

Relatório  
de  
Estágio

**Relatório de estágio:**  
Design e Redesign de produtos  
editoriais na empresa Tuttirev Editorial

Mariana Figueira Pereira  
Caldas da Rainha, Março 2016



# **Relatório de estágio:** Design e Redesign de produtos editoriais na empresa Tuttirev Editorial

Relatório de estágio apresentado ao IPL para obtenção de Grau de Mestre em Design Gráfico, realizada sob a orientação da professora Luísa Barreto, Co-Orientação de Aprígio Morgado e Co-Orientação de António do Nascimento (orientador de estágio).

Mariana Figueira Pereira

## **Agradecimentos**

Foram muitas as individualidades e instituições que contribuíram, direta ou indiretamente, para a realização deste relatório. Passo a citar algumas delas, destacando-as. À minha orientadora, a Professora Luísa Barreto pela disponibilidade e apoio. Ao meu co-orientador, o Professor Aprígio Morgado pela confiança, incentivo e apoio na prontidão das solicitações por mim reivindicadas. Ao meu orientador do local de estágio, o Sr. António Nascimento, pelo auxílio e confiança em todo o processo de estágio. A todas as pessoas que me ajudaram a realizar este trabalho, alguns incógnitos (funcionários da empresa Tuttirev Editorial) e outros, tal como aqueles que se cruzaram comigo no decorrer deste processo e que de alguma maneira para ele contribuíram. Por fim, não menos importante, à minha família, aos amigos e colegas que me incentivaram.

## Resumo

O presente Relatório de Estágio deve ser entendido como uma observação teórica sobre o Design Editorial, o Design de revistas de cultura e lazer e o redesign da revista *Casas de Madeira*, realizadas no âmbito de Estágio Curricular na empresa Tuttirev Editorial. Esta observação exigiu, em primeiro lugar, um enquadramento teórico onde são abordadas as definições de *design* editorial, o conceito de revista, bem como um enquadramento histórico onde é apresentada a evolução de imprensa, quer a nível mundial como nacional. De seguida, são apresentados os casos de estudo onde são analisados, em termos de panorama editorial português, duas publicações atuais concorrentes às revistas desenvolvidas em estágio. O objetivo deste Relatório de Estágio relaciona-se, não só com a apresentação de todo o trabalho realizado no âmbito do Estágio Curricular, mas visa também a apresentação de um Projeto de Estágio com o objetivo de melhorar um produto existente na empresa em questão. Esse melhoramento efetivou-se com o redesign de uma das suas revistas.

Este estudo é acompanhado com o enquadramento prático, onde são apresentadas as revistas realizadas no decorrer do referido estágio, bem como o processo do redesign da revista *Casas de Madeira*, abordando diversas questões relativas a todo o processo criativo da revista. O relatório culmina com o cruzamento de toda a informação, chegando à conclusão de que o redesign da revista *Casas de Madeira* foi uma mais valia tanto para a empresa como para o crescimento pessoal e profissional do estagiário.

## Palavras-Chave

Design Gráfico, Tipografia, Revistas, Design Editorial, Redesign

## Abstract

This Internship report should be understood as a theoretical observation about Editorial Design. The Design of magazines about culture and recreation, and the redesign of *Casas de Madeira* magazine carried out under a traineeship in Tuttirev Editorial.

This observation required first, a theoretical framework where the editorial design definitions are addressed, the concept of the magazine, and the historical framework where the evolution of the press is presented, worldwide and in a national levels. Then are presented studies which are analyzed in a panorama of Portuguese publishing, there are two current publications competitors magazines developed in this training report. The goal of this internship report its not only related with the presentation of all the work done under the traineeship, but also an presentation of a internship project design, in order to improve an existing product in the company.

The improvement its made with a redesign of a magazine.

This study is accompanied with practical framework, which are presented with the magazines in that internship, and the redesign of the *Casas de Madeira* magazine, approaching various issues of the whole creative process on the magazine. The report culminates with the crossing of all the information and understanding that the redesign of *Casas de Madeira* magazine was good for the company, and for the trainee, helping in a personal and professional improvement.

## Keywords

Graphic Design, Typography, Magazines, Editorial Design, Redesign



## Índice

03	Agradecimentos	28	3.3 Revista de cultura
04	Resumo	29	3.4 Fatores de sucesso
05	Abstract		
05	Palavras-Chave		
06	Índice		
07	Índice de imagens		
09	Nota introdutória		
	<b>Capítulo 1 - Apresentação de estágio</b>		
12	1.1 Local		
12	1.2 Integração na equipa		
14	1.3 Metodologias		
16	1.4 Calendarização do estágio		
	<b>Capítulo 2 - Breve história da imprensa</b>		
20	2.1 Breve história da evolução das técnicas de impressão na Europa		
22	2.2 Evolução da imprensa e imagem gráfica em Portugal		
	<b>Capítulo 3 - Design Editorial no panorama português</b>		
26	3.1 Design Editorial		
27	3.2 Revista		
	<b>Capítulo 4 - Enquadramento teórico-prático</b>		
	<b>Capítulo 5 - Casos de estudo</b>		
44	5.1 Revista lux Decoração		
45	5.2 Revista CasaDez		
	<b>Capítulo 6 - Projetos</b>		
50	6.1 Revista scrapbooking		
51	6.2 Revista Mais e Mais Crochet 13		
52	6.3 Revista Tricot 2		
53	6.4 Revista F.F.T Especial 12		
54	6.5 Revista F.F.T Especial 13		
55	6.6 Redesign revista Casas de Madeira		
60	6.7 Análise de resultados		
61	Conclusão		
62	Referências		
63	Teses		
	<b>Capítulo 7 - Anexos</b>		

## Índice de imagens

12	Fig. 1 - Edifício da empresa Tuttirev Editorial
13	Fig. 2 - Escritório da produção das revistas
13	Fig. 3 - Equipa da Tuttirev Editorial no lançamento de um dos seus livros.
14	Fig. 4 - Folha de obra da revista <i>Scrapbooking</i> .
14	Fig. 5 - Plano de trabalho da revista <i>Scrapbooking</i> .
15	Fig. 6 - Primeiras páginas da revista <i>Scrapbooking</i> nº5
15	Fig. 7 - Páginas centrais da revista
15	Fig. 8 - Páginas da revista
20	Fig. 9 - Páginas do primeiro livro impresso por Gutenberg, a Bíblia, processo que se iniciou em 1450 e que terá terminado cinco anos depois em Março de 1455. Esta impressão impulsionou a transição da história humana, provocando uma revolução, o conhecimento para todos.
20	Fig. 10 - Prensa manual desenvolvida por Johannes Gutenberg em 1811.
21	Fig. 11 - Máquina Linotype, que já permitia a composição tipográfica a partir de um teclado.
21	Fig. 12 - Máquina de impressão offset, sistema utilizado nos dias de hoje para impressão de grandes tiragens.
21	Fig. 13 - Tipos móveis.
22	Fig. 14, Máquina tipográfica, usada hoje em dia por jovens, criando produtos artísticos.
22	Fig. 15 - Capa do jornal português Expresso, que foi distribuído em Portugal a 14 de Julho de 1973.
23	Fig. 16, Capa do jornal português República, que foi distribuído em Portugal a 25 de abril de 1974, dia da revolução.
23	Fig. 17 - Cartaz publicitário da queima das fitas de Coimbra de Maio de 1984.
27	Fig. 18 - Capa do primeiro número da revista Orpheu, publicada em Janeiro de 1915 em Portugal, fundada por Fernando Pessoa, Mário de Sá-Carneiro, Almada Negreiros, Raul Leal, Luís de Montalvor e o brasileiro Ronald de Carvalho. A publicação representa a primeira fase do modernismo em Portugal.
27	Fig. 19 - Capa do segundo número da revista Orpheu, publicada em Abril de 1915 em Portugal, este foi o último número da revista não tendo sido publicado o número três.

28	Fig. 20 - Capa da revista Diabrete, publicada durante dez anos nos anos cinquenta, o último número da revista o nº 255 foi publicada no dia 29 de dezembro de 1951. Fernando Bento desenhava a revista, representando clássicos de aventuras.
28	Fig. 21 - Capa da revista Flama, nº 1309 publicada a 6 de abril de 1973, uma das revistas portuguesas mais marcante dos anos sessenta e setenta, tendo sido uma das publicações impulsionadoras nos hábitos de leitura dos portugueses.
29	Fig. 22 - Capa da revista Plateia, uma revista dedicada ao espetáculo, com o número de publicações até ao 1031, tendo o último número sido publicado em 1986.
29	Fig. 23 - Capa da revista TV Guia, publicada a 7 de fevereiro de 1980, sendo na altura uma revista muito mais sóbria e informativa que nos dias de hoje.
30	Fig. 24 - Capa da revista Activa, publicada em julho de 2014. É uma revista que fala de beleza e bem estar, cosmética, estadias, modas, restaurantes e saúde e por isso umas revistas mais adquiridas em Portugal pelo sexo feminino.
30	Fig. 25 - Capa da revista FreeBike, publicada em maio de 2015. É uma revista cujo tema é específico sobre bicicletas, desde marcas a competições bem como entrevistas com os adeptos deste desporto, pelo seu tema característico é uma revista direcionada para o público masculino.
31	Fig. 26 - Capa da revista Cristina, publicada em Julho de 2015. Esta revista foi uma das últimas revistas a ser lançada no mercado português. A diretora desta revista é a Cristina Ferreira, uma cara bem conhecida da televisão portuguesa, ajudando assim a que esta revista seja uma das faladas no momento.
31	Fig. 28 - Capa da revista Faça Fácil Profissional, publicada em Setembro de 2015. Esta revista pertence à Tuttirev Editorial, empresa onde estagiei, e é uma das revistas com maior tiragem e número de vendas, pois é uma revista para profissionais de costura com passo a passos detalhados, bem como um desdobrável com todos os moldes. Devido aos seus conteúdos técnicos e aprofundados sobre costura, é a grande revista de referência para as costureiras portuguesas.
31	Fig. 27 - Capa da revista Cristina, publicada em Agosto de 2015. Esta revista foi uma das revistas mais vendidas nos últimos meses, chegando mesmo a ser feita a segunda tiragem da revista. As causas deste número de vendas devem-se ao facto de para além de ser mais uma revista da Cristina Ferreira, cara bem conhecida da televisão portuguesa, a capa desta edição é a Rita Pereira, atriz portuguesa com grande prestígio.
31	Fig. 29 - Capa da revista Belas Ideias Sabão, publicada em Setembro de 2015. Esta revista foi a última revista publicada pela empresa Tuttirev Editorial, já com três números no mercado, é uma revista que tem superado as expectativas pela positiva, pois para além de ser a primeira revista em Portugal a falar de sabão, apresenta em passo a passo todos os produtos apresentados de forma às pessoas em casa poderem criar o seu próprio sabão.
42	Fig. 30 - Capa da revista Lux Decoração
43	Fig. 31 - Tipo de letra <i>Helvetica</i>
43	Fig. 32 - Tipo de letra <i>Avenir LT Std</i>
43	Fig. 33 - Páginas da revista
44	Fig. 34 - Páginas da revista
44	Fig. 35 - Uma página da revista com as marcas da grelha
45	Fig. 36 - Capa da revista Casadez
45	Fig. 37 - Tipo de letra <i>Rôtis Sans</i>
46	Fig. 38 - Tipo de letra <i>Adobe Myriad</i>
47	Fig. 39 - Páginas da revista Casadez
47	Fig. 40 - Uma página da revista com as marcas da grelha
50	Fig. 41 - Capa da revista <i>Scrapbooking</i> nº 5, impressa e distribuída em Portugal no mês de dezembro de 2014
50	Fig. 42 - Capa da revista Mais e Mais Crochet nº 13, impressa e distribuída em Portugal no mês de janeiro de 2015
51	Fig. 43 - Capa da revista Faça Fácil Tricot nº 2, impressa e distribuída em Portugal no mês de janeiro de 2015
51	Fig. 44 - Capa da revista Faça Fácil Técnica Especial nº12, impressa e distribuída em Portugal no mês de fevereiro de 2015
51	Fig. 45 - Capa da revista Faça Fácil Técnica Especial nº13, impressa e distribuída em Portugal no mês de março de 2015
53	Fig. 46 - Capa da revista Faça Fácil <i>Scrapbooking</i> nº5
53	Fig. 47 - Capa da revista Mais e mais Crochet 13
54	Fig. 48 - Capa da revista Portuguesa Tricot nº 2
54	Fig. 49 - Capa da revista Faça Fácil Técnica Especial 12
55	Fig. 50 - Capa da revista Faça Fácil Técnica Especial 13
56	Fig. 51 - Capa do redesign da revista <i>Casas de Madeira</i> publicada em junho de 2015
56	Fig. 52 - Capa da revisão do redesign da revista
57	Fig. 53 - Folha de obra da revista <i>Casas de Madeira</i>
57	Fig. 54 - Plano de trabalho da revista <i>Casas de madeira</i>
58	Fig. 55 - Layout do redesign da revista
58	Fig. 56 - Layout da revisão do redesign da revista
59	Fig. 57 - Tipo de letra <i>Minion Pro</i>
59	Fig. 58 - Tipo de letra <i>Gotham</i>

## Nota Introdutória

Este relatório de estágio surge como suporte teórico do estágio curricular, tendo como principal objetivo a apresentação dos projetos editoriais desenvolvido ao longo de todo o estágio, bem como o redesign da revista intitulada *Casas de Madeira*.

O presente relatório divide-se em seis capítulos distintos, no primeiro é realizada a apresentação à prática de estágio, o local de estágio, a equipa e a integração na mesma, o método de trabalho e a calendarização dos projetos devolvidos em âmbito de estágio. O segundo, terceiro e quarto capítulos são considerados o estado da arte. O segundo foca-se na história da imprensa e design gráfico. O seguinte foca-se num enquadramento teórico com foco no design editorial e nas revistas culturais. O quarto capítulo corresponde a um enquadramento teórico-prático onde são apresentadas noções sobre a panóplia de temas abordados ao longo de todo o relatório de estágio. No quinto é feita uma breve referência ao panorama da indústria editorial em Portugal na atualidade, centrando-se em dois casos de estudo. Por último, no sexto capítulo é apresentado um enquadramento prático, onde são abordados os projetos realizados no âmbito do estágio, bem como o projeto pessoal, o redesign da revista *Casas de Madeira*. Por último, é realizada uma consideração final sobre a realização deste estágio, onde são abordadas as principais aprendizagens e dificuldades relativas a todo o processo.

Capítulo 1  
Apresentação de estágio

Relatório de Estágio



## 1.1 O local



Fig. 1 - Edifício da empresa Tuttirev Editorial

A empresa Tuttirev Editorial é uma editora de referência no panorama editorial nacional, que conta com uma importante panóplia de publicações nas áreas da educação infantil, artes decorativas, costura, *cake design*, alimentação e habitação. Uma outra área de atuação é a edição de livros, sejam eles de autores novos ou de renome nacional. Complementarmente, organiza seminários, *workshops*, demonstrações e outro tipo de eventos dentro das temáticas publicadas nas revistas.

O editor e proprietário da editora, de nome António do Nascimento Fonseca, trabalha na área editorial há mais de 20 anos. A empresa Tuttirev Editorial é formada por diversos departamentos, saliento o departamento de produção de revistas composto por 2 jornalistas, Carla S. Rodrigues e David Espanca. A paginação encontra-se a cargo da Marta Mauritty. Por sua vez, as ilustrações a cargo de Luísa Martins e, por fim, as fotografias são responsabilidade de Luís Lopes. Dentro da empresa ainda existe o departamento de contabilidade, de publicidade e marketing, de informática e de armazenamento de revistas. O grupo criativo desta editora é um grupo unido e dedicado que tenta, acima de tudo, criar produtos editoriais e gráficos, com reconhecimento pela sua qualidade no mercado Português. A editora encontra-se localizada na Quinta dos Estrangeiros, zona Industrial Norte, rua E, nº 6 na Venda do Pinheiro em Portugal.

Por fim, é de salientar que esta é uma empresa familiar pois alguns dos funcionários da empresa são familiares do editor da Tuttirev. Esta questão revela-se importante, na medida em que é uma condicionante no resultado final do trabalho prático, pois as organizações do tipo familiar são, em regra, muito marcadas pela cultura e pelos valores definidos pelo seu fundador, como tal; com grande resistência a mudanças. As empresas nestas condições, em que por vezes as questões pessoais se sobrepõem às profissionais, poderão lidar com dificuldades várias, nomeadamente com alguns dos funcionários que não pertençam ao núcleo familiar.

## 1.2 Integração na equipa

Relativamente à integração na equipa de trabalho devo salientar alguns aspetos. O primeiro dia de contacto com a equipa foi preenchido por uma breve reunião com o editor onde o estágio apresentou brevemente as suas expectativas relativamente ao estágio que se seguiria, bem como os projetos e trabalhos que seriam necessários desenvolver.

Por sua vez, o editor apresentou os objetivos, princípios e metas da empresa, o local de trabalho, os funcionários, bem como o primeiro projeto a desenvolver. Este consistia na realização do redesign da revista *Scrapbooking*. A primeira experiência do mestrando tratou-se de um trabalho conjunto com o departamento de redação e paginação, bem como com o fotógrafo. Em novembro do ano de 2014, quando foi iniciado o referido estágio encontravam-se duas pessoas no departamento de paginação, Vítor Dias e Marta Mauritty. Vítor Dias deixou posteriormente de fazer parte da equipa, sendo Marta Mauritty a orientadora neste processo de estágio, auxiliando em todas as questões, dilemas e dificuldades do estagiário.



Fig. 2 - Escritório da produção das revistas



Fig. 3 - Equipa da Tuttirev Editorial no lançamento de um dos seus livros.





## 1.4 Calendarização do Estágio

O período de Estágio teve o seu preâmbulo no dia 5 de novembro de 2014 e término no dia 29 de janeiro de 2015, com uma carga horária de 8 horas diárias, durante 4 dias semanais, fazendo um total de 405 horas. Sendo este um estágio integrado no âmbito do Mestrado em Design Gráfico, todas as sextas-feiras possuíam uma componente letiva que exigia a participação pessoal em sala de aula. No cronograma abaixo apresentado encontram-se presentes todas as atividades desenvolvidas durante o período de Estágio, distribuídas ao longo das 13 semanas da sua realização.

<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revista <i>Scrapbooking</i> 5</li> <li>.Revista <i>Cake Design Especial</i> 9</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revista <i>Novas Belas Ideias</i> 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revista <i>Especial Mais e Mais Crochet</i> 12</li> <li>.Vectorização de moldes para a revista <i>Faça Fácil Costura Profissional</i> 12</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Vectorização de moldes para a revista <i>Faça Fácil Costura Profissional</i> 12</li> <li>.Revista <i>Faça Fácil Técnica Especial</i> 11</li> <li>.Branding lançamento do livro sabão e cosmética natural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revistas Digitais</li> <li>.Vectorização de ilustrações para a revista <i>Faça Fácil Técnica</i> 38</li> <li>.Finalização da revista <i>Casas de Madeira</i> nº24</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revistas Digitais</li> <li>.Finalização de revista <i>Belas ideias edição especial</i> 14</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revistas Digitais</li> <li>.Mais e Mais <i>Crochet Especial</i> 13</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Package de diversas revistas</li> <li>.Revista <i>Tricot nº2 Espanhola</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revista <i>Tricot nº2 Espanhola</i></li> <li>.Revista <i>Tricot nº2 Portuguesa</i></li> <li>.Revista <i>Cake Design</i> 26</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revista <i>Tricot nº2 Portuguesa</i></li> <li>.Revista <i>Faça Fácil Profissional</i> 14</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revista <i>Faça Fácil Profissional</i> 14</li> <li>.Revista <i>Faça fácil técnica especial</i> 12</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revista <i>Faça fácil técnica especial</i> 12</li> <li>.Revista <i>Cake Design</i> 26</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Revista <i>Costura Profissional</i> 13 Capa</li> <li>.Revista <i>Faça fácil técnica especial</i> 13</li> </ul>
Semana 1 05 Nov - 06 Nov	Semana 2 10 Nov - 13 Nov	Semana 3 17 Nov - 20 Nov	Semana 4 24 Nov - 27 Nov	Semana 5 01 Dez - 04 Dez	Semana 6 08 Dez - 11 Dez	Semana 7 15 Dez - 18 Dez	Semana 8 22 Dez - 23 Dez	Semana 9 29 Dez - 31 Dez	Semana 10 05 Jan - 08 Jan	Semana 11 12 Jan - 15 Jan	Semana 12 19 Jan - 22 Jan	Semana 13 26 Jan - 29 Jan





Capítulo 2  
Breve história da imprensa

estágio de  
relatório

### 2.1 Breve História da Evolução das Técnicas de impressão na Europa



Fig. 9 - Páginas do primeiro livro impresso por Gutenberg, a Bíblia, processo que se iniciou em 1450 e que terá terminado cinco anos depois em Março de 1455.

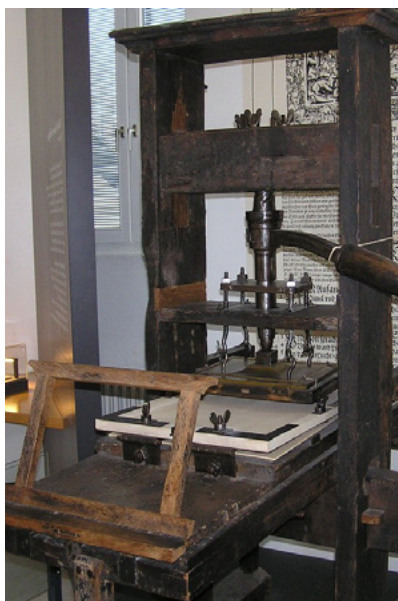


Fig. 10 - Prensa manual desenvolvida por Johannes Gutenberg em 1811.

Durante séculos, os monges copistas garantiam a produção e manutenção dos textos sagrados, contudo, estes não conseguiam dar resposta à procura crescente de livros ou de textos.

Rodrigues (2013) refere que, com o desenvolvimento das cidades europeias durante o século xv, a circulação de notícias cresceu de forma impressionante, ampliando a visão do mundo que existia até então. As mudanças culturais que se sentiam desde o início do século fizeram com que existisse maior necessidade de produção de documentos escritos.

Antes da invenção dos tipos móveis de Gutenberg, já existiam técnicas, tais como: a impressão xilográfica e os tipos móveis em argila, que tinham prestado o seu contributo para a divulgação da palavra imprensa.

Na Alemanha, Johannes Gutenberg (sec. xv) desenvolveu uma tecnologia que daria resposta a este problema. Por volta de 1439 Gutenberg adaptou tecnologias existentes, de produção textil e vinícola e, com a combinação destes elementos criou um sistema prático que permitiu a reprodução em massa de livros.

Na produção de caracteres móveis, cada letra do alfabeto era esculpida no topo de uma punção de aço que posteriormente era martelada sobre um bloco de cobre. Esta marcação em cobre, a matriz, era inserida num molde, onde era vertida uma liga metálica, originando uma imagem invertida da letra, que por sua vez era então inserida numa base de chumbo.

Esta característica permitiu realçar o impacto visual das palavras e da composição tipográfica. Com este princípio estabelecido a página impressa tornou-se sofisticada e esteticamente elegante. De forma a consagrar a sua criação, Gutenberg produziu, em latim, com 42 linhas a Bíblia, com uma tiragem de 300 exemplares em dois volumes.

A tecnologia de impressão de Gutenberg espalhou-se rapidamente por toda a Europa e, pouco mais tarde, pelo mundo. No início do século xix, Charles Stanhope desenvolveu a primeira prensa em metal. Este novo método permitiu uma pressão mais regular e uniforme, através da alavanca de pressão. Com este novo acessório, foi permitido regular a pressão exercida no papel. Contudo, a nova técnica, não resolveu a parte da rapidez necessária de produção, continuando com uma produção de 250 cópias por hora. (MEGGS, 2012).

Só em 1810 se iniciou a impressão de jornais em massa através da primeira prensa automática. Patentada por Friedrich Koenig, esta prensa funcionava a vapor, dispensando a força humana. Com a evolução dos tempos, Koenig foi melhorando a sua prensa conseguindo em 1818 imprimir 400 cópias por hora. Através desta evolução, o jornal Times de Londres, acaba por encomendar duas prensas a vapor, de cilindro duplo, que seriam capazes de imprimir 1100 cópias por hora.

Os anos de transição para o século xix foram, de grandes mudan-

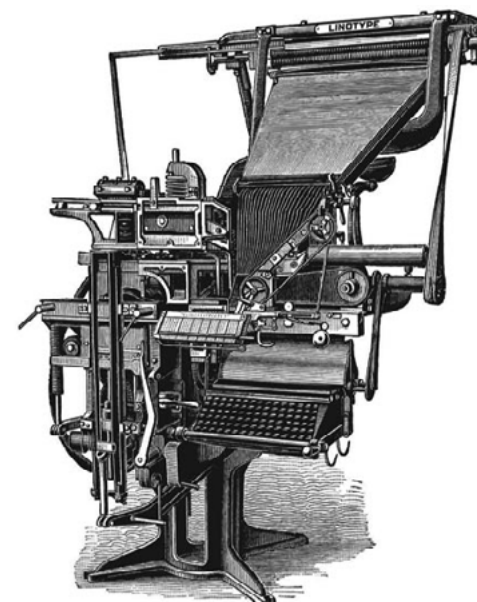


Fig. 11 - Máquina Linotype, que já permitia a composição tipográfica a partir de um teclado.



Fig. 12 - Máquina de impressão offset, sistema utilizado nos dias de hoje para impressão de grandes tiragens.



Fig. 13 - Tipos móveis.

ças, evoluções e inovações nas técnicas de impressão, coincidindo também com a era da revolução Industrial. Os tambores rotativos para impressão foram inventados por Richard Hoe, em 1847, e mais tarde, em 1863 melhorados por William Bullock. Estes novos processos, devido ao alto custo de produção da matriz passaram a ser os mais utilizados na produção de publicações editoriais de grandes tiragens.

No século xix as prensas possibilitavam a impressão de 25.000 cópias por hora, mas a composição manual do texto, continuava a constituir um processo de trabalho moroso e bastante dispendioso. A importância da imprensa, só foi realmente realçada depois das máquinas de composição tipográfica sofrerem um grande aperfeiçoamento.

Antes do virar do século xix para o xx, os métodos mecânicos de fundição e composição de tipos móveis, alternativos à composição manual, a monotipia e a linotipia, foram lançadas, acelerando significativamente a produção.

A Linotype, inventada em 1886 por Ottma Mergenthaler, permitiu a fundição em bloco de cada linha de caracteres tipográficos, por sua vez a Monotype, inventada em 1887 por Tolbert Lanston, concedeu a impressão letra a letra. Nota-se que, antes da invenção da Linotype, os jornais não possuíam mais de 8 páginas.

Devido a estas inovações, a produção de livros, bem como a de outras publicações como jornais, panfletos, catálogos, revistas e folhetos aumentou de forma extraordinária. Com a grande procura por estes artigos, principalmente os jornais, chegam a ter tiragens incríveis, nomeadamente nas grandes cidades como Madrid, Londres, Nova Iorque, etc.

Hoje em dia, é utilizado um processo automático, considerado uma técnica de impressão indireta, o sistema offset. Enquanto na impressão litográfica, o papel recebia uma imagem diretamente da pedra ou da chapa de zinco através de cilindro de pressão. Na impressão *offset*, o suporte recebe a imagem de um cilindro de borracha intermediário entre o cilindro da chapa e o cilindro impressor. A matriz deste processo consiste numa chapa metálica, gravada a partir de um fotolito, sendo que, para cada cor, é necessário a produção de um fotolito e de uma matriz. Atualmente este processo é utilizado na maioria das impressões de todo o mundo embora não seja único. Outro processo utilizado em grandes tiragem é a roto-gravura, também conhecido como o processo em baixo relevo, isto porque a imagem na matriz é um baixo relevo em relação à superfície do cilindro. Neste processo, a matriz de impressão é constituída por um cilindro de cobre uniforme, gravado e cromado, sendo a gravação das células que formam as imagens no cilindro obtida através de diamantes, com o processo eletromecânico.



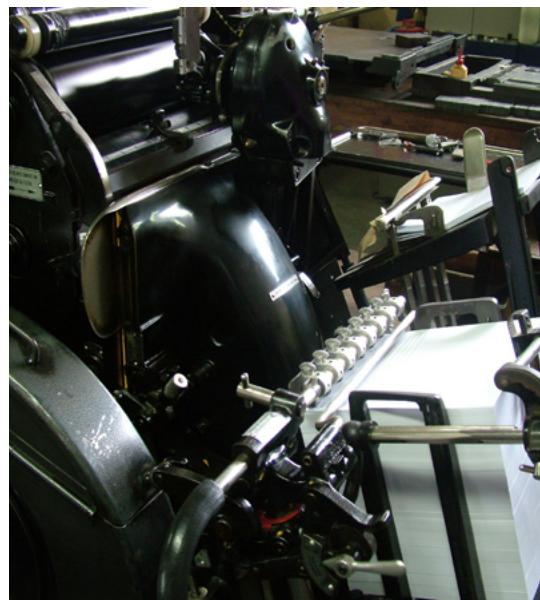


Fig. 14 - Máquina tipográfica, usada hoje em dia por jovens, criando produtos artísticos.

## 2.2 Evolução da imprensa e imagem gráfica em Portugal

As evoluções tecnológicas na produção de material impresso, permitiram o desenvolvimento da própria conseqüência gráfica. No princípio do século xx, métodos tipográficos, como a calcografia, onde o texto era composto por um processo tipográfico e a imagem reproduzida através da xilografia, obrigavam à criação de caixas tornando difícil a estruturação da página.

Uns dos problemas mais característicos destes processos manuais era a implementação da cor. Para a sua aplicação havia desenhado- res litógrafos especializados que preparavam os vários planos em separado e que, após várias tentativas, conseguiam o tom desejado. Devido a este trabalho moroso, o uso da cor era quase inexistente. Com a evolução dos tempos e modernização das técnicas, a re- produção fotomecânica evolui de forma extraordinária, exemplo disso, é a máquina cilíndrica que permitiu obter tiragens maiores, mesmo continuando com a impressão folha a folha.

Este sistema de impressão permitiu a utilização de diversos papéis, atingindo uma qualidade de trabalho até aí impossível.

Com um desenvolvimento tardio, o auge desta indústria em Portugal aconteceu somente a partir de 1974.

Como defende Ramos (2010) com a revolução do 25 de abril em 1974, o fim da censura e a construção da sociedade portuguesa, baseada em princípios de justiça e igualdade democráticas, fazem com que as convicções morais e sociais se alterem, começando a ser divulgadas, nos diversos meios de comunicação, ideias de liberdade e de democracia, registando-se como consequência, um grande aumento do número, circulação e venda de publicações.

Devido a estas transformações e à concorrência crescente, a qualidade gráfica foi forçada a melhorar. As mensagens visuais de todos os produtos gráficos, seja jornais, como cartazes como revistas começam a ter uma qualidade bastante superior.

Nos anos 90 deu-se o chamado salto tecnológico com o aparecimento do computador digital, resultando em transformações várias como, por exemplo, nos processos de pré-impressão. Todavia, e contrariando a evolução tecnológica, o sistema *offset* continuou a ser o processo de impressão maioritariamente utilizado.

Ramos (2010) refere que no início do século xx a sociedade portuguesa começou a elaborar um modo de comunicação que até à altura era quase inexistente, isto porque, a concentração da população europeia nos grandes centros urbanos, bem como a genera-



Fig. 15 - Capa do jornal português Expresso, que foi distribuído em Portugal a 14 de Julho de 1973.



Fig. 16 - Capa do jornal português República, que foi distribuído em Portugal a 25 de abril de 1974, dia da revolução.



Fig. 17 - Cartaz publicitário da queima das fitas de Coimbra de Maio de 1984.

lização do ensino e o desenvolvimento dos meios de comunicação foram fatores que despertaram para uma nova cultura, a cultura de massas.

O progresso industrial necessitava que se iniciasse a divulgação dos produtos, através da comunicação que, por sua vez, incentivava a compra.

É nesta altura que se desenvolveram os processos litográficos, que consequentemente possibilitou a evolução das artes gráficas.

Revista

Uma revista é uma publicação impressa que é editada periodicamente e que, à semelhança dos jornais, fazem parte dos meios gráficos de comunicação.

Apesar de ser um produto eminentemente cultural, a revista obedece a uma lógica comercial. As razões da sua existência são, essencialmente os leitores, mas também os seus anunciantes, pois a publicidade transformou-se crescentemente na mais importante fonte de financiamento. Isso faz com que, para garantirem a respetiva viabilidade económica, as revistas tenham de se preocupar com o conteúdo editorial e o aspeto gráfico que oferecem. (Eduardo Aires. 2006)

No período pós-revolução, as revistas femininas ganharam um elevado estatuto, bem como as revistas sociais. Aparecem publicações irreverentes como o Jornal Se7e, o Independente e a revista Contrastes.

O século xx termina de forma caótica na expressão gráfica e visual. Neste momento começa a perder-se a noção do que é real ou ficção, pois as imagens podem ser alteradas e manipuladas. (Ramos 2010)

Nesta época a expressão visual ganha um novo rumo, tornando-se um objeto mercantil e caótico como, por exemplo, para diferentes tipos de propaganda política e publicidade. Contudo, uma editora de publicações analógicas ainda consegue sobreviver num novo mundo, em que as publicações em digital ganham terreno.

estágio de  
relatório

Capítulo 3  
Design Editorial no panorama português



### 3.1 Design editorial

De modo a entender a definição de *design* editorial, podemos considerar esta interpretação de Max Bruinsma:

*«Editorial design - "editorialism", as I like to term it - is the craft of organizing complex aggregates of information into a meaningful and accessible totality, balancing function (the interface aspect) and aesthetics (the expressive aspect). Literally, the Latin word 'editor' means 'producer': 'edo' (edere) means 'to bring forth', 'bring out in the open', 'make known', 'publish', 'present', 'deliver', 'reveal', 'cause'. All these associated words suggest that editorial design is concerned with preparing structure, from and accessibility of publications.»*  
(BRUINSMA, 2005)

Yolanda Zappaterra (2007) refere que é impossível analisar design editorial sem primeiro definir o que é, e como difere das outras formas de design. Uma publicação editorial pode entreter, informar, instruir, comunicar, educar ou ser uma combinação de todos estes processos. Geralmente, pode ser uma combinação de textos e imagens, mas pode também ser realizada apenas de texto ou exclusivamente de imagens.

Segundo Rodrigues (2013), na sua essência, design editorial entende-se como a disciplina gráfica que está intrinsecamente ligada com o objetivo de comunicar uma ideia ou uma narração mediante a apresentação de palavras, de imagens e/ou outros elementos gráficos. Esta disciplina analisa ainda, a importância que todos os elementos e conteúdos têm quando coexistem numa página e a sua organização dentro da mesma, considerando aspetos de legibilidade, clareza, hierarquia e facilidade de descodificação da mensagem. Segundo Yolanda Zappaterra (2007) a função do design editorial é dar expressão e personalidade ao conteúdo, atraindo e retendo o leitor, clarificando e estruturando os conteúdos.

### 3.2 Revista

De forma a definir melhor o conceito de «revista» é necessário entender quais são as diferenças entre esta, e outros produtos editoriais. Podem existir várias definições e variedades de revistas, porém todas elas compreendem três premissas em comum, que as distinguem de outros meios impressos: a especialização, a periodicidade e o formato. (Scalzo, 2006).

Segundo Barbosa (1996), relativamente à especialização, a revista funciona como um produto direcionado a um público-alvo, de forma a expor um ou mais temas específicos, através de uma linguagem exclusiva e própria para o seu público em questão. Relativamente à periodicidade das revistas, referimo-nos à frequência com que estas são expostas para consumo, normalmente as revistas são semanais, mensais ou trimestrais. Quanto maior for o intervalo entre as publicações das revistas maior será o tempo dedicado à sua elaboração, ou seja, espera-se um maior cuidado tanto ao nível informativo como gráfico. No que respeita aos formatos, é neste ponto que se encontra a maior diferença entre a revista e o jornal. As revistas são geralmente impressas num tipo de papel com superior qualidade e com uma melhor impressão, sendo frequentemente impressas num formato menor que o dos jornais.

Relativamente aos diferentes modelos de revista existem diversas tipologias, nomeadamente: televisivas e sociais; informativas; económicas; tecnológicas; revistas masculinas e femininas; sobre viagens; de automóveis e motos; desportivas; para crianças; culturais; para jovens; de culinária; de decoração entre muitas outras.

Considerando a interpretação de Stephen Osborn (2011):

*«Cultural magazines have a difficult time saying what they do in a way that differentiates them from each other and/or makes them appear interesting to a casual browser.»*

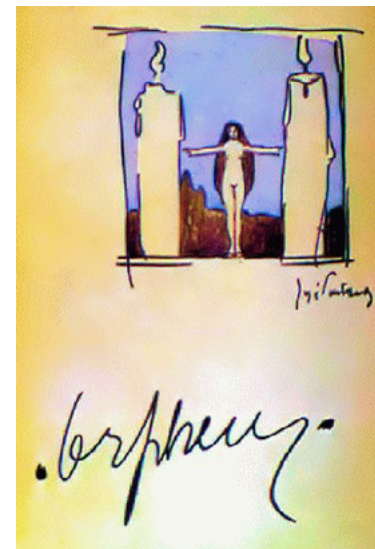


Fig. 18 - Capa do primeiro número da revista Orpheu, publicada em Janeiro de 1915 em Portugal, fundada por Fernando Pessoa, Mário de Sá-Carneiro, Almada Negreiros, Raul Leal, Luís de Montalvor e o brasileiro Ronald de Carvalho. A publicação representa a primeira fase do modernismo em Portugal.



Fig. 19 - Capa do segundo número da revista Orpheu, publicada em Abril de 1915 em Portugal, este foi o último número da revista não tendo sido publicado o número três.



### 3.3 Revistas de cultura e/ou lazer



Fig. 20 - Capa da revista Diabrete, publicada durante dez anos nos anos cinquenta, o último número da revista o nº 255 foi publicada no dia 29 de dezembro de 1951. Fernando Bento desenhava a revista, representando clássicos de aventuras.



Fig. 21 - Capa da revista Flama, nº 1309 publicada a 6 de abril de 1973, uma das revistas portuguesas mais marcantes dos anos sessenta e setenta, tendo sido uma das publicações impulsionadoras nos hábitos de leitura dos portugueses.

Rodrigues (2013) refere que atualmente a informação e o debate dos assuntos apresentados nas revistas são elementos indispensáveis ao pensamento crítico e à reflexão, de forma a melhorar a percepção e a busca constante de soluções. É precisamente perante tal simplificação e síntese de conteúdos que as revistas culturais têm o compromisso de atuar como um meio para estimular a investigação e o debate.

*Segundo Hernández «Por revista cultural se entiende una publicación periódica, dirigida a una minoría, en la que se difunden artículos y otros trabajos ( notas, reseñas, reseñas, etc. ), que reflejan ideas sobre el pensamiento, el arte, la ciencia, etc.» ( Hernández, 2007)*

De acordo com Rodrigues (2013) e considerando a interpretação de Hernández, podemos entender a revista cultural como um tipo de publicação dirigida a um público-alvo, normalmente uma minoria, sendo abordados temas específicos de interesse comum.

*Segundo Germán Rey, «Las revistas culturales fueron decisivas en los procesos de modernidad de Iberoamérica. En el siglo XIX, pero particularmente en le XX, las revistas se convirtieron en un lugar de convergencia de creadores y pensadores locales, actuaron como voceras de tendencias literarias, artísticas, políticas o filosóficas nacionales e internacionales y promovieron debates intelectuales que rebasaban los campos especializados de las artes o de las humanidades. Basta pensar en Amauta, Sur, Mito, Origenes, Vuelta, Litoral o la Revista Occidental. En realidad, las revistas han sido más una forma de pensar e imaginar que simples referencias textuales.» (Germán Rey, 2012)*

Germán Rey reforça a ideia de que uma revista cultural é um meio de pensamento compartilhado por um grupo de pessoas interessadas num certo assunto. Ray, como apresentamos na citação seguinte, afirma que a revista cultural teve a sua origem em movimentos literários que rompiam com as normas sociais e políticas da época.

*«Esta vacación transgresora o por lo menos desmitificadora de las revistas lograba sintonías generacionales y tenía un cierto papele educativo, que por supuesto escapaba de las visiones instruccionales situando la formación en características mucho más modernas como la deliberación, la capacidad crítica, la inserción en los fenómenos de ruptura y la construcción de una tradición menos formalizada y mucho más viva.» (Rey, 2012)*

Segundo Paramio, devido ao seu caráter independente, este tipo de revistas, na maioria das vezes, não contam com um público amplo



Fig. 22 - Capa da revista Plateia, uma revista dedicada ao espetáculo, com o número de publicações até ao 1031, tendo o último número sido publicado em 1986.



Fig. 23 - Capa da revista TV Guia, publicada a 7 de fevereiro de 1980, sendo na altura uma revista muito mais sóbria e informativa que nos dias de hoje.

e uniforme, e muito raramente possuem fontes estáveis de financiamento. São consideradas publicações mais fortes as revistas associadas a grandes grupos empresariais ou a grandes editoras. Assim, e de acordo com Paramio uma nova revista cultural nasce devido ao facto de se achar que é necessário uma publicação moderna sobre um determinado assunto. Para isso, existe sempre a ideia de que há um vazio no mundo cultural que uma nova publicação deve poder ocupar. Do ponto de vista financeiro, criar uma nova publicação implica a existência de um nicho de mercado mas, de um ponto de vista cultural, supõe a existência de leitores que compartilhem os interesses que serão apresentados na publicação. (Paramio, 2012)

### 3.4 Fatores de sucesso

Uma revista cultural está no meio de duas realidades que poderão garantir o sucesso da mesma: o reconhecimento no mercado editorial, isto é, torna-se vendável essencialmente porque o público-alvo tem por hábito o consumo da mesma ou, por outro lado, a qualidade superior no seu conteúdo que conquista, a cada edição, novos consumidores.

Segundo Paramio, citado por Rodrigues,

*«Com frequência o sucesso de uma revista acaba por depender de alguns autores vinculados à revista, capazes de atrair leitores. Porém poucos autores resistem com o passar das tendências e do tempo. Se os colaboradores chave de uma revista não conseguirem andar em sintonia com o público, dando o que ele quer ver, e atrair novos leitores a revista pode sofrer uma queda, as assinaturas deixam de acontecer e a publicidade pode mesmo deixar de existir. Ou seja, os colaboradores iniciais de uma revista podem ser e são muitas vezes fundamentais e decisivos para o lançamento de uma revista, mas não garantem a sua continuidade.» (Paramio, 2012)*

*«Muchas publicaciones desaparecen cuando no alcanzan los niveles economicos, por lo menos de supervivencia, y todas tienen que enfrentarse cada vez con más exigencia las determinaciones comerciales.» (Germán Rey, 2012)*

Uma revista tem sucesso se conseguir atrair novos leitores e colaboradores, que veem na revista um espaço de interesse pessoal e compartilhado. O mais difícil é conseguir que o interesse se mantenha atrativo com a passagem do tempo.





Fig. 24 - Capa da revista Activa, publicada em julho de 2014. É uma revista que fala de beleza e bem estar, cosmética, estadias, modas, restaurantes e saúde e por isso umas revistas mais adquiridas em Portugal pelo sexo feminino.

«En este aspecto, las revistas culturales son tan vulnerables a las modas como cualquier otra realidad social. Un paradigma exitoso puede pasar a definir a cultura oficial, y verse así ignorado o rechazado por la generación siguiente. En este sentido no es nada inusual que las revistas constituyan un hecho generacional: incluso si atraen lectores y autores jóvenes, pueden ser identificadas con la generación anterior, con una perspectiva desactualizada.» (Paramio, 2012).

Perante as mudanças constantes existentes no mundo, quer a nível social como cultural, uma revista de tipologia cultural deve aprender formas de evoluir continuamente, mantendo-se fiel aos seus princípios e objetivos, porém, mantendo uma visão aberta perante novos temas que vão surgindo, identificando e ajustando-se às mudanças. Contudo, não poderá deixar que seja orientada por elas, ao ponto de perder a identidade definida.

Apesar de todas as dificuldades que uma revista cultural pode ter ao longo da sua existência, estas são, normalmente, um excelente meio de comunicação pois permitem partilhar, deliberar, questionar e até mesmo refletir sobre diversos tipos de informação.

De seguida, apresentamos algumas das publicações existentes no mercado nacional evidenciando, ainda que de modo muito breve, algumas das atuais temáticas em diferentes publicações.

São apresentadas seis capas, de seis publicações nacionais. Duas correspondem a revistas da Tutitrev Editorial; duas edições representam uma revista que foi lançada no ano de 2015 de uma apresentadora portuguesa muito conhecida a nível nacional, a Cristina Ferreira; as outras duas são capas que correspondem a duas publicações que já existem no mercado há pelo menos 5 anos em Portugal.



Fig. 25 - Capa da revista FreeBike, publicada em maio de 2015. É uma revista cujo tema é específico sobre bicicletas, desde marcas a competições bem como entrevistas com os adeptos deste desporto, pelo seu tema característico é uma revista direcionada para o público masculino.



Fig. 26 - Capa da revista Cristina, publicada em Julho de 2015. A diretora desta revista é a Cristina Ferreira, uma cara bem conhecida da televisão portuguesa, ajudando assim a que esta revista seja uma das mais comentadas no azeite de 2015.



Fig. 27 - Capa da revista Cristina, publicada em Agosto de 2015. Esta revista foi uma das revista mais vendidas da coleção "Cristina", chegando mesmo a ser feita a segunda tiragem da revista. A capa desta edição é a Rita Pereira, atriz portuguesa com grande prestígio.



Fig. 28 - Capa da revista Faça Fácil Profissional, publicada em Setembro de 2015. Esta revista pertence à Tutitrev Editorial, empresa onde estagiei, e é umas das revistas com maior tiragem e número de vendas, pois é uma revista para profissionais de costura com passo a passos detalhados, bem como um desdobrável com todos os moldes. Devido aos seus conteúdos técnicos e aprofundados sobre costura, é a grande revista de referência para as costureiras portuguesas.



Fig. 29 - Capa da revista Belas Ideias Sabão, publicada em Setembro de 2015. Já com três números no mercado, é uma revista que tem superado as expectativas pela positiva, pois para além de ser a primeira revista em português a falar de sabão, apresenta em passo a passo todos os produtos apresentados de forma às pessoas em casa poderem criar o seu próprio sabão.

## Capítulo 4

# Enquadramento Teórico-prático

estágio de  
relatório



Neste capítulo o objetivo consiste em apresentar algumas definições dos conceitos chave, para compreensão de processos de construção e design de uma revista,

### *Briefing*

Entende-se por *briefing* o conjunto de informações dadas para o desenvolvimento de um trabalho. É uma palavra inglesa, aplicada ao português, através de um estrangeirismo, que traduzido significa, em sentido lato «resumo».

No caso do design gráfico, mais especificamente no que refere ao design editorial, este é um documento que contém a descrição de uma revista, o seu tema, objetivos, recursos e tempos de produção.

### **Público-Alvo**

Qualquer revista deve ser dirigida com base no seu público-alvo. Se, por exemplo, a maioria dos leitores se enquadra na categoria de estudantes com idades compreendidas entre os 18 e os 23 anos, a publicação deverá assumir uma linguagem visual mais jovem e urbana. Esta é uma informação muito importante que deverá ter em conta na hora de determinar o estilo gráfico da revista.

### **Estrutura Editorial**

A estrutura editorial de uma revista varia de caso para caso, dependendo do tipo de revista em questão. No entanto, pode-se, de uma forma geral, traçar uma estrutura comum à maioria das revistas, de acordo com a seguinte ordem: capa, índice, ficha técnica, conteúdo editorial, que por sua vez irá desmultiplicar em vários outros planos e, por fim, contracapa. Todos os passos apresentados contêm a sua função bem delineada e programada.

A capa é um dos elementos cruciais de qualquer revista, tem como principal função identificar a revista de forma rápida, de modo quase instantâneo e, simultaneamente, atrair o olhar do público a que se destina, de modo a que este se sinta tentado a adquirir a publicação. Por sua vez, o índice tem como função sumarizar os conteúdos da revista e remetê-los para a sua página específica. De seguida, surge a ficha técnica onde são identificadas as individualidades que, a dado momento, participaram na produção da revista. Seguidamente, o conteúdo editorial, ou seja, o material informativo constituído normalmente por textos e imagens. Por fim, segue-se a contracapa que, regra geral, contém anúncios publicitários.

### **Planificação**

O plano é uma das ferramentas mais importantes na produção de qualquer revista. Funciona como um índice organizativo que permite a todos os implicados no processo de produção, verificar o conteúdo planificado para cada página. A responsabilidade de elaboração deste plano cabe ao jornalista encarregue da revista em questão, contando com a colabora-

ção do editor e, normalmente, dos restantes elementos que integram a equipa de trabalho. Desde o início de processo até à sua finalização este documento poderá sofrer várias alterações. É assim um projeto do trabalho, que guia todo o processo de produção a desenvolver, sendo alterável de acordo com o rumo do trabalho em torno da revista.

### **Layout**

O termo *layout* refere-se ao modo de distribuição e arranjo dos elementos gráficos no espaço da publicação: as fotografias; os textos e as ilustrações. Este processo exige a manipulação de todos os elementos editoriais de modo a atingir o resultado pretendido, ou seja o *layout* final. A organização dos elementos gráficos é a maior questão de um designer editorial. A atenção aos detalhes gráficos é muito importante pois o resultado final engloba a soma de todos os pormenores gráficos. A consistência do *layout* revela-se fundamental e apenas é alcançada através da relação correta e apropriada entre os vários elementos visuais.

### **Processo de construção do layout**

No que refere ao processo de construção do *layout*, no seu preâmbulo deve proceder-se à elaboração de esboços gráficos de forma a combinar todos os elementos da melhor forma possível. Estes esboços podem ser efetuados em papel ou diretamente no computador, mas sempre elaborados em escala real, de modo a evitar possíveis erros técnicos e, simultaneamente, verificar eficazmente o impacto gráfico de todo o conjunto de elementos. Normalmente são desenvolvidas várias versões do mesmo documento para que se encontre a melhor solução em termos gráficos.

Em primeiro lugar deve ser distribuído pelas diferentes páginas a mancha textual. Este texto é depois ajustado às normas tipográficas específicas para a revista, quer ao nível da hierarquia visual; como no que refere aos tipos de letra; aos pesos a utilizar; a entrelinha; os espaçamentos; alinhamentos; entre outros aspetos. Apenas posteriormente e depois de concluído este processo de ajustes textuais são introduzidas na página as imagens e gráficos respetivos. Finalizado o processo de produção, é realizada uma análise gráfica de modo a verificar a viabilidade do resultado e a proceder a possíveis ajustes.

### **Hierarquia de informação**

No que refere à hierarquia da informação, esta necessita respeitar as disposições descritas no projeto, seguindo as matrizes da grelha definida para o *layout*. Somente desde modo, seguindo o inicial modelo de planificação, a textualização obedecerá a uma ordem racional que se mantém contínua ao longo de todo o *layout* da revista.

A hierarquia de texto exige um sistema de organização, de modo a enfatizar certa informação e a amenizar outra, auxiliando assim na orientação da leitura. Para uma eficaz hierar-

quia de informação é fundamental a utilização de vários pesos tipográficos (regular, bold, itálico, etc.), ou seja, uma elevação do contraste da mancha tipográfica na página impressa e a diferença entre a escala do texto de títulos até à escala de texto para legendas, fazem a diferença na facilidade de leitura.

### Escolha tipográfica

No que se refere à escolha tipográfica, esta revela-se fundamental, na medida em que poderá ceder ou, pelo contrário, retirar coerência entre o design e os conteúdos de uma dada publicação. A escolha de um eficaz tipo de letra proporciona o impacto visual, funcional e psicológico numa publicação impressa. Os diferentes tipos de letra possuem características diferenciadas do ponto de vista formal e, simultaneamente, estético. Entender os detalhes e as características de cada tipo de letra, facilita o designer no processo da seleção de modo a encontrar o melhor tipo de letra que se adequa a determinado contexto.

### Grelha

A grelha é uma das ferramentas mais importantes e essenciais para estruturar uma página e ordenar os textos e fotografias. O uso da grelha revela-se um eficaz sistema de organização do espaço e da própria distribuição dos elementos na página. As grelhas de coluna única são indicadas para documentos simples; as grelhas de duas ou mais colunas permitem uma maior flexibilidade de composição. Quanto maior o número de colunas conseqüentemente mais flexível se torna a grelha. Após a definição do formato da grelha torna-se necessário efetuar as referências horizontais, ou seja, as diretrizes que assegurem os níveis de continuidade ao longo do *layout*. Deste modo, é necessário estruturar a página, do topo à base, de acordo com a informação presente e a sua hierarquia. Os conteúdos podem ser colocados de infinitas formas e é neste sentido que podem ser realizados vários testes de *layout* ao nível do posicionamento dos elementos até chegar ao resultado mais adequado de acordo com os objetivos do projeto. É importante estabelecer que a finalidade da grelha é dar consistência aos *layouts* e não, necessariamente, proceder à sua configuração. Pretendemos com isto afirmar que a grelha subdivide um determinado espaço em áreas menores. Estes pequenos módulos são separados uns dos outros por espaços em branco, designados por goteiras, de forma que as colunas de texto e imagens não se toquem. Estas goteiras servem para preservar a legibilidade do conteúdo gráfico.

### Margens

As margens de uma publicação são os espaços compreendidos entre a área impressa e os limites do papel, ou seja, o espaço

livre que cria uma moldura e enquadra a mancha gráfica. Segundo Bringham (2001) as margens devem cumprir três funções. Em primeiro lugar, devem prender a mancha gráfica à página e, por conseguinte, devem unir as duas páginas que constituem o *spread*; em segundo, devem emoldurar a mancha gráfica; por fim, devem proteger os conteúdos, ou seja, as margens consistem também numa faixa apropriada para os leitores colocarem os polegares aquando do processo de leitura, não obstruindo assim o texto escrito.

### Formato

Entende-se por formato a relação proporcional entre a largura e a altura da revista. Esta proporção pode ser racional, quando é possível dividir a página em quadrados; irracional quando se divide a página em retângulos ou, por fim, áurea, quando a página segue o modelo de proporção. Os leitores, hoje em dia, exigem produtos com um formato manejável. Ao longo dos anos as revistas têm diminuindo os seus formatos, muitas vezes por questões económicas, mas simultaneamente para acompanhar os desejos dos leitores.

### Corpo de texto

Tendo em conta toda a mancha tipográfica de uma publicação, o texto deve ser composto de forma consistente e coerente ao longo de todas as páginas de uma publicação. Para obter o melhor resultado possível é essencial escolher o tamanho do corpo de texto certo. Para um corpo de texto grande, a largura da coluna deve ser maior, enquanto que um texto com um corpo menor, a largura da coluna deve ser menor, isto para a mancha de texto não se tornar extensa e cansativa ao olhar, dificultando a leitura.

### Legibilidade (legibility) e leiturabilidade (readability)

Em primeiro lugar revela-se importante esclarecer que estes dois conceitos possuem definições bem distintas. Quando falamos de leiturabilidade e legibilidade existe uma confusão constante, que talvez se deva à semelhança na denominação dos termos.

Define-se por legibilidade a fácil leitura de cada letra, e a sua junção na criação de uma palavra. Quanto maior a distinção entre as letras numa mesma fonte, mais fácil será a sua legibilidade.

*«Legibility is based on the ease with which one letter can be told from the other.»* (Lieberman, 1978)

A leiturabilidade relaciona-se com a facilidade de leitura e compreensão de um texto, quando o olhar flui pelo texto, ocorrendo uma leitura de fácil compreensão, estamos perante um texto com boa leiturabilidade. Do ponto de vista da composição tipográfica, a leiturabilidade pode ser afetada quando



há elementos que são capazes de distrair os leitores. Como por exemplo: formas; entrelinhas; espaçamentos irregulares; layouts confusos; etc.

*«Readability is the ease with which the eye can absorb the message and move along the line.»* (Lieberman, 1978)

### **Alinhamento de texto**

O alinhamento refere-se ao ajuste do bloco de texto na sua coluna, ou seja, podemos alinhar o texto à esquerda; à direita; centrado ou justificado.

### **Entrelinha**

Por entrelinha entende-se a distância, em pontos, entre as bases das linhas de texto, as *baselines*. Normalmente, esta distância é realizada automaticamente pelos programas de paginação, em função do tamanho de letra utilizado. Mesmo neste processo, embora realizado de modo automático, deverá proceder-se a uma averiguação, percebendo se estas distâncias se adaptam corretamente a cada situação. Caso não se verifique essa adequação, estas distâncias podem ser manuseadas manualmente até se encontrar o resultado pretendido. Para obter uma aparência de texto funcional, harmoniosa e esteticamente adequada, é essencial encontrar um tamanho de entrelinha correto e equilibrado, em função do tamanho do corpo de texto.

### **Espacejamento**

O termo espaçamento refere-se ao ajustamento de espaço entre os vários caracteres existentes numa linha de texto. O espaçamento deve ser o mais regular possível, ou seja, se for demasiado extenso surgem pequenas aberturas entre as palavras, perdendo-se a continuidade da leitura. Por outro lado, se for demasiado reduzido, as letras podem sobrepor-se, tornando-se difícil a sua leitura, e distinção das palavras.

### **Cor na revista**

A cor é um dos elementos do alfabeto visual. É indissociável da luz, pois para ser reconhecida necessita desta, na medida em que na ausência de luz não existe cor. Dito isto, podemos classificar as cores em duas sínteses. A síntese aditiva e a síntese subtrativa. A primeira consiste na sobreposição das três cores primárias, resultando o branco. Por sua vez, a síntese subtrativa, consiste no processo de mistura de cores, i.e. pigmentos, criando cores menos luminosas, tendencialmente em direção ao preto.

Cada pessoa reage de forma diferente a uma determinada cor, dependendo de sua intensidade, luminosidade e saturação. Psicólogos estão de comum acordo quando atribuem certos significados a determinadas cores. Como por exemplo,

o branco é associado à luz, transmite calma e simplicidade, o preto é uma cor com muitos significados, dependendo da forma como é utilizado. Quando combinado com certas cores é alegre e vivo, mas também pode, simultaneamente, possuir uma conotação triste e melancólica. O vermelho é uma cor muito forte, associado a chamadas, sangue e conquistas. O verde é muito ligado à natureza, à paz e à liberdade. O azul, por sua vez, é normalmente conetado com o mar, o céu e a pureza.

### **Fotografias**

Normalmente as fotografias que compõem um *layout* não têm de obedecer a um formato específico, pois habitualmente as revistas compram as fotografias a profissionais independentes, sendo que estes fotógrafos, quando iniciam o seu trabalho, não têm conhecimento relativo ao contexto a que se destinará a sua fotografia. A principal característica que uma fotografia necessita respeitar para ser incluída numa publicação impressa é a sua qualidade de resolução.

A resolução de uma imagem refere-se à densidade de pixels, pontos impressos, que fazem parte daquela imagem. Quanto maior a resolução, maior será a definição e detalhe da imagem. Uma imagem com resolução baixa, numa impressão ficará pixelizada e sem detalhes. A resolução de uma imagem é calculada em DPI, pontos por polegada ou em inglês «Dots Per Inch». Normalmente numa publicação cada imagem deverá conter 300 DPI.

### **Produção gráfica**

A produção gráfica é um conjunto de etapas que engloba materiais, serviços, custos e prazos de entrega. Estas etapas são essenciais para que o resultado final do trabalho seja o pretendido inicialmente.

Um designer que produz projetos para impressão necessita de saber sobre processos gráficos, que são a pré-impressão, impressão e acabamento.

Por pré-impressão designa-se o processo de preparação de uma publicação para impressão na gráfica. No caso da revista *Casas de Madeira* por pré-impressão entende-se os PDFs criados com os diferentes conteúdos de uma revista, quer o plano de capa, como o miolo. Por sua vez, impressão é a atividade de transferir para um suporte material, como papel; tecido; plástico; acetato; madeira; entre outros, um determinado conteúdo. No caso da revista *Casas de Madeira* este processo é realizado em gráficas. Por fim, por acabamento, entende-se os diversos processos que conferem o formato final do produto, como a dobra, o corte e vinco, a encadernação, a laminação, entre muitos outros. Novamente no que refere ao caso da revista *Casas de Madeira* este processo é efetuado em gráfica e neste caso concreto realizada a dobra e colagem a quente.

## Capítulo 5

### Casos de estudo

---

estágio de  
relatório

Antes de iniciar o processo de redesign, é utilizada uma metodologia de estudos de caso para melhor compreender como operar no redesign da revista *Casas de Madeira*.

Neste capítulo, é realizada uma breve apresentação do panorama da indústria editorial em Portugal, com especial foco em duas revistas. São apresentados dois exemplares, seguindo-se a sua análise gráfica e linha editorial.

### 5.1 Revista Lux Decoração

A primeira revista apresentada é a revista Lux Decoração, trata-se de uma publicação que pertence à editora Masemba. Com duas edições anuais esta revista é maioritariamente dedicada ao mundo do design. É uma edição com centenas de ideias de shopping (materiais de construção, tecidos, mobiliário, etc.), de informação, com diversas entrevistas aos melhores designers e arquitetos do mundo e também de inspiração, com a publicação detalhada de casas de sonho.

Para dar início à análise gráfica desta publicação podemos começar pela capa, um dos pontos cruciais de uma revista. Uma capa tem como principal função identificar, de uma forma rápida a revista e simultaneamente atrair o olhar do consumidor no meio comercial.

#### a) Capa

A capa desta publicação começa por nos apresentar no canto superior esquerdo em grande destaque o nome da revista, «Lux» é um lettering pesado e com grande visibilidade. Segundo a hierarquia visual, o olhar do consumidor é direcionado para o título deste número da revista, neste caso «Casas a Sul», composto no tipo de letra *Helvetica Medium*.

Em cada número é destacado uma imagem pela utilização de uma fotografia em grande plano, ocupando toda a superfície da capa.

#### b) Tipografia

O tipo de letra *Helvetica* é utilizado na maioria de toda a publicação. A *Helvetica* foi criada em 1957 pelos designers Max Miedinger e Eduard Hoffmann. É um tipo de letra sem serifa, considerado um dos mais populares em todo o mundo.

O outro tipo de letra utilizado nos conteúdos é a *Avenir*. O tipo de letra *Avenir* foi criado em 1988, pelo designer Adrian Frutiger, é um tipo de letra geométrico sem serifa.

No que refere à escala, em pontos, dos corpos e das entrelinhas, os títulos têm 70pt/67pt, as entradas iniciais têm 17pt/19pt, o texto 10pt/12pt e as legendas 10pt/12pt.

Nesta publicação são utilizados dois tipos de letra sem serifa, sem grande contraste formal entre eles. Deste modo, não se entende a sua utilização, uma vez que não existe uma diferenciação visual - e por conseguinte funcional - evidente entre ambos.



Fig. 30 - Capa da revista Lux Decoração, do mês de junho de 2015 onde o principal tema são as casas a sul do país.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 abcdefghijklmnopqrstuv  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 123456789  
 123456789  
 123456789

Fig. 31 - Tipo de letra *Helvetica*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 123456789  
 123456789  
 123456789  
 123456789

Fig. 32 - Tipo de letra *Avenir LT Std*



Fig. 33 - Páginas da revista

#### c) Grelha

A publicação possui uma grelha dinâmica composta por seis colunas. Nas páginas, com maior quantidade de texto (Fig. 35) a divisão em duas colunas contribui para a leitura linear dos conteúdos. Nas páginas denominadas de *shopping* as imagens são distribuídas aleatoriamente, respeitando seis colunas; nestas páginas são apresentados diversos produtos com uma pequena descrição, informação sobre preços e locais onde se pode adquirir esse produto.

#### d) Layout

Nesta publicação podemos verificar a existência, em todas as páginas, de um título, seguindo-se de um subtítulo e de uma entrada. No título normalmente são demonstradas frases simples, onde de forma rápida nos é apresentado o tema geral das páginas em questão. No exemplo da fig. 34, o tema da página é «Azul-claro», ao visualizar a página de *shopping* conseguimos perceber que todos os produtos apresentados têm a cor azul-claro. Nesta publicação, as funções do título e do subtítulo invertem-se. O subtítulo é a frase com maior destaque, «A céu aberto», que serve de metáfora à cor presente em todos os produtos evidenciados. Por fim, a entrada que serve para elucidar o leitor dos conteúdos expostos, faz a ligação entre o título e o subtítulo.

Por último, na base da hierarquia visual, observamos as várias legendas, dispostas aleatoriamente, onde são divulgadas informações sobre cada produto como nome, coleção, onde se insere, e preço.

#### e) Paleta cromática

A cor ao ser utilizada de forma criativa, contribui para o aumento do interesse visual na composição gráfica, reforçando a identidade da publicação. Nesta revista a paleta cromática é bastante extensa, com o particular uso de uma cor em cada plano, utilizada com diferentes gradações. A existência de uma cor forte em cada plano funciona para criar impacto, reforçar a identidade da revista e codificar a página. Por exemplo, na página do título «A céu aberto», (Fig. 34) o impacto da cor azul é enorme, pois é visualizada uma mancha monocromática, direcionada para o título, identificando a cor ao tema da página.

#### f) Fotografia

Uma boa fotografia surpreende, informa e comunica com o leitor. No caso desta publicação o uso da fotografia é um dos pontos mais visíveis. São utilizados dois estilos de fotografia, a arquitectónica, em que regista obras arquitectónicas e projetos de design de interiores, e a fotografia publicitária, que tem o intuito de vender uma ideia ou um produto.

Por fim, numa opinião pessoal relativa a toda a publicação, considero que possui um *layout* forte e organizado, conteúdos informativos de grande qualidade e bastante valorizados pelo *layout* utilizado.





Fig. 34 - Páginas da revista



Fig. 35 - Uma página da revista com as marcas da grelha

### 5.2 Revista Casadez



Fig. 36 - Capa da revista Casadez.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU-  
 VYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 abcdefghijklmnopqrstu-  
 vyz  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 123456789  
 123456789

Fig. 37 - Tipo de letra Rotis Sans

A segunda revista apresentada é a revista Casadez. Com uma periodicidade mensal, a Casadez pertence a HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL e, em Portugal, é editada e publicada há 14 anos, pelo grupo Continente. A publicação tem como objetivo a divulgação de informação sobre decoração. Abordando todo o tipo de decoração de interiores, cada número é dedicado a um tema. Para estudo, apresentamos o nº 173, do mês de setembro de 2015, relacionado com o tema das casas e mobiliário de pequenas dimensões.

a) Capa  
 A capa é a embalagem de uma revista. Esta tem como principal função, identificar e atrair no meio comercial, o olhar do público. A capa desta publicação começa por nos apresentar em grande destaque o nome da revista, «casadez», que foi desenhada tendo por base o tipo de letra *Rotis Sans*. Segundo a hierarquia visual, o olhar do consumidor é, em seguida, direcionado para os destaques que se encontram no canto superior esquerdo. Aqui podemos visualizar vários textos que nos informam o que podemos encontrar na revista, tudo direcionado para o tema principal da mesma, que são as divisões e mobiliários adequados para casas de pequenas dimensões. De seguida, o olhar do consumidor é direcionado para o título deste número, neste caso «CASAS MINI» e, mais uma vez, um destaque ao conteúdo de toda a revista. No que diz respeito ao tipo de letra utilizado é o *Adobe Myriad*, tanto nos destaques como no título principal. Relativamente à fotografia utilizada, podemos visualizar um plano de uma sala que mais uma vez nos mostra mobiliário e uma divisão de pequenas dimensões. Deste modo é perceptível que tudo na capa é direcionado para o tema específico, o que, do nosso ponto de vista, se revela uma mais-valia, porque informa, desde logo, o consumidor para o que pode encontrar nesta publicação.

b) Tipografia  
 O tipo de letra *Rotis Sans* foi desenhado em 1988 pelo designer Otl Aicher, designer gráfico Alemão do século xx. Mesmo sendo um tipo de letra controverso e pouco concensual entre designers e tipógrafos, é um tipo de letra sem serifa, adequado para textos, documentos, relatórios, revistas, jornais, etc. Relativamente ao segundo tipo de letra utilizado nesta publicação, o *Adobe Myriad*, foi criado em 1992 pelos designers Robert Slimbach e Carol Twombly, é um tipo de letra humanista sem serifa. No que refere à escala em pontos dos corpos e das entrelinhas, os títulos têm 73pt/60pt, as entradas iniciais 15pt/18pt, o texto 12pt/13pt e as legendas 10pt/11pt.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstu  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 123456789  
 123456789  
 123456789  
 123456789

Fig. 38 - Tipo de letra Adobe Myriad

c) Grelha

Relativamente à grelha utilizada na revista, apresentamos em seguida, duas páginas tipo, de forma a visualizar o sistema de grelhas existente na publicação.

A revista possui uma grelha dinâmica, composta por quatro colunas. Como podemos observar na fig. 40 quando existe muito texto, este é dividido pelas quatro colunas, ou em alguns casos pela junção de duas dessas colunas. Na sua maioria esta publicação não possui um grande número de páginas com muito texto, recorrendo antes a um grande número de imagens.

d) Layout

Após a definição do formato da grelha também é necessário estruturar a página, do topo à base, de acordo com a informação presente, a hierarquia da informação.

Nesta publicação podemos verificar a existência em todas as páginas de um título, seguindo-se de uma entrada. No título é apresentada uma frase, que de forma rápida ajuda o leitor a inteirar-se do que se trata nas páginas seguintes.

De seguida, é apresentada uma entrada. Uma entrada serve para informar o leitor dos conteúdos apresentados, ou seja, enuncia de forma mais clara o que podemos visualizar nestas páginas. Em termos de hierarquia de informação, por fim, podemos observar o texto que, neste caso, consiste no próprio conteúdo da revista.

e) Paleta cromática

Relativamente à paleta cromática existente nesta revista podemos referir que é um dos elementos gráficos mais intensos ao longo de toda a publicação. As páginas conferem uma identidade forte à revista, pois a cor é utilizada de forma bastante intensa e criativa, ajudando na composição visual e gráfica da página.

f) Fotografias

Nesta publicação as fotografias são um dos pontos mais importantes ao longo de toda a revista, são utilizadas inúmeras fotografias, no mínimo duas em cada página. São fotografias muito limpas mas com apontamentos de cores muito fortes, dando um espírito jovem a atual a toda a publicação. O estilo fotográfico utilizado é principalmente o arquitetónico, onde apresenta fotos de design de interiores, embora surjam, por vezes, algumas fotos num estilo mais publicitário.

Por fim, numa opinião pessoal, consideramos que esta publicação tem um layout bastante forte, com boas fotografias, muito bem organizado, com destaque para a qualidade do conteúdo informativo.



Fig. 39 - Primeiras páginas da revista Casadez.



Fig. 40 - Uma página da revista com as marcas da grelha

## Capítulo 6 Projetos

estágio de  
relatório





O próximo capítulo tem como objetivo a apresentação dos projetos práticos que foram efetuados durante o período de estágio.

Fig. 41 - Capa da revista *Scrapbooking* nº 5, impressa e distribuída em Portugal no mês de dezembro de 2014.



Fig. 42 - Capa da revista *Mais e Mais Crochet* nº13, impressa e distribuída em Portugal no mês de janeiro de 2015.



Fig. 43 - Capa da revista *Faça Fácil Tricot* nº 2, impressa e distribuída em Portugal no mês de janeiro de 2015.



Fig. 44 - Capa da revista *Faça Fácil Técnica Especial* nº 12, impressa e distribuída em Portugal no mês de fevereiro de 2015.



Fig. 45 - Capa da revista *Mais e Mais Crochet* nº13, impressa e distribuída em Portugal no mês de março de 2015.

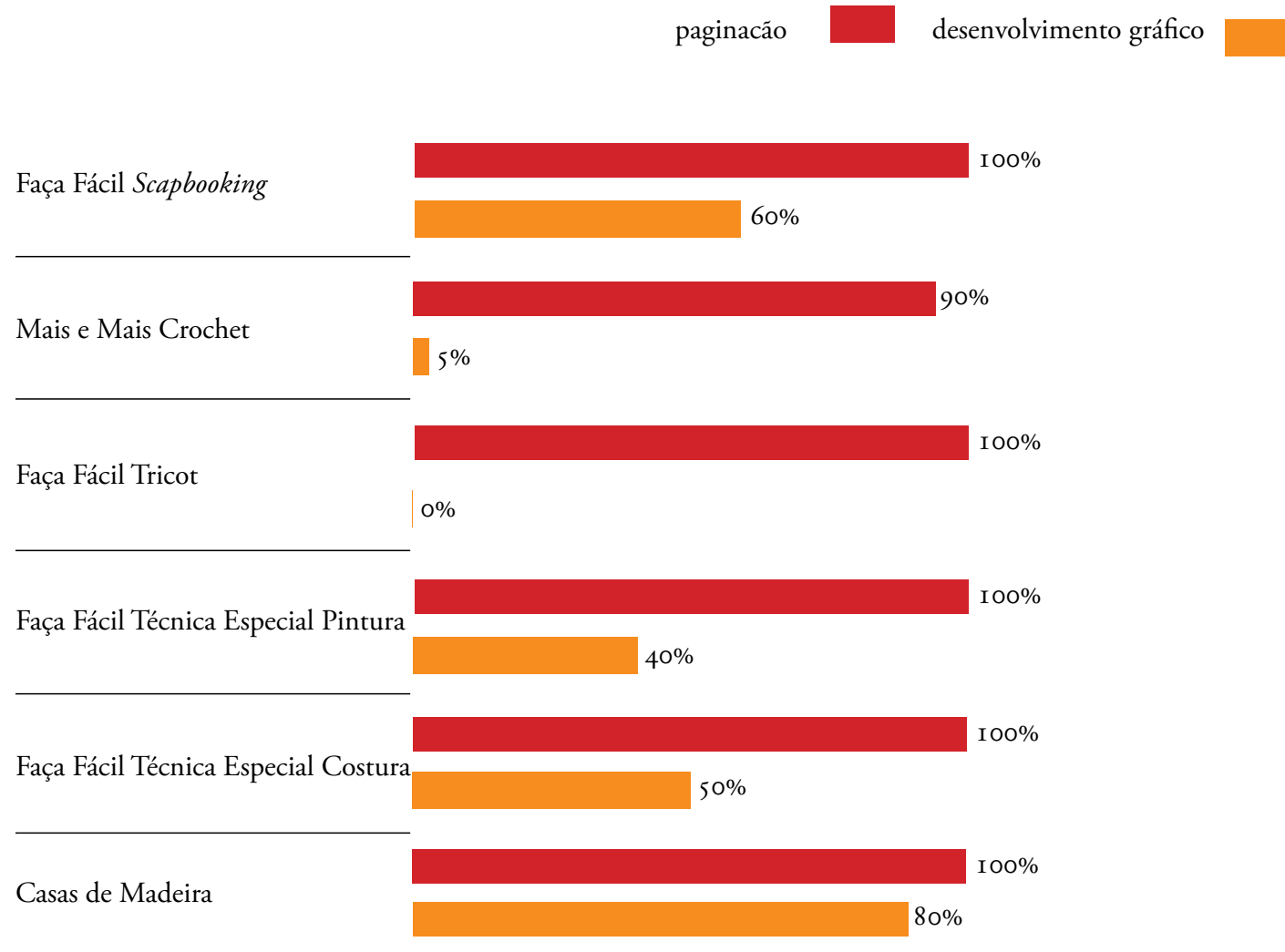
Novembro

Dezembro

Janeiro



### Grau de participação envolvida durante o estágio



### 6.1. Revista Scrapbooking



Fig. 46 - Capa da revista Faça Fácil Scrapbooking nº5

A revista que seguidamente é apresentada foi a primeira publicação realizada durante o decorrer do período de estágio. Para preambular o projeto foi entregue ao estagiário o plano de trabalho. Neste está descrito pormenorizadamente cada página da revista com os conteúdos que nela necessitariam de ser inseridos. Por conseguinte, foi concedido acesso à rede de trabalho onde estariam inseridos todos os conteúdos divididos em duas pastas, nomeadamente os textos e as imagens.

Ao longo de todo o trabalho, o estagiário foi sempre acompanhado de perto pelo jornalista responsável, ajudando-o e encaminhando-o na realização de um bom trabalho.

Depois de todos os conteúdos paginados foi realizada uma primeira revisão e efetuadas as devidas emendas. De seguida, foi efetivada uma impressão total da revista para que se procedesse à revisão final da mesma.

Para a finalização da capa foram impressos todos os estudos realizados, nomeadamente as possíveis capas e seguidamente expostas no quadro geral da empresa. Deste modo, seria possível selecionar a melhor opção através da realização de uma reunião geral onde alguns funcionários do departamento de produção apresentaram a sua opinião pessoal chegando, assim, ao resultado final.

Finalmente, foram executadas todas as emendas necessárias à finalização do projeto e efetivado todo o tratamento de imagem. A revista foi impressa e distribuída em Portugal no mês de dezembro de 2014.

### 6.2. Mais e Mais Crochet 13



Fig. 47 - Capa da revista Mais e Mais Crochet 13

O nº 13 da Mais e Mais Crochet foi a segunda revista que o estagiário realizou no período de estágio. Para iniciar o projeto foi novamente facultado acesso ao plano de trabalho.

Depois de todos os conteúdos inseridos no seu devido espaço, de acordo com o planeamento inicial, foi realizada uma primeira revisão e executadas diferentes emendas. De seguida, foi realizada uma impressão total da revista procedendo-se à sua revisão final.

Novamente a capa foi alvo de debate pelos vários membros integrantes da equipa de trabalho, que auxiliaram na deteção de algumas falhas e cederam algumas opiniões de modo a melhorar o trabalho desenvolvido. A revista foi impressa e distribuída em Portugal no mês de janeiro de 2015.





Fig. 48 - Capa da revista Portuguesa Tricot nº 2

### 6.3. Revista Tricot 2

A revista a seguir apresentada foi o terceiro projeto realizado durante o decorrer do período de estágio. O processo de trabalho decorreu conforme os anteriores, sendo inicialmente entregue o plano editorial, determinando o início do processo de criação da revista. Esta publicação foi divulgada em duas línguas, português e espanhol. As revistas foram impressas e distribuídas em Portugal e Espanha, no mês de janeiro de 2015.



Fig. 49 - Capa da revista Faça Fácil Técnica Especial 12

### 6.4. Revista F.F.T Especial 12

A revista a seguir apresentada foi a quarta realizada durante o período de estágio. O projeto decorreu como os anteriores, sendo iniciado pelo plano de trabalho, seguindo-se as fases de edição e revisão. Esta revista, denominada de Faça Fácil Técnica Especial, contém totalmente projetos de uma só pessoa, uma só artista, ou artesã. Nestas revistas é enviado digitalmente um PDF para a última aprovação pela autora dos trabalhos. A revista foi impressa e distribuída em Portugal no mês de fevereiro de 2015.



Fig. 50 - Capa da revista Faça Fácil Técnica Especial 13

### 6.5. Revista F.F.T Especial 13

Relativamente à quinta revista realizada pelo mestrando, foi igualmente iniciada com o plano de trabalho, seguindo-se da sua edição e revisão. É importante salientar, mais uma vez, o apoio dos vários membros integrantes da equipa durante as várias fases do projeto. Tal como a revista anterior, esta trata-se de uma revista de técnica única, sendo a última versão aprovada pela autora das peças apresentadas. A revista foi impressa e distribuída em Portugal no mês de março de 2015.







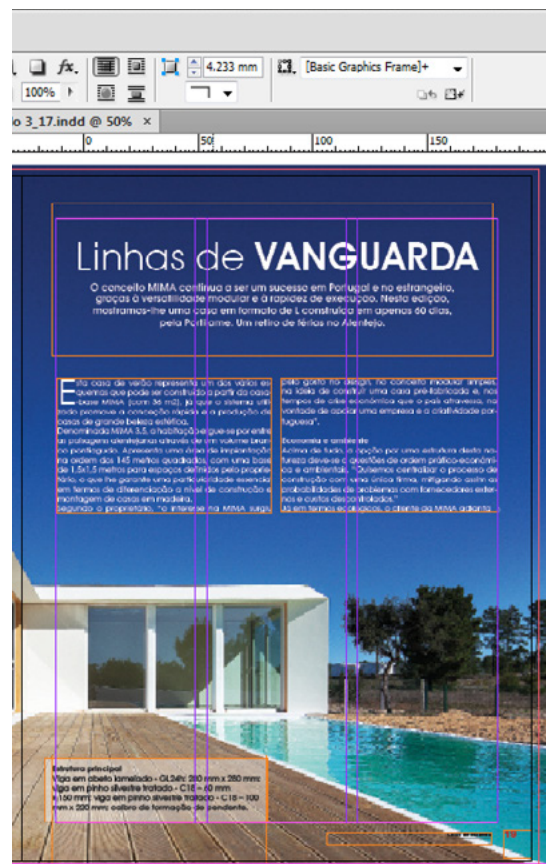


Fig. 55 - Layout de páginas do redesign da publicação

o seu redesign foi a criação de uma grelha. A revista publicada em Portugal já é considerada, pelo mestrand, uma tentativa de *layout* mas, como muitas questões técnicas foram adulteradas pelo editor, o estagiário só considera um *layout* bem estruturado e organizado aquele que se refere à revisão do redesign realizado.

### Formato

A revista *Casas de Madeira* tem as dimensões de 223x300 mm, enquadra-se no formato racional, com uma relação proporcional de 3:4. Devido a fatores externos, tal como contratos com gráficas, a revista manteve o mesmo formato. Embora este pudesse ser alterado, esta mudança não seria plausível face às actuais exigências do mercado.

### Público-Alvo

Segundo as bases de dados da Tutturev Editorial, a revista *Casas de Madeira* conta com um conjunto de leitores com idades entre os 30 e os 55 anos de idade, pertencentes a uma classe média/alta. Com esta informação podemos verificar se existe uma grande discrepância ao nível das idades dos leitores, pois são constituídos por uma geração mais jovem mas, simultaneamente, por um público mais velho. Deste modo, revela-se fundamental que a equipa de trabalho consiga adequar a revista a estas duas dinâmicas. Assim, por um lado as cores alegres e vibrantes são mais direcionadas para o público mais jovem, e por outro lado, a seriedade jornalística e o estilo visual empregues dirigidas aos leitores mais velhos.

### Hierarquia de informação

Toda a informação a ser inserida num projeto deve seguir a hierarquia de informação definida para o *layout*, no sentido de planificar com clareza, gerando a ideia de ordem racional ao longo de toda a revista.

Desta forma foi definido que todos os projetos da revista iriam ter um título; um texto de entrada e, de seguida, o texto corrido. Este método foi utilizado no redesign publicado em português, e na revisão do redesign sem alterações de ordem.

### Escolha tipográfica

O redesign da revista *Casas de Madeira* foi publicada com alguns tipos de letra como: *Avant Garde*, *Helvetica*, *Century* e *Futura*, isto porque era pedido ao estagiário para diversificar nos tipos de letra. Esta ideia de modalizar nos tipos de letra não é aconselhável por várias razões, numa questão de coerência; de organização; do tipo de revista que pretendemos transmitir ao leitor e também devido à economia de recursos. Devido a todos estes fatores a revisão do redesign da revista contém somente dois tipos de letra em toda a publicação, a *Gotham* para tipos de letra *display* e legendas e a *Minion*, para texto corrido.



Fig. 56 - Layout da revisão do redesign da revista

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvyz  
 abcdefghijklmnopqrstuvyz  
 abcdefghijklmnopqrstuvyz  
 abcdefghijklmnopqrstuvyz  
 123456789  
 123456789  
 123456789  
 123456789

Fig. 57 - Tipo de letra *Minion Pro*

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTU-  
 VYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvyz  
 123456789

Fig. 58 - Tipo de letra *Gotham*

### Grelha

A revista *Casas de Madeira* não tinha uma grelha extruturada, assim, em cada página eram colocados os conteúdos de forma aleatória sem linhas orientadoras. Pelo que esta foi uma das alterações mais importante a realizar.

Na revista publicada o mestrand teve o objetivo de criar uma grelha com três colunas, porém, não foi possível seguir esta grelha em todas as páginas, na medida em que muitas vezes eram solicitadas alterações pelo editor, tal como alterações no que refere ao tamanho de fotografias e/ou caixas de texto. Deste modo, consideramos que o redesign da revista foi publicado com uma grelha desfuncional e desproporcional.

De acordo com a opinião pessoal do estagiário, este seria um dos itens essenciais a ser modificado, pelo que aquando da revisão do redesign da revistas a sua execução teve especial atenção neste aspeto.

Assim sendo, a revisão do redesign da publicação contém uma grelha de seis colunas, onde todos os conteúdos estão distribuídos pelas páginas de forma organizada e com linhas condutoras, de forma a tornar o produto coerente e com maior legibilidade e leiturabilidade.

### Margens

No redesign da revista publicada, as margens nem sempre eram corretas e similares, pelo que numa página as margens tinham 1,5 cm e noutras 1,7 cm. Os valores das margens corretos são cruciais para um bom *layout*, assim sendo, na revisão do redesign da revista as margens são iguais em todas as páginas, com 2 cm nas duas margens laterais, superiores e inferiores e 2 cm nas margens interiores que ligam duas páginas, formando o *spread*.

### Corpo de texto

O redesign da revista *Casas de Madeira* contém diversos tipos de letra e as suas escalas variam bastante, com corpos compreendidos entre os 10, 11, 12 e até 13 pontos. Na revisão do redesign existe uma tabela de escalas tipográficas que é respeitada. Os títulos têm 50 pt; os subtítulos e destaques 14 pt; o texto corrido 10 pt e, por fim, as legendas 8 pt. Esta tabela ao ser respeitada, torna a revista muito mais coerente e consistente.

### Alinhamento de texto

Na revista *Casas de Madeira* publicada não encontramos um alinhamento definido. Vejamos, numa página o alinhamento é realizado à direita; noutras à esquerda; podem ainda encontrar-se alinhamentos centrais e ainda o alinhamento justificado. Esta discrepância deve-se ao facto de o editor conter uma ideia pré-definida de que os alinhamentos seguem o ritmo de cada página, de acordo com a restante mancha gráfica. No entanto, é sabido que o

alinhamento textual necessita seguir uma norma específica e definida previamente para cada publicação.

De forma a criar um ritmo coerente e consistente a revisão do redesign da revista contem somente dois alinhamentos bem definidos. O alinhamento justificado para o texto e o alinhamento central para títulos, entradas e legendas.

Cor na revista

O uso de cor não é uma constante, sendo até, pouco utilizada nesta publicação. Esta especificidade relaciona-se com duas razões, em primeiro lugar pela tentativa de transmitir sobriedade, sofisticação e clareza ao público-alvo. Em segundo lugar, porque na revista em questão as imagens surgem maioritariamente em grande plano e com diversas tonalidades, assim, a existência de mais cores poderia perturbar o leitor e tornar a revista mais impactante e agressiva.

Fotografias

No caso da revista *Casas de Madeira* o uso da fotografia é fulcral, sendo um dos pontos mais importantes da revista. Normalmente as fotografias possuem muita cor e são colocadas em grandes planos, como uma fotografia no *spread*. Como a revista *Casas de Madeira* apresenta fotografias de casas construídas em madeira tanto em Portugal como no estrangeiro, as fotografias em Portugal são captadas pelo fotógrafo da empresa, que se desloca pelo país para captar o melhor plano de algumas residências. Relativamente às casas internacionais, as fotografias são disponibilizadas por uma empresa exterior.

## 6.7. Análise de resultados

Relativamente à análise dos resultados há aspetos a clarificar e a fundamentar. No decorrer da planificação da revista *Casas de Madeira* foi definido um único *layout*, apresentado ao longo de toda a publicação. Este novo *layout* foi realizado devido ao facto da revista conter o mesmo *layout* há vários anos, algo obsoleto, bastante desatualizado e, por isso, com necessidade de modernização. Este novo *layout* torna-se claramente distinto do realizado na revista anterior, com características estilísticas que o diferenciam. Para estruturar os elementos dentro da página foi aplicada uma grelha de três colunas, que auxilia a estruturar as imagens e o texto de forma racional. A revista apresenta um visual policromático e a adequação dos elementos tipográficos apresentados ajudam a criar um *design* moderno, com alguma cor, transmitindo sobriedade e austeridade.

Nesta revista foram adaptados vários tipos de letra, como a *Avant Garde*, a *Helvetica*, a *Century* e a *Futura* e foram utilizados vários tamanhos em diversas páginas da revista. Para conseguir obter resultados dinâmicos, este *layout* caracteriza-se pelo grande contraste do tamanho das imagens e dos tamanhos do tipo de letra. As imagens de grande formato têm uma grande importância neste *layout* pois conferem um colossal impacto visual aos olhares do leitor. Todo o grafismo desta revista foi pensado, planificado e elaborado pelo estagiário, com particular ajuda da jornalista Carla S. Rodrigues que produziu todos os conteúdos apresentados no decorrer desta publicação.

Como já foi referido anteriormente, a revista *Casas de Madeira*, a que foi realizado o redesign foi publicada e, posteriormente, alterada. Ou seja, procedeu-se a uma revisão da sua edição, isto porque foram detetadas algumas incoerências que justificaram, para o estagiário, esta revisão no redesign.

Nesta revisão do redesign o mestrando espera ter criado um produto de maior qualidade, principalmente mais coerente e consistente. Alguns dos aspetos alvo de modificações relacionam-se com o enfoque gráfico, nomeadamente ao nível do tipo de letra, que passou a recorrer a exclusivamente duas tipologias distintas e a utilização rigorosa de uma única grelha. Do mesmo modo, foi objetivo do estagiário conceder maior coerência a todas as páginas, pois, uma das características das revistas anteriores relaciona-se com a desorganização e a falta de coerência da mesma, na medida em que cada folha se apresentava de uma forma diferente, quer no que respeita aos moldes de texto, como no tamanho das imagens parecendo ao leitor que, a cada página, se deparava com uma revista diferente.

## Conclusão

Findo o estágio curricular há alguns aspetos que merecem ser ressaltados e refletidos. A realização desta experiência traduz-se, essencialmente, em dois aspetos fundamentais e com um enorme impacto no decorrer da formação e profissionalização do mestrando. Em primeiro lugar, resalto o contacto com todos os trabalhadores da empresa, quer profissionais como colaboradores que, para além de auxiliarem em todos os momentos, prontificaram-se a transmitir os seus conhecimentos e as suas competências, fazendo com que melhorasse substancialmente a qualidade do meu trabalho. Em segundo lugar, mas não menos importante, saliento que este estágio me possibilitou colocar em prática muitos dos conhecimentos, advindos da formação em contexto académico. Ainda assim, a par da aplicação destes conhecimentos revelou-se muito importante o trabalho autónomo, de pesquisa e reflexão para que fosse alcançado um maior número de conhecimentos e aptidões para a realização deste estágio curricular.

No preâmbulo do processo houve uma ótima integração na equipa, sendo concedida a oportunidade para intervir e participar em todos os projetos desenvolvidos pela editora. A relação com todos os membros da equipa de trabalho facilitou muito o desenvolvimento de um trabalho de qualidade.

Relativamente ao projeto pessoal desenvolvido no decorrer do estágio, o redesign da Revista *Casas de Madeira*, bem como a sua posterior revisão, revela-se importante ressaltar o apoio concedido pelo editor e pela restante equipa. Todos eles demonstraram um especial interesse por este projeto, na medida em que se anunciou como uma oportunidade para a modernização e adaptação da revista às necessidades atuais do mercado em questão. O facto de o redesign da revista ter sido comercializado, sendo distribuída em Portugal no mês de junho de 2015 foi um motivo de orgulho e que evidenciou a qualidade do projeto.

É também de mencionar que o confronto existente entre culturas e diferentes visões impediu em algumas aspetos a melhoria do projeto final. A visão académica vs a visão cultural da empresa dificultou um pouco a realização do projeto, pois a tentativa de melhorar o produto seguindo a visão académica era muitas vezes deitada por terra pela visão cultural da empresa. Devido a este factor, posteriormente, com a ajuda dos professores coordenadores de estágio esta mesma revista foi alvo de algumas alterações tornando-se um produto com maior qualidade. Considero que essas alterações foram bastante importantes para a melhoria da revista em questão e o facto de a equipa de trabalho as aceitar evidencia a sua capacidade de observar algumas falhas no próprio trabalho.

Em anexo encontra-se disponível o PDF do redesign revista comercializada e o PDF da revisão do redesign onde já são apresentadas as

alterações realizadas pelo mestrando e pelos professores orientadores de estágio.

Como apreciação final pode afirmar-se que o estágio foi uma experiência totalmente benéfica para o seguimento do meu percurso profissional, prova disso foi o convite para integrar a equipa da empresa Tuttirev Editorial, onde atualmente o antigo estagiário permanece com o cargo de paginador, desenvolvendo o design editorial de revistas que são comercializadas todos os meses em Portugal, tal como a Faça Fácil Costura Profissional e a Belas Ideias Sabão.

## Referências bibliográficas

- Carter, Rob. Tipografia Experimental. Lisboa, Destarte, 1999
- Dabner, David. Guia das Artes Gráficas. Barcelona, Editorial Gustavo Gili. 2003
- Durão, Susana. Oficinas e Tipógrafos. Lisboa, Dom Quixote 2003
- Heitlinger, Paulo, Tipografia. Lisboa, Dinalivro, 2006
- Hollis, Richard. Design Gráfico. Lisboa, Presença, 2001
- MEGGS, Philip e Purvis, Alson, Meggs History of Graphic Design (Fifth Edition), John Wiley & Sons Inc., 2012
- Zapaterra, Yolanda, Art Direction + Editorial Design, Abrams, New York, 2007
- Zapaterra, Yolanda, Diseño Editorial, periódicos y revistas, Editora Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2008
- Scalzo, Marília, Jornalismo de revista (3º edição), São Paulo: contexto, 2006
- Haslam, Andrew, Book design, Laurence King Publishing, 2006
- hochuli, Jost, Detail in typography, Hyphen Press, 2008
- Pessoa, Thais, Jornal com cara de revista. In Professional Publish. p.34, Nº 75 Nov/Dez, São Paulo, Dabra Editor, 2004
- Silva, Vitor da. 20 Alfabetos tipográficos de vinte designers do século xx. Lisboa, SerisExpresso, 2002
- Twemlow, Alice. Para que serve o Design Gráfico. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2007
- Lieberman, J. Ben, Types of Typefaces, Myriade, 1978

## Teses Artigos e dissertações:

- Aires, Eduardo, Contributos para uma ferramenta operacional e analítica para a prática do design editorial, Julho de 2006
- Armentia, José Ignacio. Factores que determinan el diseño de la prensa diaria. Espanha, Portal de la Comunicación, 2000
- Brajaj, Sofia, Design Editorial de revistas culturais e desenvolvimento prático de projetos editoriais, novembro 2013
- Carmo, Ana, Elvino Pereira e Maria Ramos, Tecnologias Gráficas Gerais e Pré-Impressão. Portugal, Textos de apoio (IEFP), 2001
- Hernández, Onésimo, Las revistas culturales en la España de la posguerra (1939-1951): Una aproximación, Cuadernos del Instituto António de Nebrija, 2007
- Paramio, Ludolfo, Para qué sirve una revista cultural?, Revista texturas # 17, Maio 2012., p.139.

Pereira, Elvino, Impressão e Acabamentos. Portugal, Textos de apoio (IEFP), 1995

Ramos, Maria. Evolução do cartaz e da publicidade em Portugal no século XX. Portugal, Textos de apoio (IEFP), 2000

Ramos, Maria. Linhas gráficas de publicações diárias em Portugal, Estudo comparativo de publicações diárias nos anos 1985, 1995 e 2000, Novembro de 2010

Ribeirinho, José Maria e António Gomes. Remodelação gráfica. Revista PAGE, 2001

Rey, Gernán, Las Revistas culturales: Encuentro Modernidade E Intercambio, Revistas Texturas # 17, maio 2012., p.138

Rodrigues, Elsa, Design Editorial de revistas culturais, novembro 2013

Sebrosa, Rui. Processos de Impressão, 2009

## Referências da internet

Bruinsma, Max (2005), Masters of Editorialism, IcoGrada, retirado de: [www.ico-d.org/connect/lectures/post/201.php](http://www.ico-d.org/connect/lectures/post/201.php)

Osborn, Stephen, Notes on Cultural magazines prepared by Stephen Osborne, retirado de: [www.culturalmagazines.blogspot.pt](http://www.culturalmagazines.blogspot.pt)

Barbosa, Maria Cristina, O projeto gráfico de revistas, retirado de: [www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/215/206](http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/215/206)

## Bibliografia

---

Kandinsky, Wassily, Ponto e linha sobre plano, Lisboa, 1992

Gombrich, Ernst Hans, A história da Arte, 1950

Lupton, Ellen, Pensar com Tipos, 2006

Meggs, Philip B, História do Design Gráfico, 2009

Hollis, Richard, Design gráfico: uma história concisa, 1994

Heller, Steven, Linguagens do design: compreendendo o design gráfico, Rosari, 2010

Hollis, Richard, Graphicdesign: TheThamesandHudson, Londres, 1994

Haslam, Andrew O livro e o designer, EditoraRosari, SãoPaulo, 2007

Alves, Maria da Piedade, Metodologia Científica, Escolar Editora, 2012

Silva, Alberto e Videira, Carlos, UML, Metodologias e Ferramentas CASE, Edições Centro Atlântico, 2008

Leite, Francisco Tarciso, Metodologia Científica - Métodos e Técnicas de Pesquisa (monografia, Dissertações, Teses e Livros), 2008

Heitlinger, Paulo, Origens, Tipografia Formas e Uso das Letras, Dinalivro, 2006

Ambrose, Gavin, Tipografia, Bookman, 2011

Kane, John, Manual de Tipografia, Editorial Gustavo Gili, 2006

Da Fonseca, Joaquim, Tipografia e Design Gráfico, Design e produção gráfica de impressos e livros, Bookman, 2008

Bringhurst, Robert, Elementos do Estilo Tipográfico, Cosac Naify, 2005

Zappaterra, Yolanda e Caldwell, Cath, Design Editorial Jornais e revistas, Editorial Gustavo Gili, 2014

Samara, Timothy, Guia de Design Editorial, Bookman, 2011

Best, Kathryn, Gestão de Design, Gerir a estratégia, os processos e a implementação do design, Dom Quixote, 2010

Ambrose, Gavin e Harris, Paul, Design Thinking, Bookman, 2011

## Anexos

---

## Índice de anexos

- 71 I anexo: Autorização de apresentação de fotos e conteúdos da empresa Tuttirév Editorial  
II anexo: Redesign da revista Casas de Madeira, publicada em Portugal no ano de 2015  
III anexo: Revisão do redesign da revista Casas de Madeira

## Anexo I

### Carta de Autorização

Eu António do Nascimento Fonseca, editor da Tuttirév Editorial, autorizo a aluna Mariana Figueira Pereira do curso de Mestrado em Design Gráfico a publicar no seu relatório de estágio fotos e documentos pertencentes á empresa Tuttirév Editorial, a fim de divulgar o seu percurso de estágio curricular realizado na nossa empresa.

Os melhores cumprimentos

