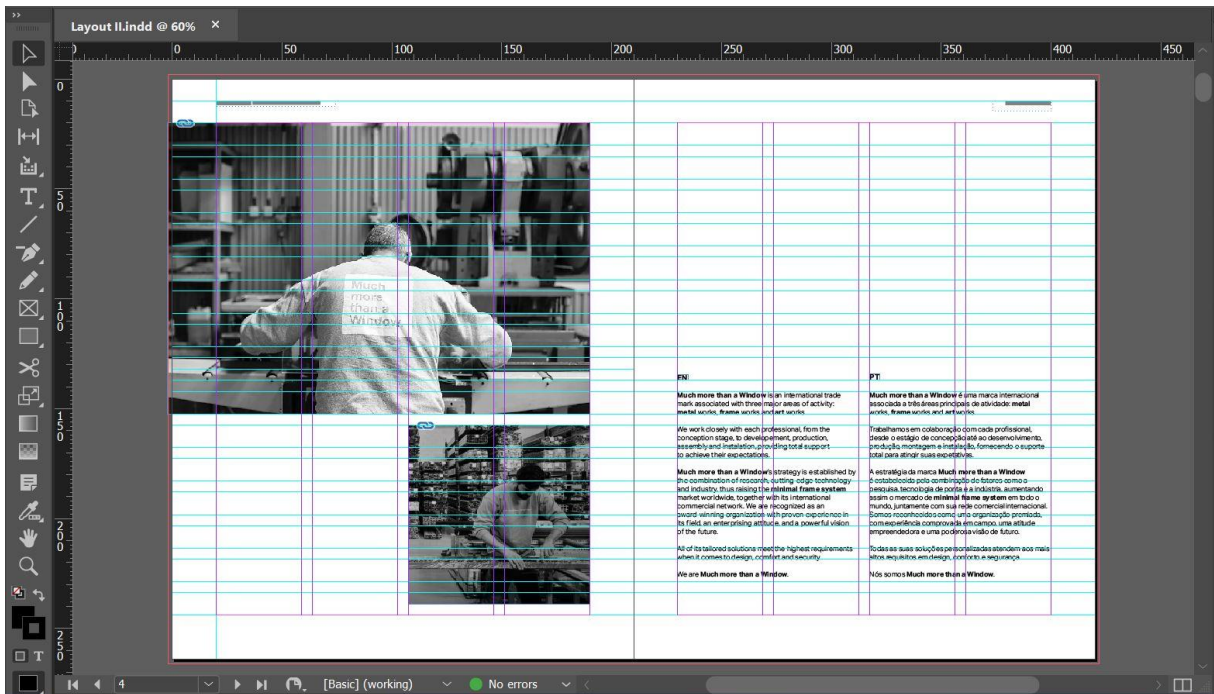
Para o desenvolvimento deste projeto, foi utilizado o *software* Adobe InDesign (versão CC 2018) e as fotografias foram tratadas no Adobe Photoshop (versão CC 2018).

Cada página do documento tem as dimensões de 21x26,4 cm, um formato que, ao deixar 2 cm de margem a toda a volta da página, deixa uma área útil de 17x22,4 cm. Para a estruturação do texto e das fotografias, foram criadas quatro colunas e quinze filas, separadas por uma goteira de 0,5 cm. Isto resulta numa grelha construída por 60 campos, o suficiente para o posicionamento das fotografias e o pouco texto que será colocado. Esta divisão do espaço de trabalho foi o essencial para toda a estruturação da publicação, oferecendo as diferentes abordagens compositivas utilizadas.



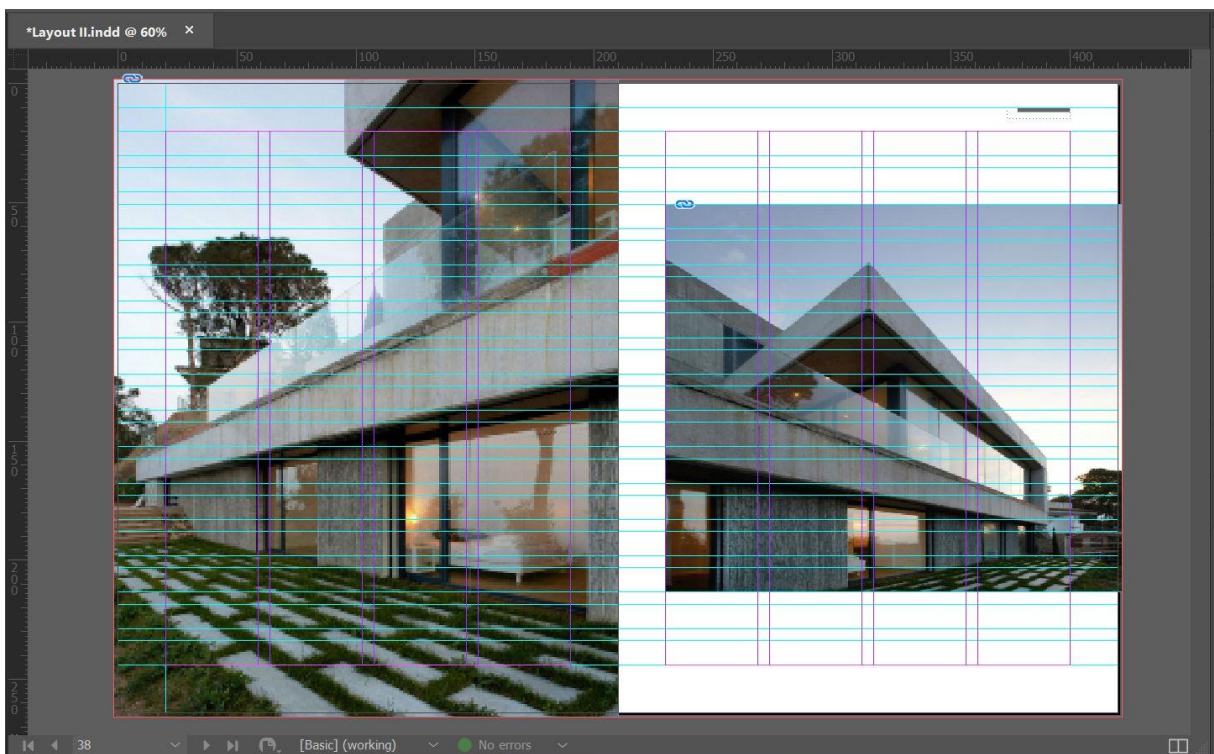
Fonte: (Autoria Própria)

Figura 42 - Estudo de grelha e resultado final



Fonte: (Autoria Própria);

Figura 43 - Aplicação de grelha em dupla-página: elementos textuais e fotográficos



Fonte: (Autoria Própria);

Figura 44 - Aplicação de grelha em dupla-página: posicionamento das fotos

6.4 – Tipografia

“Além de fornecer informações, o texto forma um bloco de cor em muitos projetos, e geralmente precisa ser tratado para obter um equilíbrio com outros elementos.” (Ambrose & Harris, 2007, p.87)

É muito importante a escolha adequada do tipo de letra para um determinado projeto, contando que é uma influência de como interpretamos a mensagem que nos é transmitida. O pretendido nesta publicação seria que a fonte tipográfica escolhida não interferisse com o conteúdo do editorial em si, tirando-lhe todo o protagonismo. O esperado era que a tipografia complementasse, de forma discreta, todos os elementos e fosse legível e polivalente.



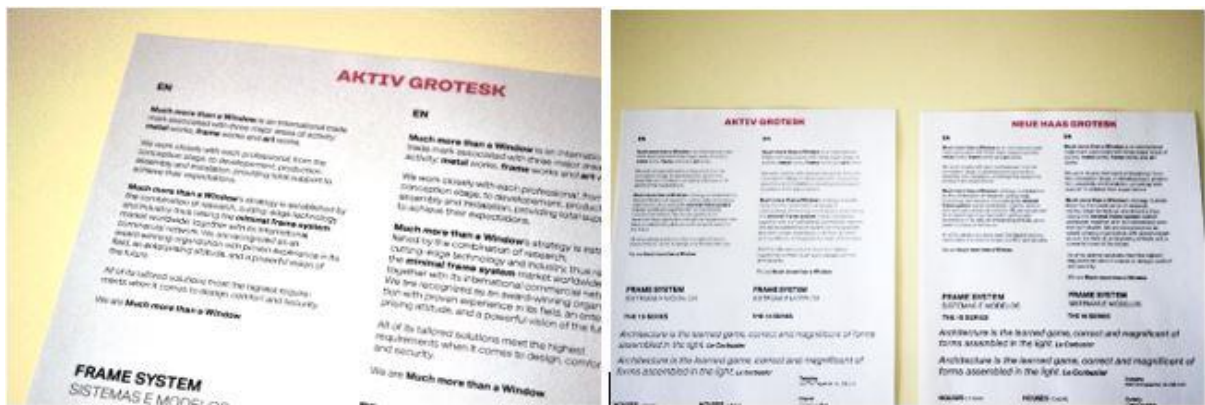
Fonte: (Autoria Própria)

Figura 45 - Estudo de Tipografias



Fonte: (Autoria Própria)

Figura 46 - Testes de impressão das tipografias testadas



Fonte: (Autoria Própria)

Figura 47 - Testes finais de impressão com os tipos da Aktiv Grotesk e da Neue Haas Grotesk

Após vários testes em diversos elementos textuais da publicação, estas tipografias foram reduzidas a duas: a *Neue Haas Grotesk* e a *Aktiv Grotesk*. A partir do momento em que, após alguns testes de impressão, estas duas fontes avançaram à fase seguinte, foram testadas e aplicadas nas suas diferentes variações e tamanhos. Num último teste de impressão, a escolhida foi a *Aktiv Grotesk* porque impressa era legível e polivalente tal como pretendido, e não era tão rígida e marcada como a segunda opção.

*“Most pages, and most entire documents, can be set perfectly well with only one family of type. (...) If you restrict yourself to faces within the family, you can have variety and homogeneity at the same time: many shapes and sizes but a single typographic culture.”*⁵ (Bringhurst, 2005, p.102) Apesar de uma só família tipográfica ter sido escolhida, foi possível aplicar as suas diferentes variações e tamanhos para os diversos elementos textuais aplicados neste editorial. *“Consistency is one of the forms of beauty. Contrast is another. A fine page, even a fine book, can be set from beginning to end in one type in one size. It can also teem with variety, like an equatorial forest or a modern city.”*⁶ (Bringhurst, 2005, p.102)

Após várias experiências, aqui se mostram as aplicações finais:

⁵ Tradução livre (TL): A maioria das páginas e muitos documentos inteiros podem ser perfeitamente bem compostos com apenas uma família tipográfica. (...) Se você se restringir às fontes da mesma família, terá variedade e homogeneidade ao mesmo tempo: muitas formas e tamanhos, mas uma mesma cultura tipográfica.

⁶ Tradução livre (TL): A consistência é uma das formas da beleza. O contraste é outra. Uma boa página e até mesmo um bom livro podem ser compostos com um tipo de um único tamanho do começo ao fim. Podem também esbanjar variedade, como uma floresta tropical ou uma metrópole contemporânea.

Corpo de texto

Fonte: Aktiv Grotesk Light / Bold

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 100)

Corpo: 9 pt, entrelinhamento: 11 pt.

Much more than a Window is an international trade mark associated with three major areas of activity: **metal** works, **frame** works and **art** works.

We work closely with each professional, from the conception stage, to development, production, assembly and installation, providing total support to achieve their expectations.

Much more than a Window's strategy is established by the combination of research, cutting-edge technology and industry, thus raising the **minimal frame system** market worldwide, together with its international commercial network. We are recognized as an award-winning organization with proven experience in its field, an enterprising attitude, and a powerful vision of the future.

All of its tailored solutions meet the highest requirements when it comes to design, comfort and security.

We are **Much more than a Window.**

Figura 48 - Tipografia aplicada

Cabeçalho Páginas Pares

Fonte: Aktiv Grotesk Light / Bold

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 100)

Corpo: 6 pt, entrelinhamento: 8 pt.

4 | ECOSTEEL | **MUCH MORE THAN A WINDOW**

Figura 49 - Tipografia aplicada

Cabeçalho Páginas Ímpares

Fonte: Aktiv Grotesk Light

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 100)

Corpo: 9 pt, entrelinhamento: 8 pt.

2020 CATALOGUE | 37

Figura 50 - Tipografia aplicada

Títulos dos separadores dos modelos

Fonte: Aktiv Grotesk Bold / Light

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 100)

Corpo: 15 / 13 pt, entrelinhamento: 15 pt.

CLASSIC
The 16, 38 and 54 series

Figura 51 - Tipografia aplicada

Separador de categorias

Fonte: Aktiv Grotesk Bold / Light

Cor: Branco (c = 0 m = 0 y = 0 k = 0)

Corpo: 15 pt, entrelinhamento: 15 pt.



FRAME SYSTEM
SISTEMAS E MODELOS

Figura 52 - Tipografia aplicada

Paginação

Fonte: Aktiv Grotesk Light

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 100)

Corpo: 6 pt, entrelinhamento: 8 pt.



137

Figura 53 - Tipografia aplicada

Legendas dos modelos

Fonte: Aktiv Grotesk Light / Bold

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 100)

Corpo: 6 pt, entrelinhamento: 8 pt.



APLICAÇÃO DO MODELO **FLEX**

Figura 54 - Tipografia aplicada

Índice de Projetos

Fonte: Aktiv Grotesk Light / Bold

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 100)

Corpo: 9 pt, entrelinhamento: 12 pt.



| | |
|----|-----------------------|
| 33 | GOURDON HOUSE |
| 40 | work by MMTW Spain |
| 41 | FOULT HOUSE |
| 48 | work by MMTW Spain |
| 49 | GERÈS HOUSE |
| 56 | work by MMTW Portugal |
| 57 | RV47 HOUSE |
| 64 | work by MMTW Spain |

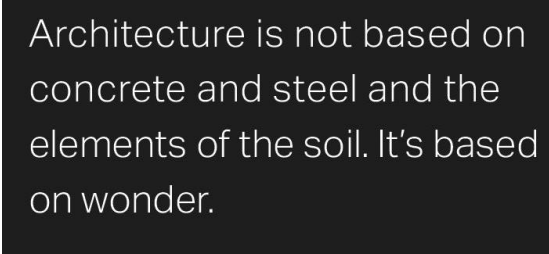
Figura 55 - Tipografia aplicada

Citações

Fonte: Aktiv Grotesk Light

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 0)

Corpo: 45 pt, entrelinhamento: 65 pt.



Architecture is not based on concrete and steel and the elements of the soil. It's based on wonder.

Figura 56 - Tipografia aplicada

Ficha técnica de cada projeto

Fonte: Aktiv Grotesk Bold / Light

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 100)

Corpo: 10 pt, entrelinhamento: 12 pt.



Figura 57 - Tipografia aplicada

Título / Subtítulo dos Separadores Principais

Fonte: Aktiv Grotesk Bold / Light

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 0)

Corpo: 15 / 13 pt, entrelinhamento: 18 pt.

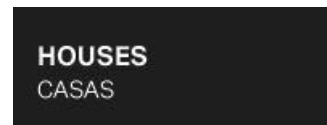


Figura 58 - Tipografia aplicada

Índice no Separador Principal

Fonte: Aktiv Grotesk Light

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 0)

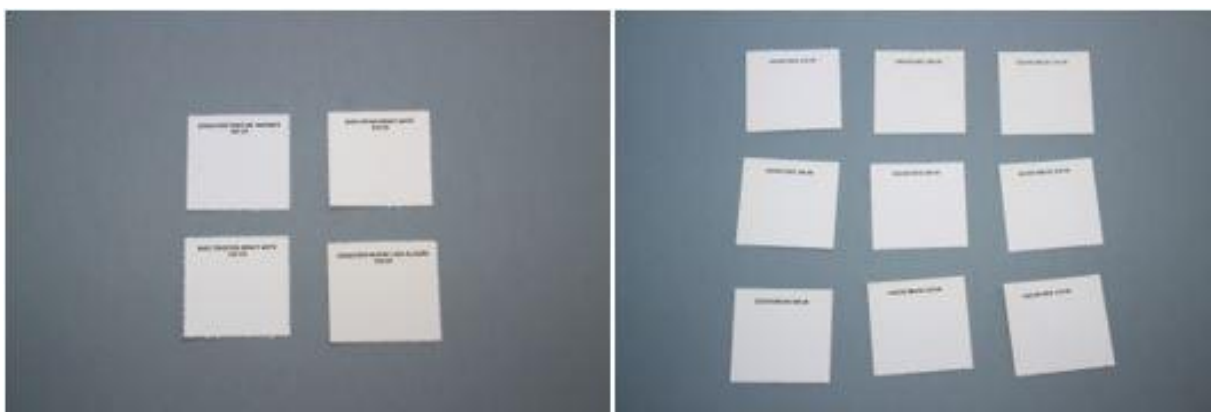
Corpo: 9 pt, entrelinhamento: 10 pt



Figura 59 - Tipografia aplicada

6.5 – Papéis

Para a escolha mais adequada dos papéis para este projeto, foi essencial pensar sobre a dimensão do miolo e a divisão por cadernos. Neste trabalho em específico, optou-se pela escolha de dois tipos de papel diferentes para as três distintas partes do projeto: o miolo de um tipo de papel, a capa e a proteção de um outro tipo, variando a laminação mate na capa e laminação brilho no elemento protetor.



Fonte: (Autoria Própria)

Figura 60 - Amostras de variados tipos de papel



Fonte: (Autoria Própria)

Figura 61 - Pormenor da impressão dos cadernos do projeto



Fonte: (Autoria Própria)

Figura 62 - Impressão dos 23,5 cadernos para coser;

Quanto ao miolo do projeto, fez-se a impressão num papel couché brilho de 200 gramas, o que fez com que as imagens dos projetos se destacassem. Para além de ser um papel que é oferecido em vários tamanhos e gramagens, é bastante usado em impressões

de alta qualidade, oferecendo uma impressão com cores mais vivas que se sobressaem neste papel brilhante e liso. Esse era o intuito principal: dar realce às fotografias das obras da empresa, através de um catálogo que os valorizasse graficamente.

6.6 – Capa, Encadernação e Acabamentos

Para este projeto editorial, optou-se por uma capa mole impressa numa cartolina de 350 gramas, denominada de *trucard*. Essa capa permitirá que o projeto realizado para a empresa da Ecosteel cumpra o seu propósito, ou seja, funcionará como um catálogo de amostra aos clientes e prático para levar e estar presente nas feiras em que eles participam, por exemplo. A capa, impressa com badanas duplas, confere mais resistência ao projeto sem o tornar demasiado pesado. Nessa cartolina será impresso o título do projeto e o logótipo da empresa em branco, tornando a capa muito minimalista. Levará também, na lombada, o nome da empresa juntamente com a marca associada. “A laminação da capa adiciona proteção à impressão.” (Haslam, 2007, p. 228) Esta cartolina *trucard* levou uma laminação mate para evitar o desgaste da impressão.



Fonte: (Autoria Própria)

Figura 63 - Capa do projeto

O miolo do projeto foi impresso em cadernos de 8 páginas que foram impressos numa proporção 4:5 (21 x 26,4 cm) e, posteriormente, dobrados para serem cosidas. Após a cosedura, foram colados à capa.

Para proteger a capa, foi realizada ainda uma sobrecapa, somente com uma fotografia de um modelo característico da empresa e o logotipo da mesma. A imagem

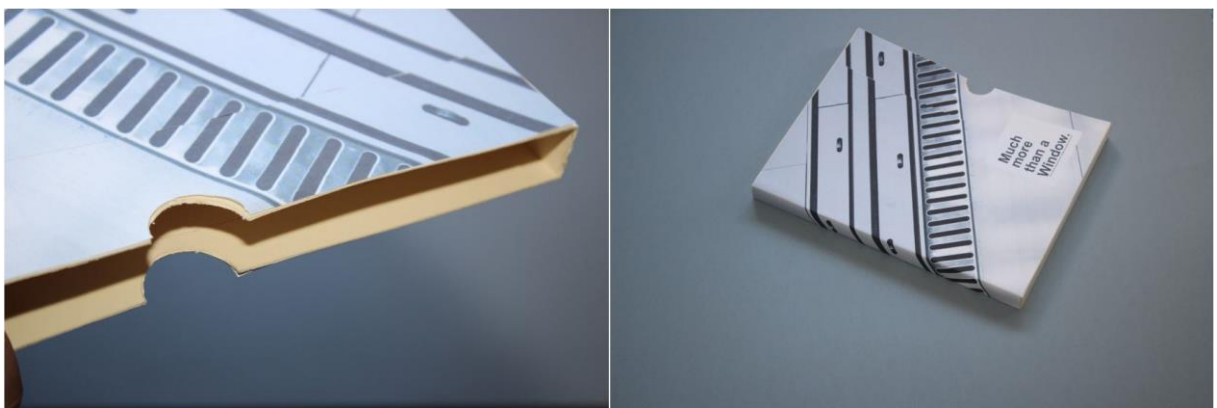
contrasta com a capa preta e minimalista do projeto, tornando a publicação mais atraente e interessante graficamente.



Fonte: (Autoria Própria);

Figura 64 - Sobrecapa: estudo

No entanto, esta não foi a sobrecapa escolhida. No sentido de uma maior aproximação com o conteúdo comunicado, testou-se um modelo de caixa em gaveta, em que a mesma transmitia a ideia do deslizar da janela a abrir e fechar, acrescentando um valor metafórico a esse mesmo movimento. Foi impressa no mesmo material da capa, *trucard*, 350gr, diferenciando a laminação, tratando-se desta vez de uma laminação em brilho, que lhe conferiu mais destaque.



Fonte: (Autoria Própria)

Figura 65 - Caixa em gaveta: Maquete de estudo

6.7 – Síntese Projetual

Neste período de desenvolvimento do projeto, foram algumas as alterações realizadas ao longo do percurso. Desde sempre que o objetivo deste projeto era que o mesmo fosse um catálogo minimalista da empresa, o mais simples possível e maioritariamente visual, mostrando a qualidade dos trabalhos da Ecosteel. Uma das intenções estabelecidas inicialmente seria a criação de separadores para identificar as diferentes categorias e que cada projeto fosse dividido por separadores que iriam ter a função de isolar os variados projetos, e que os mesmos tivessem direito, mais ou menos, ao mesmo número de páginas de divulgação. Este propósito foi bem conseguido, sendo que houve um outro projeto que não conseguiu atingir esta finalidade, devido ao facto de haver pouca quantidade de imagens ou mesmo fotografias de menor qualidade.

Com isto definido, surgiu a necessidade de criar uma página com um índice de todos os projetos. Ao tratar-se de um projeto editorial maioritariamente visual, foi importante para que seja mais acessível aceder a uma determinada tipologia de projeto numa conversa com um cliente, por exemplo.

Para enriquecer o editorial, foi importante mostrar, numa parte inicial, a empresa e os seus serviços. Para isso, foi acrescentado uma categoria sobre os sistemas e modelos de janela da empresa para assim, posteriormente, ser possível observar a aplicação desses modelos nas obras apresentadas.

Foram inúmeras as experimentações com a tipografia, especialmente nas suas variações de tamanho e mancha, como mostra o capítulo do desenvolvimento projetual. Quanto aos papéis escolhidos, houve uma grande variedade de escolha e foram realizados também vários testes de impressão para verificar se cor, texturas e gramagens se adequavam ao projeto.

As legendas da publicação e elementos como a paginação também foram sofrendo modificações ao longo do tempo. As legendas das fotos, que estão presentes somente na aplicação dos modelos nas janelas, passaram de estar colocadas sobre a imagem para serem uma só linha de texto na vertical, posicionada ao lado da imagem. A paginação deixou de estar centrada na zona final da folha para se posicionar no cabeçalho. Esses processos tornaram a página mais clara logo menos confusa com a sobreposição dos elementos.

Foram acrescentadas algumas expressões de arquitetos para quebrar um pouco o ritmo das páginas. Elas foram destacadas com a tipografia escolhida para o projeto e com as suas diferentes variações e tamanhos, dando-lhe ênfase.

Para o protótipo final, recorreu-se às Encadernações Ana & Carvalho para ajuda do processo de encadernação. Isso tornou a publicação mais profissional e credível e deram-lhe o acabamento ambicionado.

6.8 – Registo Fotográfico



Figura 66 - Capa do projeto



Figura 67 - Pormenor de abertura do catálogo: início da publicação



Figura 68 - Pormenor do título na capa



Figura 69 - Pormenor da capa: logotipo da empresa

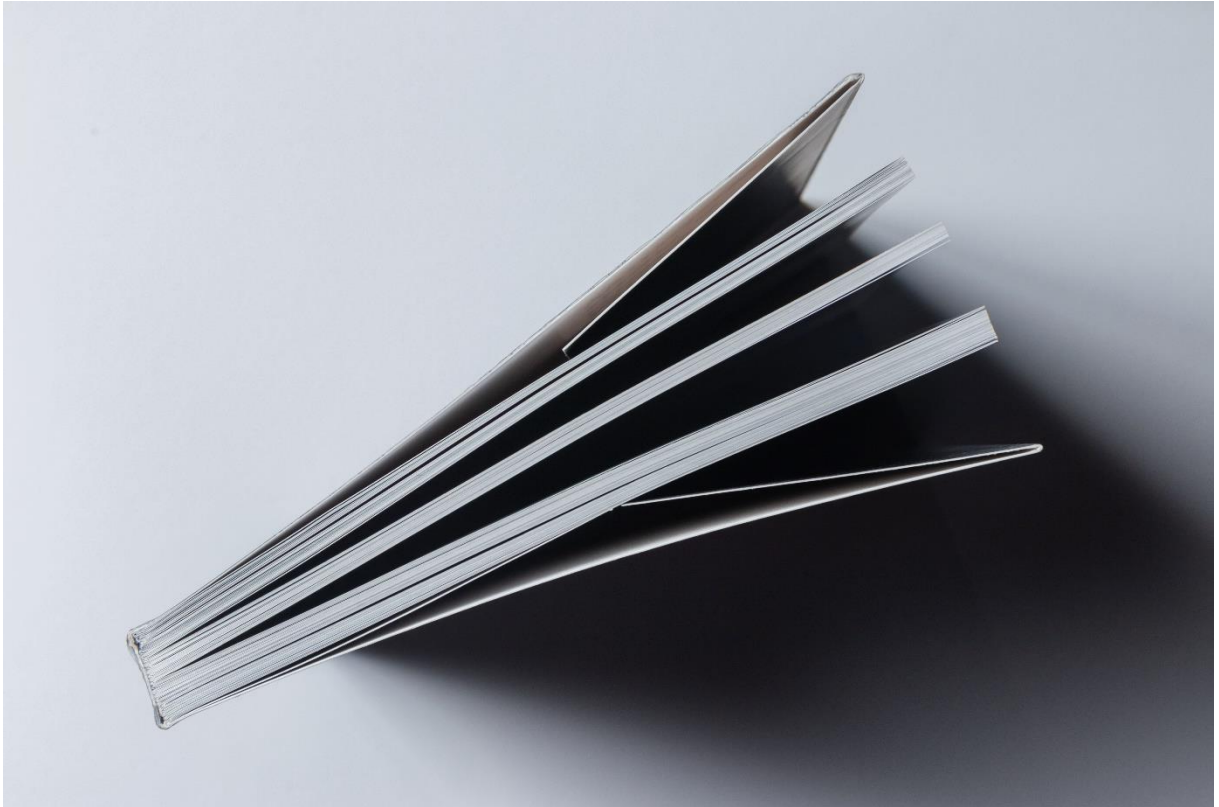


Figura 70 - Publicação semiaberta: vista superior



Figura 71 - Pormenor do miolo fechado: vista superior

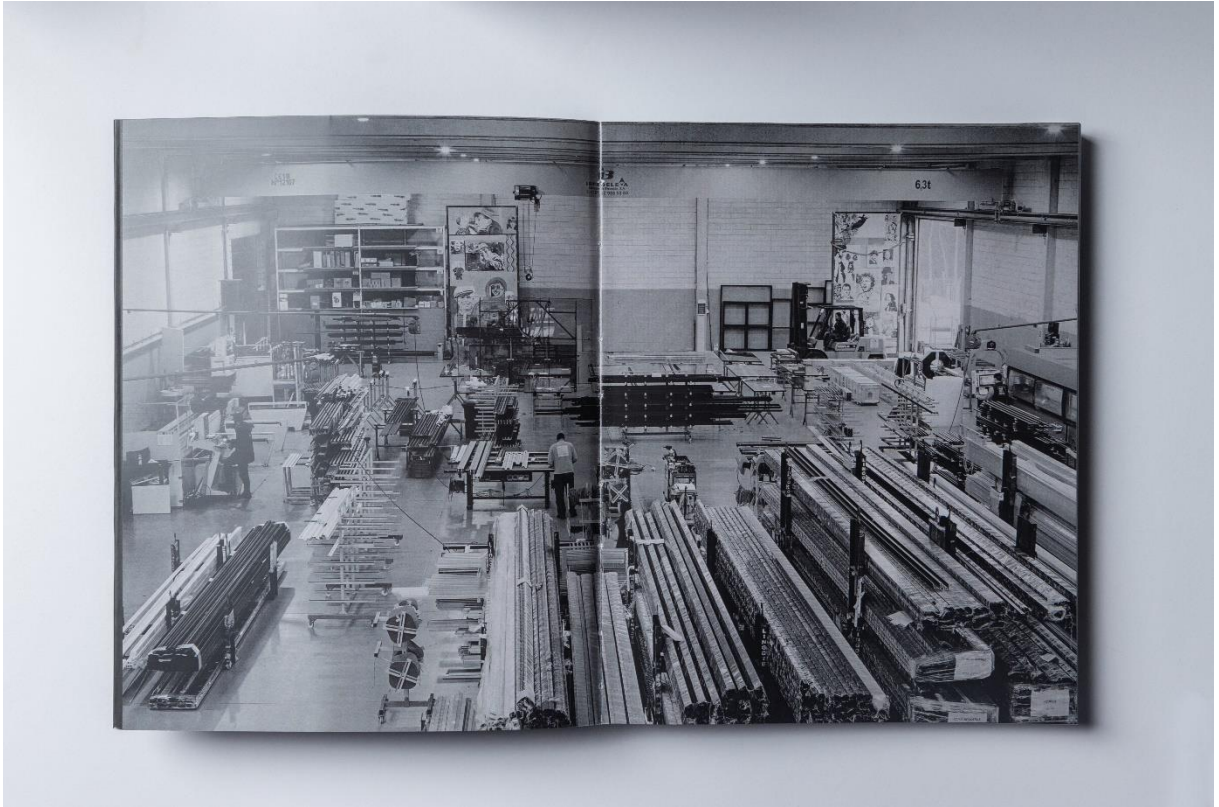


Figura 72 - Primeira dupla página



Figura 73 - Pormenor do cabeçalho e numeração das páginas pares



Figura 74 - Pormenor do cabeçalho e numeração das páginas ímpares



Figura 75 - Dupla página: fotos dos projetos



Figura 76 - Dupla página: texto



Figura 77 - Pormenor das legendas das obras: português (luz natural)



Figura 78 - Pormenor das legendas das obras: inglês



Figura 79 - Relação do projeto com a mão (objeto fechado)



Figura 80 - Relação do projeto com a mão: dupla página



Figura 81 - Catálogo e respetiva gaveta



Figura 82 – Relação da publicação e respetiva gaveta com a mão (abertura)



Figura 83 - Pormenor dos logotipos nos dois elementos



Figura 84 – Gaveta final: frente



Figura 85 – Gaveta final: verso



Figura 86 - Pormenor da lombada da publicação



Figura 87 - Pormenor da lombada da gaveta

7- CONCLUSÃO

Com este processo intenso de desenvolvimento de um projeto editorial, em parceria com a Ecosteel, pode-se afirmar que os objetivos estabelecidos inicialmente foram atingidos. A associação à empresa e o tema do design editorial foram o mote para esta investigação, principalmente por ser uma área de interesse da autora e que poderia ser aprofundada com esta instituição. A parceria com a Ecosteel veio dar mais sustento ao projeto, pela necessidade que a empresa tinha por um catálogo físico que reunisse as suas obras.

Uma breve pesquisa sobre a empresa colaborativa e após algumas conversas com Ana Leal (responsável pelo departamento de comunicação da empresa) mostraram que a Ecosteel não possuía um catálogo físico com as suas obras e modelos para mostrar aos clientes na sua empresa. Esta problemática fez parte da minha motivação pessoal para este projeto, tendo sido decidido que ia criar esse catálogo em colaboração com a empresa. Para um resultado de acordo com as expectativas, foi determinante o estudo sobre a empresa e os seus serviços, assim como a observação da componente gráfica da empresa.

O estudo realizado sobre o design editorial e os avanços tecnológicos foi muito marcante. Sendo a área de estudos da autora o design do produto, mais direcionado para o artesanato, foi extremamente importante o estudo sobre a área do editorial e perceber a sua evolução ao longo do tempo, para hoje ter sido criado este resultado. De outro ponto de vista, foi interessante ver o impacto que a tecnologia tem na conceção e produção de um projeto deste tipo.

O enquadramento teórico-prático estudado foi essencial para o entendimento de uma parte mais técnica do projeto e para as decisões tomadas numa fase mais avançada do desenvolvimento projetual. Para isso, recorreu-se a fundamentos de diferentes autores com vários pontos de vista, sustentando a pesquisa desenvolvida e que, posteriormente, ajudaram o desenvolvimento prático. Retêm-se a importância de elementos como a tipografia, a grelha, o formato, o posicionamento das fotografias e a relevância dos componentes que fazem parte da produção gráfica como a escolha dos papéis, os acabamentos e as técnicas de impressão. Todos eles, combinados, dão sustento e estrutura à publicação.

Os diferentes casos de estudo realizados serviram de aprendizagem na aplicação de certos elementos de determinada maneira e o porquê de ser aplicados de certa forma. Foi imprescindível verificar o trabalho de outros designers e empresas de design, para recolher o máximo de informação possível e retirar mais conhecimentos e bases para o desenvolvimento prático desta publicação. Foram desconstruídos quatro projetos com o qual este trabalho se identificava, analisando todas as decisões tomadas e perceber o porquê de certas decisões. Retira-se que o trabalho de um designer deve superar aspetos físicos e estéticos, mostrando o peso do seu papel no desenvolvimento de uma publicação deste género e a relevância da colaboração com a entidade escolhida.

O desenvolvimento projetual foi um conjunto de experiências enriquecedoras, em que foi possível colocar em prática tudo o que tinha sido adquirido com a pesquisa anteriormente realizada. Respondendo à questão problemática exposta no início desta investigação, dá-se conta que o formato escolhido contribui para mostrar as capacidades da empresa, não deixando de ser um formato de manuseio mais prático do que as revistas e jornais A3 que a empresa já tinha em sua posse.

Refletindo sobre as dificuldades e limitações desta investigação, é preciso confessar que algumas ocorreram. Vivendo numa pandemia global, todo o país foi afetado e, com ele este projeto, que não foi uma exceção. Houve algumas dificuldades e contratempos na busca de informação com o fecho de bibliotecas, escolas e universidades. Com o confinamento, surgiu a necessidade de fazer testes de impressão para verificar tamanho do texto ou qualidade das imagens que não foi possível realizar no tempo certo. Para além disso, foram vários os estudos de tipografia e uma grande dificuldade em escolher o mais adequado. Contudo, tudo correu conforme o esperado e os resultados correspondem às expetativas iniciais.

Esta investigação tratou de investir na área do design editorial e em materializar uma série de obras de uma empresa numa única publicação que os valorizasse. Deve-se concluir que foi um processo de trabalho enriquecedor e bastante desafiante, no qual foi possível adquirir novos conhecimentos e bases numa área diferente de estudo.

Espera-se que esta investigação sirva de referência e base de trabalho a outros que pretendam estudar o tema e saturar mais as críticas apresentadas.

Numa perspetiva futura, crê-se numa apresentação do projeto à empresa, mal seja possível.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ambrose, G., & Harris, P. (2007). *The Layout Book*. AVA Publishing.

Bann, D. (2010). *Novo Manual de Produção Gráfica*. (E. Furmankiewicz, Trad.) Porto Alegre: Bookman. Obtido em 19 de Fevereiro de 2020

Barbosa, C. (2012). *Manual prático de produção gráfica* (3ª ed.). Cascais: Prinicípiã Editora. Obtido em 3 de Janeiro de 2020

Bringhurst, R. (2004). *The elements of typography style*. Canada: Hartley & Marks, publishers. Obtido em 28 de Janeiro de 2020

Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). *Design Editorial - Jornais e Revistas / Mídia Impressa e digital*. (E. Furmankiewicz, Trad.) Barcelona, Espanha: Editorial Gustavo Gili, SL. Obtido em 24 de 12 de 2019

Cardoso, C. (s.d.). *A grelha de paginação no design editorial impresso*. Instituto Politécnico de Tomar. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar. Obtido em 15 de Maio de 2020

Dabner, D., Stewart, S., & Vickress, A. (2019). *Curso de Design Gráfico - Principios e Práticas* (2ª edição ed.). (M. L. Paz, Trad.) Brasil: Editora G. Gili, Ltda. Obtido em 28 de Janeiro de 2020

Dias, R., Oliveira, R., Martins, F., & Dantas, R. (2020). *O Miolo do Livro: Técnicas de Encadernação Industrial*. Itemzero Lda; Maiadouro. Obtido em 19 de Junho de 2020

Ecosteel. (s.d.). Obtido em 06 de 12 de 2019, de Ecosteel: Metal Systems: <http://ecosteel.pt/>

Epstein, J. (2001). *Book Business: Publishing Past, Present, and Future* (1ª ed.). New York: W. W. Norton & Company. Obtido em 25 de Março de 2020

Ferreira, F. M. (2014). *SYNAPSE - o contributo do design editorial no processo de criação do livro de fotografia contemporâneo*. Tese de Mestrado, Universidade do Porto - Faculdade de Belas Artes, Porto. Obtido em 17 de 12 de 2019, de https://sigarra.up.pt/fbaup/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=36761

Ferreira, P. d. (s.d.). *Projeto de redesenho para um catálogo de produtos*. Instituto Politécnico de Tomar . Tomar: Instituto Politécnico de Tomar - Escola Superior de Tecnologia de Tomar. Obtido em 17 de Fevereiro de 2020

Grácio, M. F. (s.d.). *A comunicação através da imagem e a linguagem fotográfica na imprensa*. Instituto Politécnico de Tomar . Tomar: Instituto Politécnico de Tomar - Escola Superior de Tecnologia de Tomar. Obtido em 28 de Janeiro de 2020

Hall, D. (2015). *History of the Book in America: 5-volume Omnibus E-book*. Chapel Hill : The University of North Carolina Press. Obtido em 28 de Junho de 2020

Haslam, A. (2007). *O livro e o designer II - Como criar e produzir livros* (2ª ed.). (J. A. Saad, & S. R. Filho, Trans.) Brasília: Rosari. Obtido em 14 de Janeiro de 2020

Heitlinger, P. (2006). *Tipografia: origens, formas e uso das letras* (1ª ed.). Lisboa: Dinalivro. Obtido em 14 de Maio de 2020

Heitlinger, P. (2010). *Alfabetos, Caligrafia e Tipografia*. Lisboa: Dinalivro. Obtido em 15 de Maio de 2020

Hollis, R. (2000). *Design Gráfico - Uma história Concisa* (1ª edição ed.). (C. Daudt, Trad.) São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda. Obtido em 28 de Janeiro de 2020

Inácio, A. F. (s.d.). *O papel do design editorial na imprensa regional portuguesa*. Instituto Politécnico de Tomar . Tomar: Instituto Politécnico de Tomar - Escola Superior de Tecnologia de Tomar. Obtido em 23 de Abril de 2020

Louraço, D. G. (s.d.). *O design editorial como agente transformador da comunicação*. Instituto Politécnico de Tomar . Tomar: Instituto Politécnico de Tomar - Escola Superior de Tecnologia de Tomar. Obtido em 28 de Janeiro de 2020

McMurtrie, D. C. (s.d.). *O Livro - Impressão e Fabrico* (1ª ed.). (M. L. Machado, Trad.) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. Obtido em 10 de Maio de 2020

Much More Than a Window. (s.d.). Obtido em 05 de Janeiro de 2020, de Much More Than a Window: <https://www.muchmorethanawindow.com/>

Müller-Brockmann, J. (2016). *Sistemas de grelhas: Um manual para designers gráficos* (3ª Edição ed.). (P. Heitlinger, Trad.) Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL. Obtido em 5 de Janeiro de 2020

Norprint. (2002). *Livros, histórias & ideias - edição comemorativa dos dez anos da Norprint*. Norprint, SA. Obtido em 10 de Maio de 2020

Patrício, M. O. (2017). *Relatório de Estágio: Obtenção do grau de Mestre em Design Gráfico e Projetos Editoriais*. Faculdade de Belas Artes - Universidade do Porto. Porto: Faculdade de Belas Artes - Universidade do Porto. Obtido em 13 de Fevereiro de 2020

Pereira, M. F. (2016). *Relatório de Estágio - Design e Redesign de produtos editoriais na empresa Tuttirev Editorial*. Caldas da Rainha: Instituto Politécnico de Leiria. Obtido em 28 de Janeiro de 2020

Solomon, M. (1986). *The Art of Typography*. New York: Art Direction Book Company. Obtido em 7 de Maio de 2020

Tarouco, F. (Julho de 2011). O Design Gráfico e as Novas Tecnologias. *Actas de Diseño* (11). Obtido em 10 de Fevereiro de 2020