



Instituto Politécnico  
de Castelo Branco  
Escola Superior  
de Artes Aplicadas



FACULDADE DE ARQUITETURA  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

# O papel do Design de comunicação na coerência e qualidade gráfica nas publicações editoriais

## Projeto de Estágio

Gabriela Aguiar Silva

20181379

### **Orientador**

Professor Doutor José Miguel Gago da Silva

Trabalho de projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco e Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design Gráfico, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor José Miguel Gago da Silva, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

**Maior de 2021**



## **Composição do júri**

### **Presidente do júri**

**Professor Doutor João Aranda Brandão**

Professor Auxiliar na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa

### **Vogais**

**Professor Doutor José Miguel Gago da Silva**

Professor Adjunto na Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco

**Professora Doutora Vera Lúcia Vintém Barradas Martins**

Professora Adjunta na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Portalegre



Aos que sempre acreditaram e me motivaram a nunca desistir.



## Agradecimentos

À minha família, pelo apoio e carinho, particularmente aos meus pais pelo incentivo, disponibilidade e pela paciência incondicional.

Aos meus amigos, por me alegrarem e pelo apoio que sempre demonstraram, principalmente quando mais precisei.

Aos meus colegas de curso pelos momentos, desafogos e por estarem sempre presentes mesmo à distância.

Ao meu orientador professor José Silva, pela compreensão, orientação e pela boa disposição.

Aos meus professores por todo conhecimento e valores transmitidos.

À entidade acolhedora, Conservatório Escola Profissional das Artes da Madeira, ao diretor, aos coordenadores e aos demais trabalhadores, muito obrigada por me terem feito sentir em casa. Um especial agradecimento ao meu tutor Tiago Machado, por me transmitir conhecimentos que levarei para a vida. À Lara Jumá e ao Rúben Fernandes pelos bons momentos.

Obrigada a todos os que sempre demonstraram apoio no decorrer do meu percurso.



*“Every visual creative work is a manifestation of the character of the Designer. It is a reflection of his knowledge, his ability, and his mentality” (Muller-Brockmann, 1999)*



## **Resumo**

O presente documento aborda a área do Design Editorial. Tendo como base a análise do objeto de estudo e o projeto desenvolvido durante o estágio curricular no Núcleo de Edições e Artes Gráficas do Conservatório Escola Profissional das Artes da Madeira, Eng.º Luiz Peter Clode (CEPAM).

Foi adotada uma metodologia de carácter misto, intervencionista, resultante da investigação ativa através do projeto de estágio e não intervencionista, resultante da observação e crítica da literatura da área de estudo.

Neste documento consta um enquadramento teórico de algumas especialidades do Design relacionadas com a análise e desenvolvimento de projeto.

## **Palavras-chave**

Design editorial, Design Gráfico, Coerência Gráfica, Publicações, Magazines.



## **Abstract**

This document addresses the area of Editorial Design, based on the analysis of the object of study and the project developed during the curricular internship at the Center for Editions and Graphic Arts (NEAG) of the Conservatório Escola Profissional das Artes da Madeira, Eng.º Luiz Peter Clode (CEPAM).

A mixed, interventionist methodology was adopted, resulting from active research through the internship project, and non-interventionist, resulting from observation and criticism of the literature in the study area.

This document contains a theoretical framework of some Design specialities related to project analysis and development.

## **Keywords**

Editorial Design, Graphic Design, Graphic Consistency, Publishing, Magazines.



# Índice geral

## Capítulo I

1. Introdução .....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Problematização.....	1
1.3. Questões de investigação .....	1
1.4. Objetivos.....	2
2. Argumento .....	3
3. Metodologia e organograma da Investigação.....	3

## Capítulo II

4. Estado da arte .....	5
4.1. O Design.....	5
4.2. O Design de comunicação .....	6
4.3. O Design gráfico .....	6
4.4. O Design editorial.....	7
4.5. O Design <i>Thinking</i> .....	8
4.6. A estrutura.....	13
4.6.1. A capa.....	14
4.6.2. Ficha técnica.....	14
4.6.3. A construção.....	15
4.6.4. Hierarquia .....	21
4.6.5. Tipografia .....	22
4.6.6. Alinhamento de texto .....	24
4.6.7. Cores.....	25
4.6.8. Espaços em branco .....	27
4.7. <i>Template</i> .....	28

## Capítulo III

5. Objeto de estudo .....	29
5.1. A MEA.....	29
5.2. <i>Redesign</i> .....	30
5.3. Análise.....	31
5.4. Conceito.....	35

5.5.	Formato.....	36
5.6.	Tipografia.....	36
5.7.	Cor.....	37
5.8.	Logo.....	38
5.9.	Capa.....	39
5.10.	<i>Layout</i> .....	41
5.11.	<i>Template</i> .....	45
6.	Casos de estudo.....	50

#### **Capítulo IV**

7.	Âmbito e enquadramento do estágio.....	55
7.1.	Áreas de atuação.....	57
7.2.	Gestão de projeto.....	57
7.2.1.	Gestão de projeto em contexto de trabalho.....	58
8.	Projetos desenvolvidos.....	63

#### **Capítulo V**

9.	Considerações finais.....	77
9.1.	Contributos.....	77
9.2.	Recomendações para futuros estudos.....	78
9.3.	Disseminação.....	79
10.	Bibliografia.....	83
11.	Anexos.....	87
12.	Glossário.....	109

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> - Diagrama das áreas de estudo abrangidas pela investigação. Fonte: autora. ....	2
<b>Figura 2</b> - Organograma de investigação. Fonte: autora. ....	4
<b>Figura 3</b> - As 3 atividades principais do Design Thinking. Fonte: IDEO. ....	9
<b>Figura 4</b> - A intersecção onde vive o Design Thinking. Fonte: IDEO. ....	9
<b>Figura 5</b> - Double Diamond Process Model. Fonte: desconhecido. ....	10
<b>Figura 6</b> - Modelo de pensamento divergente e convergente. Fonte: IDEO. ....	11
<b>Figura 7</b> - Analysis - Synthesis Model. Fonte: Koberg & Bagnall (1972). ....	12
<b>Figura 8</b> - Problem - solution model. Fonte: JJ Foreman (1967). ....	12
<b>Figura 9</b> - Input- Output process model. Fonte: desconhecido. ....	13
<b>Figura 10</b> - exemplo de layouts com grelhas manuscritas. Fonte: autora. ....	16
<b>Figura 11</b> - exemplo de layouts com grelhas de colunas. Fonte: autora. ....	17
<b>Figura 12</b> - exemplo de layouts com grelhas modulares. Fonte: autora. ....	17
<b>Figura 13</b> - exemplo de layout simétrico. Fonte: autora. ....	19
<b>Figura 14</b> - exemplo de layout assimétrico. Fonte: autora. ....	19
<b>Figura 15</b> - Anatomia da grelha. Fonte: autora. ....	20
<b>Figura 16</b> - Exemplos de hierarquia visual. Fonte: Autora. ....	21
<b>Figura 17</b> - Exemplos de algumas características dos tipos. Fonte: autora. ....	22
<b>Figura 18</b> - Exemplo de classificações tipográficas e variação de peso. Fonte: autora. ....	23
<b>Figura 19</b> - Exemplos de alinhamento de texto. Fonte: autora. ....	24
<b>Figura 20</b> - Círculo cromático. Fonte: autora. ....	26
<b>Figura 21</b> - Exemplos de sites onde é possível fazer uso de templates. Fontes: Blurb, Flipsnack e Lucidpress. ....	28
<b>Figura 22</b> - Imagens da MEA série I e mancha gráfica correspondente. Fontes: DSEAM; autora. ....	31
<b>Figura 23</b> - Imagens da MEA série I e mancha gráfica correspondente. Fontes: DSEAM; autora. ....	32
<b>Figura 24</b> - Imagens da MEA série II e mancha gráfica correspondente. Fontes: CEPAM; autora. ....	33
<b>Figura 25</b> - Imagens da MEA série II e mancha gráfica correspondente. Fontes: CEPAM; autora. ....	34
<b>Figura 26</b> - Moodboard. Fontes: NYTSM; Desconhecidas. ....	35
<b>Figura 27</b> - Tipografia utilizada. Fonte: autora. ....	37
<b>Figura 28</b> - Referência hexadecimal das cores utilizadas e percentagem de opacidade. Fonte: autora. ....	37
<b>Figura 29</b> - Logo da MEA durante série I. Fonte: MEA. ....	38
<b>Figura 30</b> - Logo da MEA para a série II. Fonte: autora. ....	38
<b>Figura 31</b> - Medidas do logo da MEA. Fonte: autora. ....	39
<b>Figura 32</b> - Moodboard com Capas da 'FUKT' e da 'The New York Times Style Magazine'. Fontes: FUKT; New York Times Style Magazine. ....	40

<b>Figura 33</b> - Capa da MEA. Fonte: autora. ....	41
<b>Figura 34</b> - Estudos de logo e capa. Fonte: autora. ....	41
<b>Figura 35</b> - Esboços do layout. Fonte: autora. ....	42
<b>Figura 36</b> - Dimensões das margens da capa. Fonte: autora. ....	42
<b>Figura 37</b> - Spread com dimensões das margens. Fonte: autora. ....	43
<b>Figura 38</b> - Spread com as diferentes possibilidades do uso de nove colunas. Fonte: autora. ....	44
<b>Figura 39</b> - Spread com layout escolhido através da grelha de nove colunas. Fonte: autora. ....	45
<b>Figura 40</b> - Guião de introdução para o template da MEA. Fonte: autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala).....	46
<b>Figura 41</b> - Guião de introdução para o template da MEA (continuação). Fonte: autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala).....	47
<b>Figura 42</b> - Guião de introdução para o template da MEA (continuação). Fonte: autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala).....	48
<b>Figura 43</b> - Mapa da revista MEA. Fonte: autora. ....	49
<b>Figura 44</b> - Imagens da revista Eye. Fonte: Stack magazines; Eye Magazine. ....	50
<b>Figura 45</b> - Imagens da revista 212. Fonte: Stack magazines; 212 mag. ....	51
<b>Figura 46</b> - Imagens da revista Kinfolk. Fonte: Stack magazines; Kinfolk. ....	52
<b>Figura 47</b> - Imagens da revista Visions. Fonte: Read Visions. ....	53
<b>Figura 48</b> - Organograma funcional do CEPAM. Fonte: autora. ....	56
<b>Figura 49</b> - Processo de desenvolvimento de projetos. Fonte: autora. ....	58
<b>Figura 50</b> - Processo de redesign da Mea. Fonte: Autora. ....	60
<b>Figura 51</b> - Design process. Fonte: Tim Brennan, 1990 IN Dubberly, 2004. ....	60
<b>Figura 52</b> - Esquema detalhado do desenvolvimento do projeto. Fonte: Autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala).....	62
<b>Figura 53</b> - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala).....	64
<b>Figura 54</b> - Cronograma de projetos. Fonte: autora. ....	65
<b>Figura 55</b> - Cronograma de projetos. Fonte: autora. ....	66
<b>Figura 56</b> - Mockup da ilustração no manual de estudos 'Contrastes'. Fonte: autora. ....	67
<b>Figura 57</b> - ilustrações do manual 'Contrastes'. Fonte: autora. ....	67
<b>Figura 58</b> - Estudos de capa. Fonte: autora. ....	68
<b>Figura 59</b> - Logo da MEA. Fonte: autora. ....	68
<b>Figura 60</b> - Cartaz ilustrado 'Ho, Ho, Ho... na Cutxilândia'. Fonte: autora. ....	69
<b>Figura 61</b> - Propostas para carimbo. Fonte: autora. ....	69
<b>Figura 62</b> - Primeira e última página do suplemento 'Artes em Ação'. Fonte: autora. ....	70
<b>Figura 63</b> - Interior do suplemento 'Artes em Ação'. Fonte: autora. ....	70
<b>Figura 64</b> - Interior do suplemento 'Artes em Ação'. Fonte: autora. ....	70
<b>Figura 65</b> - Cartaz ilustrado 'Ateliê de escrita criativa' (opção 1 - cartaz final). Fonte: autora. ....	71

<b>Figura 66</b> - Cartaz ilustrado 'Ateliê de escrita criativa' (opção 2). Fonte: autora.	71
<b>Figura 67</b> - Cartazes 'Ateliê de escrita criativa'. Fonte: autora.	71
<b>Figura 68</b> - Cartaz ilustrado 'Concurso de declamação de poesia'. Fonte: autora.	72
<b>Figura 69</b> - Revista MEA num dispositivo móvel. Fonte: autora.	73
<b>Figura 70</b> - Revista MEA apresentada em dispositivos móveis. Fonte: autora.	73
<b>Figura 71</b> - Cartaz 'Hollywood in Concert'. Fonte: autora.	74
<b>Figura 72</b> - Cartaz 'O sonho da fada Ofélia'. Fonte: autora.	74
<b>Figura 73</b> - Ilustrações livro 'Vinte'. Fonte: autora.	75
<b>Figura 74</b> - MEA publicada na página do CEPAM, janeiro de 2020. Fonte: CEPAM	79
<b>Figura 75</b> - Site do CEPAM, maio de 2021. Fonte: CEPAM	79
<b>Figura 76</b> - Poster EIMAD. Fonte: autora. Mockup: <a href="https://mockups-Design.com/">https://mockups-Design.com/</a>	80
<b>Figura 77</b> - Poster EIMAD. Fonte: autora.	81
<b>Figura 78</b> - Guião de introdução para o template da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 1.)	88
<b>Figura 79</b> - Guião de introdução para o template da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 2.)	89
<b>Figura 80</b> - Guião de introdução para o template da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 3.)	90
<b>Figura 81</b> - Guião de introdução para o template da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 4.)	91
<b>Figura 82</b> - Guião de introdução para o template da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 5.)	92
<b>Figura 83</b> - Guião de introdução para o template da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 6.)	93
<b>Figura 84</b> - Figura 83- Guião de introdução para o template da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 7.)	94
<b>Figura 85</b> - Figura 83- Guião de introdução para o template da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 8.)	95
<b>Figura 86</b> - Mapa da revista MEA, Nº1. Fonte: Autora. (Dividido em duas partes - parte 1)	96
<b>Figura 87</b> - Mapa da revista MEA, Nº1. Fonte: Autora. (Dividido em duas partes - parte 2)	97
<b>Figura 88</b> - Mapa da revista MEA, Nº6. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 1)	98
<b>Figura 89</b> - Mapa da revista MEA, Nº6. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 2)	99
<b>Figura 90</b> - Mapa da revista MEA, Nº6. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 3)	100

<b>Figura 91</b> - Mapa da revista MEA, N°6. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 4).....	101
<b>Figura 92</b> - Esquema detalhado do desenvolvimento de projeto. Fonte: Autora. (Dividido em duas partes - parte 1).....	102
<b>Figura 93</b> - Esquema detalhado do desenvolvimento de projeto. Fonte: Autora. (Dividido em duas partes - parte 2).....	103
<b>Figura 94</b> - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 1).....	104
<b>Figura 95</b> - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 2).....	105
<b>Figura 96</b> - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 3).....	106
<b>Figura 97</b> - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 4).....	107
<b>Figura 98</b> - Carta de avaliação de estágio no CEPAM. ....	108

## Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

BAM – Biblioteca das Artes da Madeira

CEPAM – Conservatório – Escola Profissional das Artes da Madeira, Eng.º Luiz Peter Clode

DSEA – Direção de Serviços de Educação Artística

DSICEF – Diretor de Serviços de Investigação, Comunicação, Edições e Formação

EIMAD - Encontro de Investigação em Música, Artes e Design

ESART – Escola Superior de Artes Aplicadas

GCEF – Gabinete de Comunicação, Edições e Formação

IPCB – Instituto Politécnico de Castelo Branco

MEA – Magazine de Educação Artística

NEAG – Núcleo de Edições e Artes Gráficas

OA – Orquestra Académica

RAM – Região Autónoma da Madeira

SRE – Secretária Regional da Educação

SRECT – Secretária Regional da Educação, Ciências e Tecnologia



# Capítulo I

## 1. Introdução

Cada publicação editorial detém um estilo e identidade gráfica única, estas características, vão de encontro com os valores que são pretendidos transmitir.

O objeto de estudo desta investigação foi a revista MEA, propriedade do Conservatório – Escola Profissional das Artes da Madeira, Eng.º Luiz Peter Clode. Através do estágio curricular foi possível analisar a linha editorial da revista MEA com mais proximidade, assim como em paralelo, estudar a importância das regras e outros aspectos técnicos do Design editorial.

Durante este processo, foram analisados os aspectos que deveriam ser corrigidos e percebeu-se que existia uma necessidade de criar um suporte que ajudasse a corrigir as eventuais falhas na linha editorial MEA.

### 1.1. Tema

O papel do Design de comunicação na coerência e qualidade gráfica nas publicações editoriais

### 1.2. Problematização

O problema identificado foi a falta de um fio condutor entre as publicações e a falta de rigor gráfico na linha editorial da MEA. Deste modo, foi detetada uma necessidade de criar um suporte de orientação para implementar na linha editorial da MEA.

### 1.3. Questões de Investigação

Nesta investigação são apresentadas duas questões, a principal e a secundária. Questão principal: “Quais os benefícios da implementação de regras gráficas nas publicações editoriais?”. Questão secundária: “De que forma a falta de rigor pode provocar constrangimentos?”.

## 1.4. Objetivos

O objetivo geral consiste em adquirir conhecimento com o intuito de implementar, de forma positiva, uma solução para as lacunas existentes na linha editorial da MEA;

Os objetivos específicos desta proposta consistem em avaliar os problemas editoriais presentes na revista digital MEA, investigar a abordagem de outras revistas, definir um estilo visual, estabelecer regras, tais como um limite de páginas e determinar fontes tipográficas. Também será crucial criar rúbricas para organizar a informação e definir um público-alvo.

Desta forma, pretende-se contornar a dificuldade da criação de uma linha editorial coerente, ganhar maturidade profissional e dar um contributo positivo para o CEPAM.

Este documento aborda a área de estudo do Design de comunicação, mas centra-se sobretudo no Design editorial e no objeto de estudo, a revista MEA.

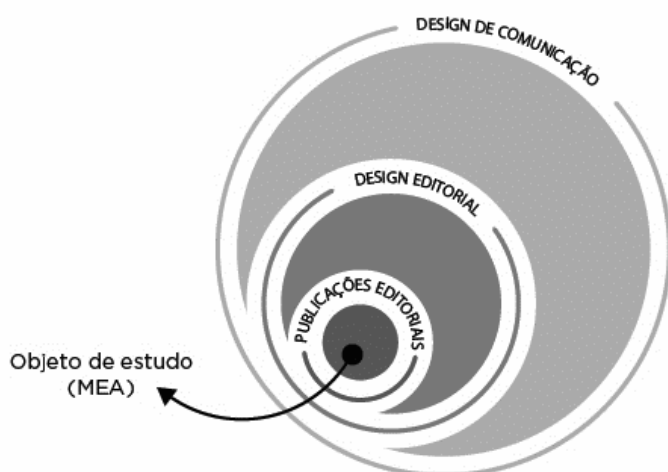


Figura 1 - Diagrama das áreas de estudo abrangidas pela investigação. Fonte: autora.

## 2. Argumento

A construção de um *template* e guia de linhas de orientação que ajude a estabelecer uma linguagem gráfica coerente e versátil, elemento pertinente na construção da MEA, que permitirá que a publicação seja fiel e mantenha a sua identidade.

## 3. Metodologia e organograma da investigação

Esta investigação faz uso de uma metodologia mista, composta pela metodologia intervencionista e não intervencionista de base qualitativa, sendo que a intervencionista será resultante do estudo de caso – estágio (com investigação ativa através do projeto) e a não intervencionista será resultante da observação e crítica da literatura na área. [Figura 2]

A fase inicial desta investigação serve para fazer recolha de informação e análise da mesma para fundamentar os estudos de caso. Depois será feito um apanhado de toda a investigação de forma a obter algumas conclusões.

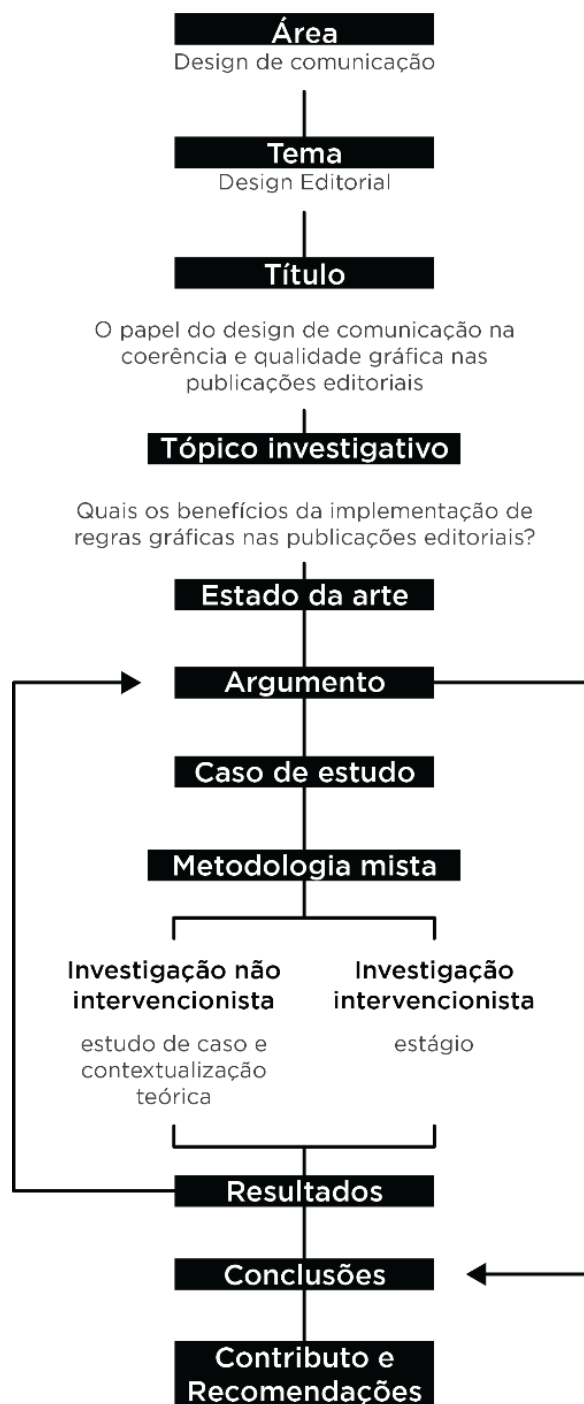


Figura 2 - Organograma de investigação. Fonte: autora.

## Capítulo II

### 4. Estado da Arte

#### 4.1. O Design

O Design é mais do que apenas a comunicação e a estética, o Design é algo complexo, é inovação, é criatividade, é uma forma de pensar e de reinventar. É a arte de planificar, produzir ou transformar a informação e comunicá-la de forma visual e simplificada através de um conceito ou de uma ideia, marcando a diferença. O Design, cada vez mais ocupa, um lugar de grande importância nas empresas, contribuindo para o sucesso, a sustentabilidade, a criação de valor, e claro, para comunicar da melhor forma. O Design deve ser objetivo e funcional.

O Design é também um processo criativo, que possibilita o desenvolvimento de projetos, produtos ou serviços. É usado como um método estratégico de inovação e de criatividade, que permite identificar um problema e resolvê-lo da forma mais simples possível.

“Podemos, assim, entender que o Design é um processo não só técnico, mas também criativo, que se relaciona diretamente à função de resolver os problemas propostos e, não menos importante, ao trabalho da configuração estética de um projeto, juntamente com a sua elaboração e conceção” (Noronha, 2016)

O Design abrange várias áreas, especialidades e metodologias, como o Design gráfico, o Design Editorial, o *Web Design*, o Design de Produto, Design de Têxteis e moda, *Design Thinking*, Design Estratégico, e entre outras disciplinas. Todas estas áreas complementam-se, pois todas partem de princípios semelhantes.

O Design é o resultado de um conjunto de variantes e o objetivo dos Designers é não se preocupar apenas com as suas criações, mas também, com as mudanças e com o impacto que destas resultam.

“O Designer deve ser um observador, que compreende o comportamento humano e usa a informação que absorve do mundo que o rodeia para o seu trabalho.” (Soromenho & Amaro, 2012)

## 4.2. O Design de Comunicação

O Design de comunicação é uma disciplina ligada a vários processos criativos que abrange outras áreas. Tem como objetivo desenvolver ideias e informações e transmiti-las de forma clara. Esta atividade é também uma ferramenta que ajuda a resolver e a simplificar problemas de comunicação visual. Esta área de estudo encontra-se ligada ao Design gráfico, pois ambas as disciplinas se complementam e procuram inspirar, educar e organizar a comunicação visual.

“É uma atividade que se propõe comunicar visualmente uma mensagem. Esta, é dedicada através da articulação entre uma gramática visual e o conteúdo que se pretende transmitir. Gera um contexto para a compreensão, claro, expressivo e simbólico. Pode estimular diferentes interpretações para uma mesma mensagem.” (Soromenho & Amaro, 2012)

## 4.3. O Design gráfico

Design gráfico é descrito como a habilidade de combinar e manipular texto, imagens ou ilustrações para fins comerciais, informativos ou educativos. Este pode ser aplicado tanto em meios impressos como em meios digitais. Segundo Hollis (2006), o Design gráfico começa no século XX com os artistas no enalço de um novo papel na sociedade industrializada.

A origem da palavra ‘Design’ provém da língua inglesa e do latim *Designare*, do qual derivam duas palavras: Designar e desenhar. Por sua vez, a palavra ‘gráfico’, deriva do grego *graphein*, que significa: escrever, descrever ou desenhar e estão ligadas a outras palavras como grafar, grafismo, grafite, grafologia e outras palavras que derivam do sufixo ‘-grafia’, tais como tipografia, fotografia ou geografia. Este adjetivo costuma ser utilizado para nomear atividades em oficinas, fábricas ou outras instalações que se dediquem a materiais impressos, como as gráficas.

O termo ‘gráfico’ está associado, historicamente, a uma série de processos de impressão de texto e imagens que incluem a gravura em madeira e metal, a litografia, a serigrafia, o *offset* e outros métodos.

“O Design gráfico surgiu num contexto de simbiose entre o artista e a máquina, seria a grelha que lhe iria conferir o estatuto, afastando-o de uma simples prática artística” (Pereira, 2016)

Atualmente, o Design gráfico estende-se para além de suportes que resultem da impressão. Este termo abrange uma área de atuação ampla e é, também, usado para definir uma habilitação profissional específica e denominação profissional. O Design gráfico propõe-se a gerir a informação visual através do uso criativo de matérias-

primas, técnicas e ferramentas ao seu alcance. Como toda a atividade humana, o Design evolui e transforma-se consoante as mudanças da sociedade e da cultura. (R. Cardoso, 2008)

#### 4.4. O Design editorial

O Design editorial tem como objetivo facilitar a compreensão da informação e comunicá-la de forma clara, para isso é necessário seguir algumas regras como a utilização de grelhas e a hierarquia de informação. É uma das vertentes do Design gráfico, uma área ampla que, por vezes, tem ligação com o jornalismo. Esta abrange também uma grande variedade de conteúdos, sejam impressos ou digitais, como folhetos, revistas, jornais ou livros.

“Uma forma simples de definir Design editorial é tratá-lo como jornalismo visual, [...]. Uma publicação editorial pode entreter, informar, instruir, comunicar, educar, [...]” (Zappaterra & Caldwell, 2014)

Quando falamos em publicações, é necessário ter atenção ao tipo de publicação de que estamos a falar, pois, atualmente, muitas das publicações impressas têm uma versão digital. A mudança das publicações impressas para o digital deu-se por volta de 2010, com a introdução dos *tablets*, o que provocou um grande desenvolvimento nesta área. (Zappaterra & Caldwell, 2014)

Atualmente, existem diversas formas de ler publicações e, em grande parte, isto deve-se aos dispositivos móveis, que permitem que a informação possa ser vista de outras formas, sendo uma delas a componente interativa. Podemos observar diferentes abordagens, como a distribuição da informação nas páginas, onde, muitas vezes, uma página aparentemente vazia pode conter muita informação.

“No Design, o espaço pode ser visado para isolar ou enfatizar alguma coisa, para proporcionar contraste contra algo, para mostrar a escala e o contexto de um tema e assim por diante.” (Webb, 2015)

As publicações digitais trazem algumas vantagens perante as publicações impressas, pois são interativas: permitem que o leitor possa usufruir no seu dispositivo de uma coleção inteira, possibilitam o uso do *zoom*, podem conter vídeos e áudios, podem ser partilhadas nas redes sociais, permitem saber a opinião dos leitores e perceber que parte da publicação despertou maior interesse. (Zappaterra & Caldwell, 2014) Para além destas vantagens dos formatos digitais, é importante perceber que continua a ser necessário estabelecer um tipo conteúdo focado para um certo público-alvo.

*“Nowadays news brands and editorial brands have to exist on so many different platforms that when you’re doing a Design project like that you’re not just kind of Designing a newspaper or a website, you’re creating an identity and now I realize, every editorial Design project is also an identity project.”<sup>1</sup> (Porter, 2013)*

## 4.5. O Design Thinking

O *Design Thinking* é um processo de solução de problemas. É uma abordagem que estabelece ideias, concentrando-se nas necessidades das pessoas. É a habilidade de detectar problemas e convertê-los em soluções. É sobre criar empatia com o público-alvo e aplicar valor ao projeto. O *Design Thinking* é a mentalidade de aplicar o Design de forma inteligente, através de um conjunto de etapas. Este, segundo a IDEO, faz uso de três atividades que juntas encontram a solução – Inspiração; Formação de ideias; Implementação. [Ver Figura 3.]

*“Thinking like a Designer can transform the way you develop products, services, process—and even strategy”<sup>2</sup> (Brown, 2008)*

Este pode ajudar a desenvolver produtos, serviços, modelos de negócio, inovação social, entre outras coisas. O *Design Thinking* ajuda as pessoas a perceber quais são as suas necessidades, ensina a aprender através dos erros cometidos, para além de ajudar a identificar novas oportunidades. (Christian, 2019)

Esta metodologia também é conhecida por ser implementada em empresas como a IDEO, a Apple, a Nike, a Lego, a Microsoft, entre tantas outras. Segundo Davalos (2019), as empresas que usam uma abordagem orientada para o Design conseguem fornecer resultados seguros em tempo real e conseguem ter uma vantagem competitiva superior.

*“Design Thinking is a human-centered Design approach to innovation that draws from the Designer’s toolkit to integrate the needs of people, the possibilities of technology, and the requirements for business success. It is a creative, practical and human centred approach to finding best solutions. It is an approach to innovation.”<sup>3</sup> (IDEO & Brown, n.d.)*

---

<sup>1</sup> Tradução livre: “Hoje em dia, as marcas de notícias e as marcas editoriais têm que existir em tantas plataformas diferentes que quando você está a fazer um projeto de Design como esse, você não está apenas a projetar um jornal ou um site, você está a criar uma identidade e agora eu percebo que todo projeto de Design editorial é um projeto de identidade.” (Porter, 2013)

<sup>2</sup> Tradução livre: “Pensar como um Designer pode transformar a maneira como desenvolvemos produtos, serviços, processos e até mesmo a estratégia.” (Brown, 2008)

<sup>3</sup> Tradução livre: “O Design Thinking é uma abordagem de Design centrada no ser humano para a inovação que se baseia no kit de ferramentas do Designer para integrar as necessidades das pessoas, as possibilidades da tecnologia e os requisitos para o sucesso do negócio. É uma abordagem criativa, prática e centrada no ser humano para encontrar as melhores soluções. É uma abordagem à inovação.” (Brown, n.d.)

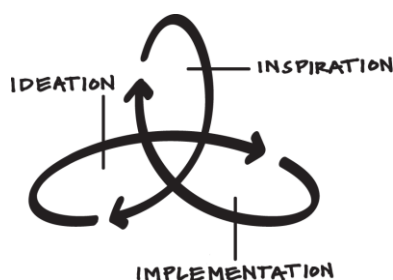


Figura 3 - As 3 atividades principais do *Design Thinking*. Fonte: IDEO.

O *Design Thinking* faz uso de metodologias e de processos de Design como o *Doble Diamond process model*, como o *IDEO process model* e as *method cards*, o *Analysis—Synthesis process model* e entre outros. A metodologia passa por identificar e analisar o problema, recolher informação e fundamentar ideias e por fim, desenvolver a ideia escolhida.

O *Design Thinking* não é um método fixo. Este pode variar consoante o problema, mas mantém uma base de etapas, como a pesquisa, a análise, a síntese e implementação. Para chegar a uma solução, o *Design Thinking* tem em conta três pontos: a praticabilidade, a viabilidade e o desejo. [Ver Figura 4]

Para George Polya (1945), o processo de resolução de problemas científicos passa pelos seguintes passos: perceber o problema; criar um plano; desenvolver o plano; ‘olhar’ para trás, ou seja, conferir o resultado. (Dubberly, 2004)

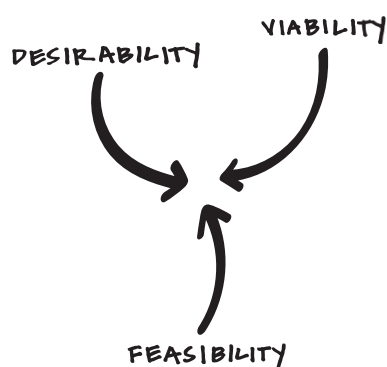


Figura 4 - A intersecção onde vive o *Design Thinking*. Fonte: IDEO.

### ***Human-Centered Design***

O Design centrado no Ser-Humano ajuda o Designer a relacionar-se com as pessoas que precisam de ter o seu problema resolvido. Este possibilita transformar os dados recolhidos sobre o problema em ideias que podem ser implementadas, facilita a identificação de possíveis oportunidades e pode aumentar a eficácia de sucesso. Para isso, é necessário perceber o que as pessoas precisam e porquê; quais as técnicas que melhor servirão para a realização do projeto; que ferramentas ou materiais são os mais viáveis e que orçamento está disponível para esse fim. No *Human-Centered Design* é necessário ouvir para conseguir criar e implementar algo.

## Modelo de processo *Double Diamond*

O *double diamond process* é uma maneira de representar de forma gráfica a forma como as empresas aplicam o *Design Thinking*. As quatro partes do *double Diamond* representam as fases de pensamento. [Ver Figura 5.]

A primeira parte (*discover*), identifica o problema e é uma fase divergente. É também uma fase de pesquisa e de inspiração, que vai permitir encontrar áreas de evolução e inovação. A segunda parte (*define*), é quando começa a análise e a seleção das ideias que ocorreram na fase anterior. Nesta fase, define-se o problema e desenvolvem-se as estratégias/conceitos e passa-se a fazer esboços e *brainstormings* para estruturar o projeto. Terceira parte (*develop/implement*) é a fase de aprovação e de desenvolvimento do projeto. Também são feitos testes para conferir se o projeto está pronto. Na quarta parte (*deliver*), é feita a aprovação final e o projeto é lançado, recebendo posteriormente o *feedback*.

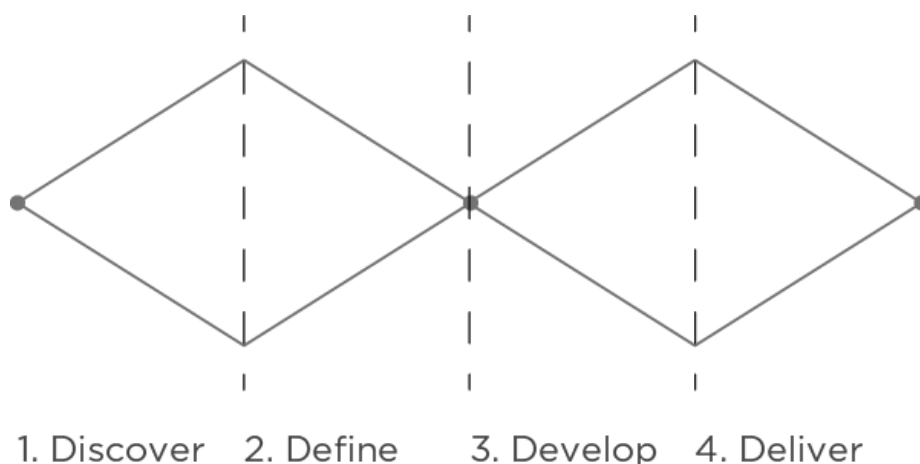


Figura 5 - *Double Diamond Process Model*. Fonte: desconhecido.

## Modelo de processo da IDEO

A IDEO é uma organização que providencia produtos e serviços baseados no *Human-Centered Design* (Design centrado no humano) e tem, como princípio, a empatia.

A IDEO disponibiliza, no seu site, um conjunto de recursos que visam auxiliar as pessoas interessadas em aprender e implementar o *Design Thinking*, e também vários artigos, livros, vídeos, cursos e outras ferramentas, como a *IDEO method cards*.

Os 'cartões de métodos', são um conjunto de 51 cartões organizados em quatro categorias, Aprender (analisar e sintetizar); Olhar (observar); Perguntar (entrevistas) e Tentar (criar e simular). Cada cartão tem um método e uma descrição que explica como e quando utilizar.

Segundo a IDEO, num processo é importante observar e conseguir colocar-se no 'lugar' da outra pessoa (*Human – Centered Design*), para isso, esta descreve os seguintes passos:

1. Observar o comportamento do público e tentar colocar-se na sua situação.
2. *Brainstorming*;
3. Protótipo rápido;
4. *Feedback* do usuário (teste);
5. 'Refinar' (interação);
6. Implementação;

### Modelo de pensamento Divergente – Convergente

É a partir do ponto de início que o processo de Design sofre um caminho divergente, que é uma fase de elaboração, criação de escolhas e da busca pelas oportunidades. A partir de certo momento, o processo começa a tornar-se convergente, indo ao encontro do ponto de foco/objetivo: Nesta fase são formadas decisões de forma a chegar a uma solução. [Ver Figura 6.]

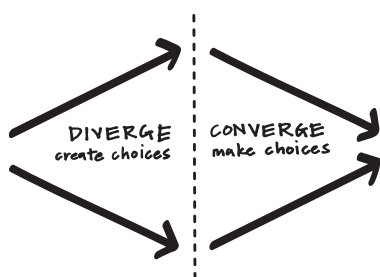


Figura 6 - Modelo de pensamento divergente e convergente. Fonte: IDEO.

*“Design Thinking is a way of finding human needs and creating new solutions using the tools and mindsets of Design practitioners. When we use the term ‘Design’ alone, most people ask what we think about their curtains or where we bought our glasses. But a ‘Design Thinking approach’ means more than just paying attention to aesthetics or developing physical products. Design Thinking is a methodology. Using it, we can address a wide variety of personal, social, and business challenges in creative new ways.”<sup>4</sup>*  
(Kelley & Kelley, n.d.)

---

<sup>4</sup> Tradução livre: “O Design Thinking é uma forma de encontrar as necessidades humanas e criar novas soluções usando as ferramentas e a mentalidade dos profissionais de Design. Quando usamos apenas o termo ‘Design’, a maioria das pessoas pergunta o que pensamos sobre suas cortinas ou onde compramos nossos óculos. Mas uma “abordagem de Design Thinking” significa mais do que apenas prestar atenção à estética ou desenvolver produtos físicos. O Design Thinking é uma metodologia. Usando-o, podemos abordar uma ampla variedade de desafios pessoais, sociais e empresariais de novas maneiras criativas.” (Kelley & Kelley, n.d.)

O *Design Thinking* é uma forma de resolver problemas. Os processos de Design ensinam como projetar a solução e podem variar, dependendo do Designer ou do projeto em desenvolvimento.

Os processos de Design normalmente começam com uma fase de pesquisa para reunir conteúdos que possam fundamentar o projeto, depois segue-se a fase da análise e interpretação dos resultados da pesquisa, após isso a fase de concepção do projeto e de prototipagem e, por fim, dá-se a implementação do projeto.

Para auxiliar os processos de Design são usadas ferramentas como o *brainstorming*, o desenho, a concepção de mapas visuais ou *moodboards*. Estes procedimentos ajudam a remover informações irrelevantes e a encontrar relações entre as ideias.

### Modelo Análise - Síntese

Segundo Koberg and Bagnall(1972), quando as diferentes abordagens de resolução de problemas são comparadas conseguimos ver pontos em comum, sendo que as fases base de um processo são a análise e síntese. (Dubberly, 2004) O modelo do processo de Koberg e Bagnall é constituído por três fases principais (Entrada - Processo - Saída), existindo uma subdivisão na segunda fase (Processo: Análise e Síntese). [Ver Figura 7.]

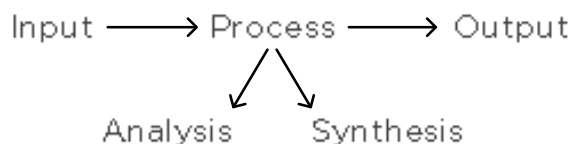


Figura 7 - Analysis - Synthesis Model. Fonte: Koberg & Bagnall (1972).

### Modelo Problema - Solução

Para JJ. Foreman (1967), no processo de resolução de problemas deve constar a ideia de necessidade. Por essa razão ele adiciona tal como Koberg e Bagnall, outras subdivisões ao processo. (Dubberly, 2004) O modelo de processo de Foreman é elaborado por quatro fases principais (Problema - Estabelecer as necessidades - Satisfazer as necessidades - solução), e duas subdivisões, na fase estabelecer as necessidades (Fatores e Relações); na fase satisfazer necessidades (Princípios e Forma). [Ver Figura 8.]



Figura 8 - Problem - solution model. Fonte: JJ Foreman (1967).

### Modelo *Input – Output e feedback*

O feedback é algo muito comum no fluxo de trabalho de um Designer, pois os projetos precisam de aprovação, sejam de um chefe, de um professor ou de um cliente. Este modelo de processo é uma variante do modelo Entrada – Processo – Saída, no entanto, este modelo (Entrada – Processo – Saída e *feedback*) demonstra que durante o processo podem decorrer várias alterações. [Ver Figura 9.]

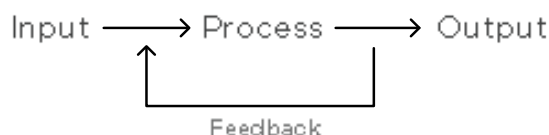


Figura 9 - *Input- Output process model*. Fonte: desconhecido

### Design estratégico

Segundo Chris Jones (In *Design Methods*, 1970), o problema do Design é que os Designers são obrigados a usar apenas informações atuais para ‘prever’ o futuro, sendo que só o saberão se as previsões estiverem corretas.

Segundo Francesco Zurlo (2010), o Design estratégico deve ter a capacidade de ver, de compreender e de interpretar contextos e sistemas, de prever e pensar de forma a antecipar o futuro, de fazer os outros verem e visualizarem os cenários futuros. Este também defende que o Design é usado de forma a lidar com vários problemas e, por essa razão, que este deve ter um lado estratégico. Isso vai contribuir para a identificação de possíveis formas de inovação. No Design estratégico existem vários tipos de inovação, tais como a inovação estética, inovação da forma de utilizar algo, inovação de significado, inovação tipológica, entre outras.

## 4.6. A estrutura

A estrutura é a forma como os conteúdos estão organizados dentro de uma publicação. Essa informação encontra-se estruturada em secções que contêm informação da mesma categoria, o que vai permitir localizar e perceber o contexto de cada secção.

Esta pode variar consoante o seu propósito, mas, geralmente, esta é composta pela capa, folha de rosto, frontispício, ficha técnica, prefácio ou introdução, índice e conteúdos, podendo também ter uma conclusão.

Cada publicação define o seu estilo. Alguns seguem regras de composição ou construção e outros limitam-se apenas a ignorá-las, o que permite perceber a “identidade” do formato. O formato e as dimensões, tal como a estrutura, dependem do propósito da publicação. Segundo Sehn e Fragoso (Sehn et al., 2014), as regras do Design editorial devem ser conhecidas e, só dessa forma, é possível quebrá-las com propósito.

#### 4.6.1. A capa

Inicialmente o propósito da capa era apenas o de proteger o conteúdo e identificar a obra, mas, atualmente, a capa tornou-se muito mais, pois é o elemento que provocará a primeira impressão. Nas publicações, a capa é um dos elementos mais importantes, pois é nesta que se encontra a identidade da linha editorial, que depois despertará a atenção por parte do público, fazendo com que seja reconhecida e associada a uma certa linha ou coleção.

Numa linha editorial é importante ter uma identidade para que a publicação seja reconhecida apesar das edições possuírem capas distintas. É necessário a criação de um conceito que passe a ideia-base para expressar o carácter da publicação de forma clara e causar o interesse dos leitores. É na capa que constam alguns dos temas mais pertinentes, que deve, destacar-se de forma a apelar a atenção do público, com uma imagem icónica e impactante. Todos os elementos da capa em conjunto, como o logo, o conceito, a paleta de cor, as fontes tipográficas e a hierarquia de informação, vão ajudar a transmitir a personalidade e os valores da marca. A capa serve de entrada para toda a informação que consta no interior da publicação. (Caldwell & Yolanda Zappaterra, 2014)

“Para que uma revista ganhe força, esta deve ser reconhecível de uma edição para outra. (...) Quanto mais simplicidade tiver a capa, melhor, pois muitos detalhes mínimos a transformam automaticamente em uma revista invisível, distraíndo a atenção.” (Noronha, 2016)

#### 4.6.2. Ficha técnica

É na ficha técnica que aparecem as informações acerca da produção, o número de edição, os direitos de autor, a data de publicação, a coordenação do projeto editorial, entre outros aspectos. A coordenação do projeto pode incluir a direção, a paginação, a composição, a revisão literária, os colaboradores, entre outras informações. No caso de a revista ser impressa também são incluídas outras informações, como o local, o tipo de impressão e a tiragem.

### 4.6.3. A construção

“O livro, foi até o século XX apenas um suporte da informação escrita e as grelhas que este incluía era apenas uma espécie de moldura que envolvia o texto.” (Lupton, 2004:115, in (Pereira, 2016))

Os tipos móveis e os mecanismos de impressão permitiram que o texto passasse a ser reproduzido em estruturas verticais envoltos por margens que delimitavam o espaço. Mais tarde, com a revolução industrial notou-se um aumento da literacia e, com isto, a produção em massa.

Uma das ferramentas que têm como objetivo ajudar na construção e na estrutura de projetos editoriais são as *grids*. As *grids* ou grelhas são um suporte de construção, composto por um conjunto de linhas que ajudam a alinhar ou distribuir os elementos na composição e podem ser usadas como guia para que as páginas do projeto tenham um *layout* consistente.

As *grids* são constituídas por vários elementos, como as margens que são o espaço que entre o princípio da página e o conteúdo. As guias são linhas que servem para orientar, as colunas são divisões que limitam o espaço a ser ocupado numa página, os módulos são unidades que pertencem às colunas e os *gutters* ou calhas são os espaços que separam as colunas. (Arty, 2018)

“Nós tivemos uma evolução do pensamento criativo e construtivo muito relacionado ao estudo da matemática e das proporções como método para alcançar a beleza. E isso, obviamente, teve como consequência uma infinidade de técnicas e regras relacionadas a vários campos de criação, e não seria diferente com o Design gráfico.” (Matos, 2016)

O uso das *grids* ajuda a distribuir os elementos de forma harmoniosa e equilibrada, o que possibilita uma leitura mais fluente. Ao estruturar o documento os erros de diagramação são evitados e para além disso o projeto torna-se visualmente mais consistente graças à introdução das *grids*, que são divisões geométricas de uma página. A construção das *grids* é normalmente feita em *spreads* e não como folhas em separado. Para construir as *grids* é necessário definir as margens para prosseguir com a divisão da página em colunas e módulos. As colunas são divisões verticais e os módulos são as divisões horizontais que resultam do cruzamento de ambas. A grelha é uma mais valia, pois oferece à composição coerência.

“Before the type area can be determined, the Designer must know how much text and illustrative matter must be accommodated in the printed work he has to Design and of what nature it is” (Muller-Brockmann, 1999)<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Tradução livre: “Antes que a área tipográfica possa ser determinada, o Designer deve saber quanto texto e material ilustrativo deve ser incluído no trabalho impresso que ele tem de projetar.” (Müller-Brockmann, Grid Systems, 1999)

Esta é uma ferramenta essencial no processo de construção, e como tal, existem vários tipos de *grids* para auxiliar os vários tipos de publicações, tais como a grelha manuscrita, a grelha de colunas, a grelha modular, e entre outras. A escolha das grelhas vai depender da quantidade e das características dos conteúdos, textos contínuos ou breves e do uso extensivo de imagens ou ilustrações.

“For some graphic Designers, (the grid) it has become an unquestioned part of the working process that yields precision, order and clarity. For others, it is symbolic of Old Guard aesthetic oppression, a stifling cage that search for expression.” (Samara, 2002)<sup>6</sup>

A grelha manuscrita [ver Figura 10], é uma das grelhas mais simples, pois consiste numa estrutura que ocupa uma grande parte da página. O seu propósito é incluir grandes quantidades de texto. Esta grelha é mais comum em livros ou em outros formatos que incluam textos corridos.

Até ao século XX, as grelhas serviam de molduras para as áreas de texto para dar a sensação de harmonia dos elementos visuais. (C. S. G. Cardoso, 2017)

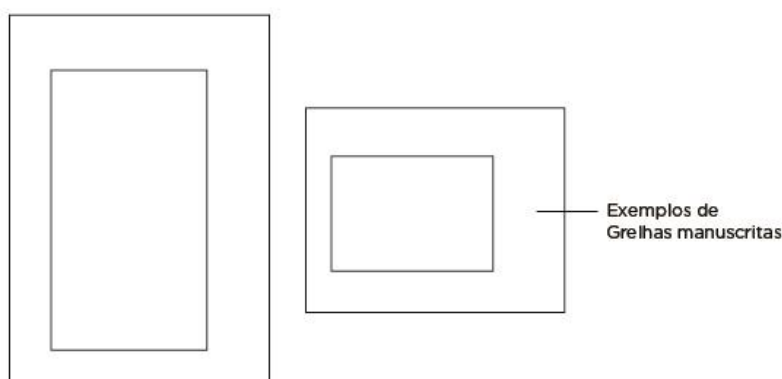


Figura 10 - exemplo de *layouts* com grelhas manuscritas. Fonte: autora.

A grelha de colunas [ver Figura 11.] é uma grelha flexível e pode ser usada para separar diferentes tipos de informação, como textos ou imagens. Este tipo de grelhas pode ter duas ou múltiplas colunas, que são usadas, por exemplo, em jornais e revistas onde todo o espaço tem de ser aproveitado, devido à grande quantidade de informação.

---

<sup>6</sup> Tradução livre: “Para alguns Designers gráficos, (a grelha) tornou-se uma parte inquestionável do processo de trabalho que produz precisão, ordem e clareza. Para outros, é um símbolo da opressão estética da Velha Guarda, uma gaiola sufocante que busca expressão” (Samara, 2002)

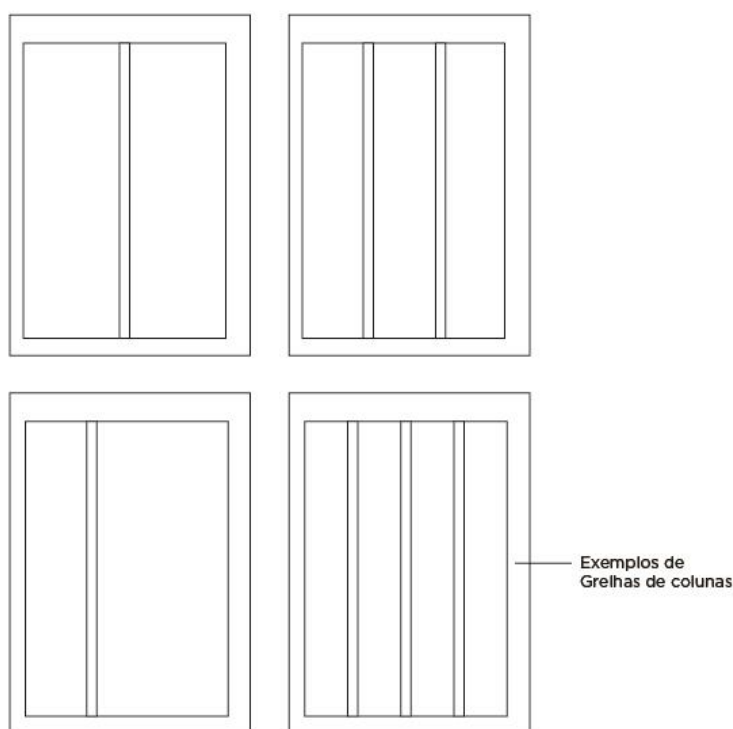


Figura 11 - exemplo de *layouts* com grelhas de colunas. Fonte: autora.

A grelha modular [ver Figura 12.] é normalmente usada em projetos de carácter complexo o que possibilita organizar os elementos em espaços mais pequenos. Esta é criada a partir de uma grelha de colunas com divisões horizontais o que criam certas divisões chamadas de módulos, onde podemos inserir os conteúdos.

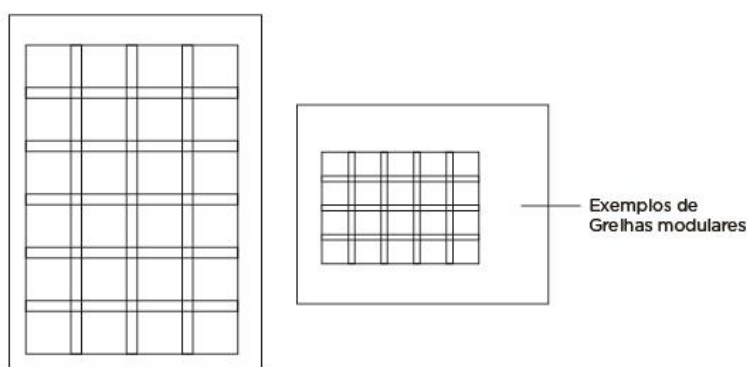


Figura 12- exemplo de *layouts* com grelhas modulares. Fonte: autora.

Segundo Samara (2002), é importante estar ciente de que a grelha é um elemento invisível e que se encontra no fundo do *layout*, enquanto que o conteúdo se encontra no topo, por vezes limitado a um espaço. As grelhas não fazem um *layout* aborrecido, mas sim o Designer.

Segundo Vignelli (2010) in (C. S. G. Cardoso, 2017), a grelha é uma parte integrante do Design do livro e deve ser usada, mas não exposta. Não é algo visível apesar de sabermos que está lá.

Segundo Müller (1999), a grelha determina as dimensões do espaço e não existe um limite para o número de divisões numa página. A grelha tem como objetivo resolver os problemas visuais e arranjar uma forma de dispor os conteúdos em conformidade consoante o objetivo. Os sistemas de grelhas permitem que o espaço seja racionalmente organizado. O uso das grelhas devem permitir moldar o texto e as ilustrações ou imagens de forma sistémica e lógica e que seja facilmente decifrável. Para Müller, a redução do número de elementos visuais cria a sensação de organização e simplicidade. Essa organização acrescenta credibilidade à informação e incita confiança, pois toda a informação, apresentada de forma clara e exata, será lida de forma rápida e fácil, para além, de ser bem compreendida e lembrada pelo leitor.

“A primeira reação do leitor será a de questionar se existirá de facto, uma grelha presente em todos os exemplos da prática do Design gráfico de hoje, tendo em conta que alguns afirmam não recorrer a esta estrutura. [...] Na academia, o Designer é instruído a recorrer ao uso de uma estrutura base, e só depois, encorajado a subverter ou a ‘violá-la’. [...] A grelha é uma herança da modernidade, é um esquema mental que se encontra impresso no subconsciente coletivo de Designer, mesmo que não a desenhe na folha.” (Pereira, 2016)

Para alguns Designers existe apenas uma noção de espaço a partir de uma grelha manuscrita, que apesar de ser transgredida por vezes mantém a referência dos limites a respeitar. Nesses casos nota-se que a relação entre elementos que compõem a página não é linear, a hierarquia visual é variada, não existe um fio condutor que relacione as diferentes páginas e os limites das grelhas muitas vezes são ignorados.

Segundo Pereira (2016), “quebrar a grelha”, no Design gráfico, é nada mais do que tentar abolir fronteiras, da mesma forma que ignoram os limites do papel, permitindo que os conteúdos encontrem uma “passagem” para um não lugar.

Para Domingos (2017), o “quebrar das regras” permitiu novas formas de ver e organizar os conteúdos, como usar o texto sobreposto aos elementos ilustrativos e o uso de fontes tipográficas, que, apesar de ilegíveis, “traduziam” certos sentimentos ou sensações, proporcionando novas formas de comunicar e de ler.

O aspeto visual das páginas é o que chamamos de *layout*, que é a conjugação da informação e dos elementos gráficos. Este é normalmente determinado após ter-se conhecimento dos conteúdos para que a estrutura seja adequada. O *layout* pode ser simétrico ou assimétrico, fixo ou variável. O *layout* assimétrico [ver Figura 14.] e variável oferece à composição uma maior dinâmica, enquanto o *layout* simétrico [ver Figura 13.] e fixo oferece harmonia, peso e semelhança. Ambos possuem aspetos positivos, mas

isso pode depender do que a publicação editorial quer transmitir. (Manuel & Vieira, 2012)

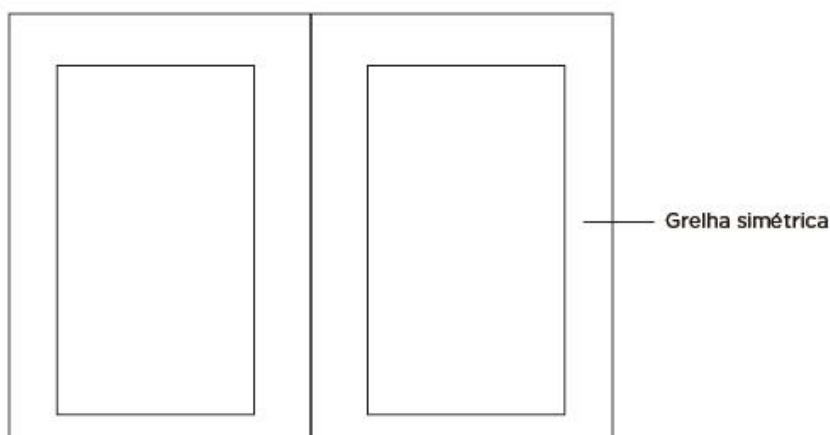


Figura 13 - exemplo de *layout* simétrico. Fonte: autora.

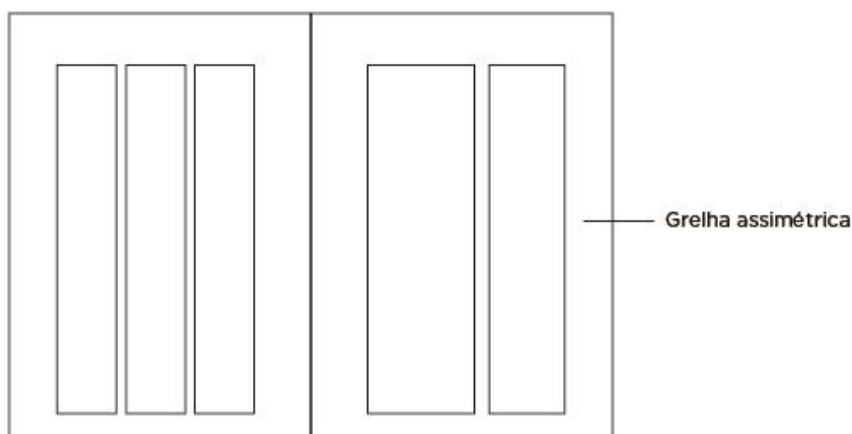


Figura 14 - exemplo de *layout* assimétrico. Fonte: autora.

As margens são os espaços entre os conteúdos. Estas servem para separar, chamar à atenção ou, como espaço, para descansar a vista. As linhas de fluxo, ou *flow lines*, são linhas guias horizontais. As *rows* são colunas horizontais. Os campos de informação são grupos de módulos que formam “campos” de informação textual ou visual. Os módulos são unidades de espaço individuais resultantes das colunas e das linhas horizontais. As colunas são linhas verticais que criam divisões horizontais entre as margens. Os *markers* são secções, onde podem aparecer os títulos das rúbricas, números de páginas ou outros elementos. A *gutters* ou calhas, são as margens entre as colunas. [ver Figura 15.]

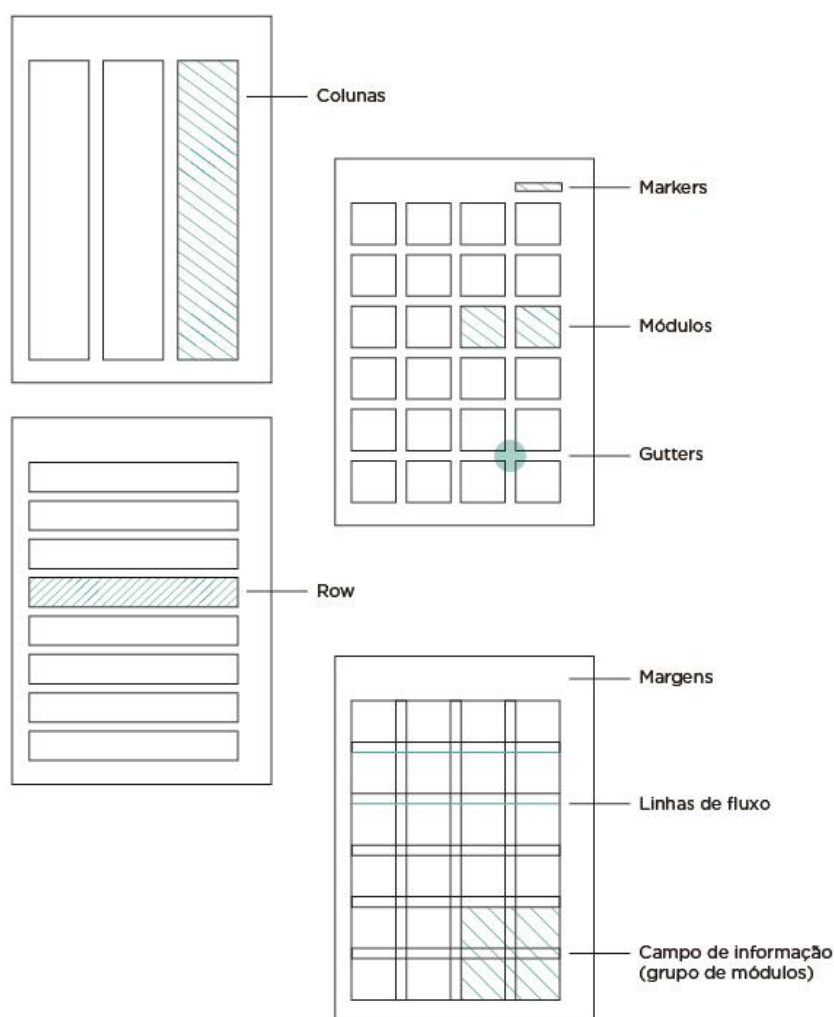


Figura 15 - Anatomia da grade. Fonte: autora.

A indústria do Design, até meados do século XX, era muito influenciada pelo racionalismo, no entanto, algumas escolas de pensamento da atividade artística são contraditórias e o Design gráfico não foi exceção. O Design atual mudou devido ao desenvolvimento das tecnologias, da industrialização e do uso de métodos alternativos de composição, mas, sobretudo, do pensamento estético, que é um elemento predominante na prática do Design. Após a guerra, e as publicações de Sigmund Freud sobre a psique humana permitiram a exploração do ridículo na arte e no Design. A arte e o Design tiveram diversas reações à devastação e demais consequências da guerra. Começaram a ter uma 'voz'. Começaram, então, a aparecer movimentos artísticos que expressavam, nas suas obras, o horror sentido durante a guerra. As questões políticas e sociais passaram a ser uma preocupação de importância para Designers e artistas. Mais tarde, após a segunda revolução industrial e a introdução do computador com interface gráfica, permitiram aos Designers manipular imagens e textos de forma rápida e fácil. Esta mudança das técnicas tradicionais para o digital possibilitou grandes avanços de edição no Design. Essa mudança também abriu portas para novas

formas de expressar e explorar outras opções, tal como a desconstrução da grelha. (Samara, 2002)

As estruturas podem ser alteradas de várias formas, fazendo uso de repetições e orientações e criando diferentes dinâmicas. Os elementos da grelha, como as colunas e os módulos, podem apresentar diferentes escalas ou proporções. A desconstrução da grelha pode criar tensão e dar a sensação de irregularidade com conflito entre os conteúdos.

Segundo Samara (2002), um layout eficaz é essencial para comunicar, mas também é válido explorar e “quebrar” as regras, pois, isso é o que torna o Design gráfico uma das coisas mais interessantes.

#### 4.6.4. Hierarquia

A hierarquia é importante para criar ênfase sem comprometer ou interromper a leitura. A sua função passa por organizar o conteúdo para possibilitar que seja fácil de identificar o grau de importância da informação. Esta vai ditar a ordem de leitura, chamando a atenção, primeiramente, para um título bem destacado e, de seguida, para um subtítulo e assim por diante, até chegar à informação com menor grau de importância. Na Figura 16, podemos verificar alguns exemplos pertinentes da hierarquia visual segundo Stribley, n.d.

“A hierarquia da tipografia sinaliza a importância da história. [...] Toda a oportunidade para o impacto gráfico é usada para que o site forneça uma rica experiência, com ferramentas de navegação simples que ajudam o leitor a ir diretamente para o conteúdo que está procurando.” (Zappaterra & Caldwell, 2014)



Figura 16 - Exemplos de hierarquia visual. Fonte: Autora.

#### 4.6.5. Tipografia

As fontes tipográficas a utilizar devem ser escolhidas consoante o formato e a identidade da publicação, pois estas são desenhadas com certas características para corresponderem a certos propósitos. Existem tipos de letra mais adequados para formatos impressos, leituras extensas, formatos digitais, leituras breves ou títulos. Segundo Scher (2017), a tipografia é pintar com palavras. Cada tipo de letra provoca diferentes emoções e reações, portanto a sua escolha deve sempre corresponder aos valores e à mensagem que queremos transmitir.

“Typography is known as an invisible art, because if a typographer has done a good job and produced a page that flows and is ‘easy on the eye’, he has done his job and the reader doesn’t notice. [...] A page that is badly Design will be difficult and irritating to read.” (Williams, 2012)<sup>7</sup>

A estrutura da tipográfica é composta por várias características, como o corpo, que é o tamanho do carácter; a altura-x, altura das maiúsculas; as ascendentes, parte da letra abaixo da linha base; a linha base, linha de apoio às letras; a haste, o traço vertical ou diagonal; a serifa, prolongamento das hastes; a terminal, a finalização da letra; o olho, o espaço vazio da letra; o filete, a linha horizontal da letra; a barriga, a parte curva da letra; (Manuel & Vieira, 2012)[ver Figura 17.]

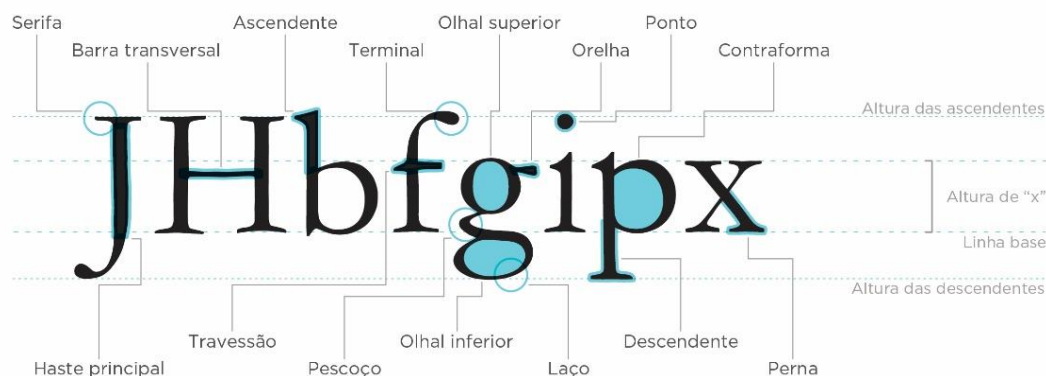


Figura 17 - Exemplos de algumas características dos tipos. Fonte: autora.

Segundo Heitlinger (2010), o desenho do tipo e o contraste entre os espaços brancos podem contribuir para o equilíbrio da mancha tipográfica quando os caracteres aparecem agrupados no texto. Cada fonte tipográfica pode ter variações de peso incluindo versões em itálico, semi-negrito, negrito, fino, condensado, caixa baixa ou alta, entre outras. Estas variações permitem a existência de contraste e hierarquia

<sup>7</sup> Tradução livre: “A tipografia é conhecida como uma arte invisível, porque se um tipógrafo fez um bom trabalho e produziu uma página que flui e é “fácil de ver”, ele fez o trabalho e o leitor não percebeu. [...] Uma página com um Design ruim será difícil e irritante de ler” (Williams, 2012)

entre os títulos, o texto e os restantes conteúdos textuais. A legibilidade da composição vai depender das características de cada tipo. As serifadas normalmente são utilizadas para textos extensos, no entanto, nem todas são adequadas pois podem reduzir a legibilidade do texto. (Heitlinger, 2010 in (Noronha, 2016))

Com serifas:



Sem serifas:



Pesos:



Figura 18 - Exemplo de classificações tipográficas e variação de peso. Fonte: autora.

Segundo Rob Carter (1999), famílias de tipos são unidas por características visuais semelhantes. Os membros de uma família assemelham-se, mas também têm as suas próprias características. Nas famílias tipográficas os tipos caracterizam-se pelos diferentes pesos e larguras. (Manuel & Vieira, 2012)

Segundo o sistema VOX-ATYPI, as principais classificações tipográficas dividem-se nos seguintes grupos: clássicas com serifas (humanistas, galdes e tradicionais ou realistas), modernas (*didones*, egípcias, grotescas, neo-grotescas, geométricas e humanistas) e caligráficas (incisivas, *script*, gráficas, góticas e gaélicas). [ver Figura 18.]

#### 4.6.6. Alinhamento do texto

Os conteúdos textuais podem ser alinhados à esquerda, à direita ou ao centro. Podem também ser justificados [ver Figura 19.]. No entanto, o alinhamento do texto merece uma atenção especial para evitar certos constrangimentos.

O alinhamento justificado é normalmente apresentado em situações com texto corrido. No entanto, esta formatação pode deixar alguns “rios”, que são pequenos espaços entre algumas palavras. O alinhamento à esquerda também é muito comum, mas requer uma especial atenção para evitar viúvas e órfãs.

O alinhamento à direita e o alinhamento centrado não são comuns em situações onde se use texto corrido, pois provocam dificuldades na leitura. Estes alinhamentos são normalmente aplicados em legendas, notas, pequenas frases ou citações, que precisem ser destacadas do restante texto.

Texto alinhado à esquerda

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit.

Texto justificado

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit.

Texto alinhado à direita

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit.

Texto alinhado ao centro

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure.

Figura 19 - Exemplos de alinhamento de texto. Fonte: autora.

#### 4.6.7. Cores

As cores são um complemento fundamental, pois estas criam dimensão na comunicação visual e ajudam na eficácia de uma mensagem. Inicialmente, as publicações eram impressas a preto e branco e a introdução das cores serviu para atrair e chamar à atenção para certos aspectos. Atualmente, o uso da cor é quase inquestionável. As cores podem ajudar na compreensão da leitura e transmitem certas sensações, tais como a harmonia, calma, equilíbrio, força, seriedade ou energia. No entanto, o comportamento destas é variável, tendo em conta os diferentes suportes, que podem ser físicos ou digitais.

Existem vários sistemas de cores, tais como o RGB, o CMYK, o Pantone, o Código Hexadecimal, entre outros. Estes permitem definir com mais precisão o tom de cor que é pretendido para cada finalidade.

O RGB (Vermelho, Verde e Azul traduzido do inglês *Red, Green and Blue*) é um sistema de cor aditivo, que é utilizado para monitores e ecrãs. Nos ecrãs, a luz branca é o resultado da combinação dos pixéis de cor vermelha, verde e azul, por essa razão este sistema não deve ser utilizado para impressão.

O CMYK (Ciano, Magenta, Amarelo e Preto traduzido do inglês *Cyan, Magenta, Yellow and black Key*), também conhecido por quadricromia, é um sistema de cor subtrativo, pois a mistura das suas cores origina o preto. Este é utilizado para projetos impressos.

“A cor pode ser usada para criar contrastes de diversas maneiras. [...] O contraste também pode ser criado ao posicionarmos cores fortes contra cores pastéis [...]. Cores fortes e ativas mostradas lado a lado produzem impacto e imediatismo como resultado. Se a intenção for obter uma sensação de relaxamento e tranquilidade, recomenda-se usar fundos escuros ou neutros para promover temas de uma cor apenas.”  
(Webb, 2015)

Existem várias formas de escolher e combinar as cores a partir do círculo cromático [ver Figura 20]. Os tipos mais comuns de esquemas de cores são:

- as cores análogas que são a combinação de duas a cinco cores adjacentes, e tem a mesma temperatura;
- as cores complementares que são tons que se encontram em lados opostos no círculo cromático, e são uma combinação de cores frias e quentes;
- as cores em Tríade, que são a combinação de três cores que formam uma espécie de triângulo no círculo cromático e criam um efeito de alto contraste, estando igualmente espaçadas entre elas;
- as cores monocromáticas que são os tons ou as matizes derivadas de uma cor, que são variações criadas a partir da saturação da cor;
- as cores frias e quentes, que são cores escolhidas consoante a sua temperatura.

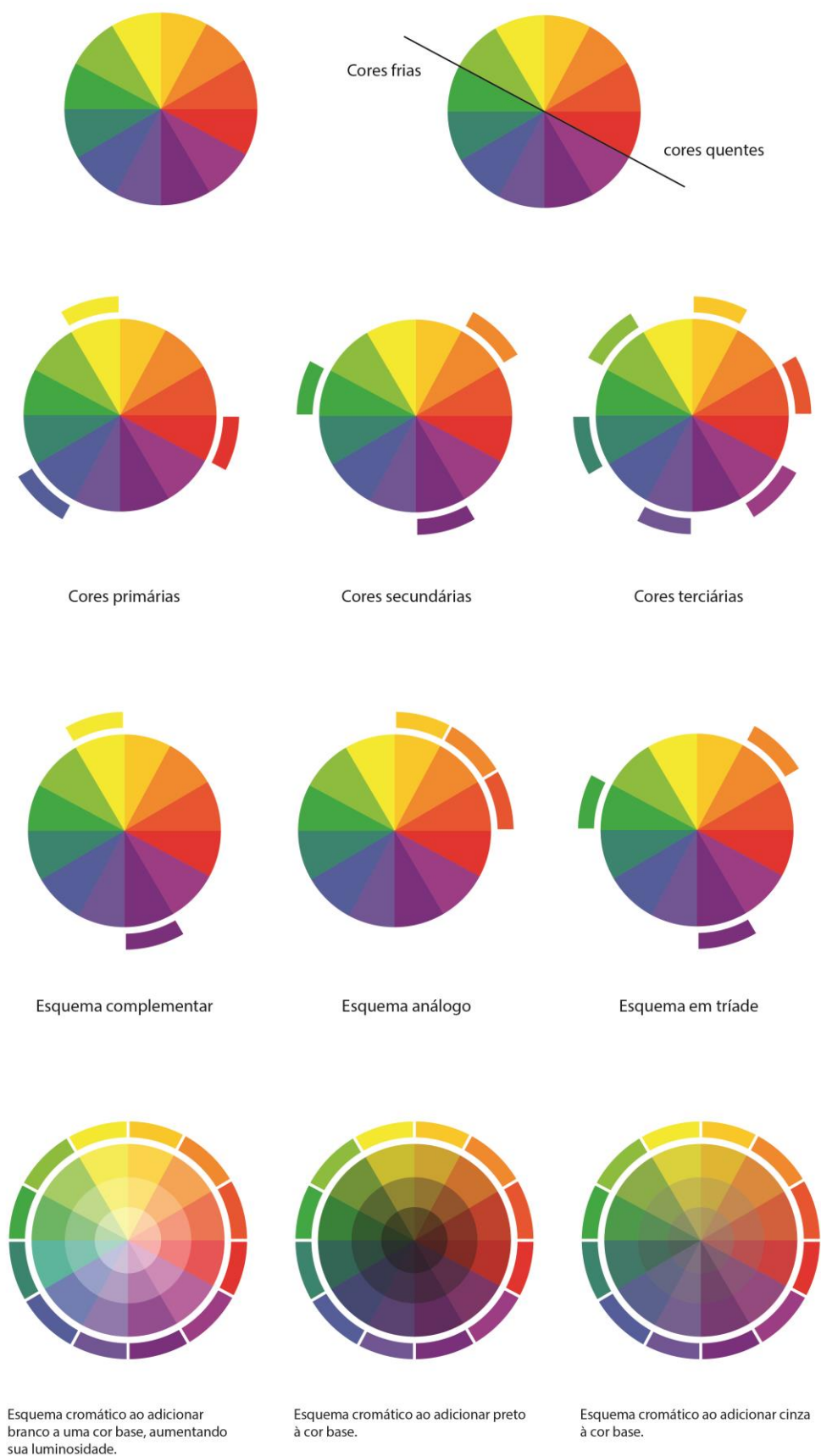


Figura 20 - Círculo cromático. Fonte: autora.

#### 4.6.8. Espaços em branco

Segundo Domingos (2017), o espaço ganhou importância por tornar as páginas mais leves, elegantes e proporcionar uma melhor leitura.

Um dos fundamentos do bom Design é o espaço, apesar de algumas publicações usarem esses espaços para inserir mais informação de forma a “poupar” a impressão de mais páginas. Nesses casos, podemos verificar uma grande quantidade de informação textual e a ausência de espaços em branco. Consequentemente, esta prática provoca dificuldades de foco e continuidade da leitura. É importante realçar que os espaços em branco são intencionais e indispensáveis para possibilitarem o equilíbrio, a separação de conteúdo e proporcionarem uma leitura mais fluída, contínua e confortável.

“A inclusão de detalhes desnecessários poderá desviar a atenção do observador ou fazer que ele se sinta incomodado. (...) No Design, o espaço pode ser usado para isolar ou enfatizar alguma coisa, para proporcionar contraste contra algo, para mostrar a escala e o contexto de um tema e assim por diante.” (Webb, 2015)

## 4.7. Template

Um *template* é um modelo que é projetado com o intuito de ser editado, substituindo os conteúdos do mesmo. Este contém um *layout*, estilos tipográficos com áreas de texto, elementos gráficos e cores de forma predefinida. Por norma, os *templates* possuem na área de texto o *Lorem Ipsum*, que é um texto em latim usado para preencher espaços de texto para testar a formatação de texto e a composição. O objetivo dos *templates* é oferecer um projeto já estruturado e organizado com áreas destinadas a texto ou a imagens em que a edição é simples, rápida e acessível. Segundo Zappaterra & Caldwell (2014), os *templates* ajudam a simplificar o processo de composição, mas também podem ser restritivos.

Existem *templates* para todo o tipo de projetos, sejam eles cartazes, logos, panfletos, sites ou revistas. É possível criar revistas através de *templates*, a partir de sites, sem ser necessário um conhecimento prévio das bases do Design editorial ou de programas como o *InDesign*. Sites como o *Blurb*, o *Flipsnack* e *Lucidpress* [ver Figura 21], oferecem esse tipo de serviço. Há uma grande variedade de *templates* de revistas em que o interessado pode escolher o formato que pretende, o tema ou modelo que mais se adequa com o seu objetivo. É também possível transferir ficheiros de *template* gratuitos e editar em programas como o *InDesign*, algo que é comum em empresas de publicidade e *marketing*. O uso de *templates* é um processo simples e de certa forma económico.

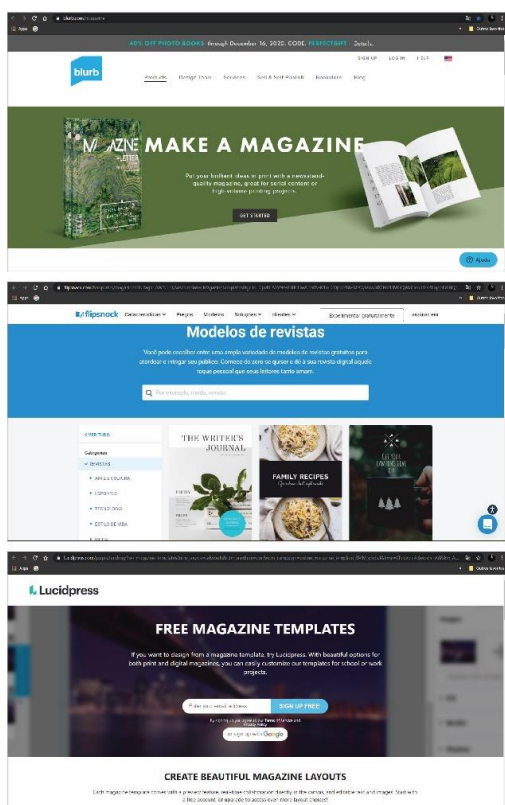


Figura 21 - Exemplos de sites onde é possível fazer uso de *templates*. Fontes: Blurb, Flipsnack e Lucidpress.

## Capítulo III

### 5. Objeto de estudo

#### 5.1. A MEA

A Magazine de Educação Artística foi publicada pela primeira vez em 2013 e começou por ser uma publicação trimestral que pretendia mostrar um pouco da educação artística na Região Autónoma da Madeira. A MEA conta com dez publicações, tendo algumas interrupções ao longo dos anos.

Inicialmente foi uma edição da Secretaria Regional da Educação, através da Direção de Serviços de Educação Artística e Multimédia e que atualmente faz parte do Núcleo de Edições e Artes Gráficas do CEPAM.

“O termo magazine surgiu no ano 1731 com o lançamento do The Gentleman’s Magazine, termo que ainda hoje Designa um jornal ou revista publicado com regularidade e com um conteúdo semelhante ao que se encontra numa revista” (Domingos, 2017)

Segundo Domingos (2017), as revistas distinguem-se de outros meios impressos devido ao formato, à periodicidade e à especialização dos conteúdos, que são temas específicos, direcionados para um certo grupo de leitores. A periodicidade permite estabelecer uma rotina para a publicação, seja semanal, mensal ou trimestral. Dessa forma, os conteúdos podem ser organizados e trabalhados mais cuidadosamente antes de serem publicados.

## 5.2. Redesign

O redesign consiste na reformulação de conceitos visuais, ou seja, é uma espécie de recriação de algo. Este procedimento pode servir para redefinir a visão, os objetivos, os valores ou seguir novas tendências do Design e corrigir falhas existentes em um projeto ou Design. Segundo o dicionário de Cambridge, o redesign é definido como o ato de mudar em algo o processo, a aparência, o funcionamento ou a forma como é feito.

Segundo Zappaterra & Caldwell (2014), o passado desempenha um papel importante no mapeamento das novas tendências. As autoras defendem que é pertinente analisar os Designers e as publicações que foram inovadoras, revolucionárias ou que, de certa forma, demonstraram-se influentes. Desta forma, é possível fazer um apanhado das técnicas utilizadas e perceber as razões pelas quais essas publicações foram bem-sucedidas e utilizá-las como exemplos a seguir.

O redesign da revista MEA foi o projeto mais complexo realizado durante o estágio curricular no CEPAM. Durante o processo, foi possível estudar alguns conceitos do Design, o que permitiu complementar a presente investigação. Este projeto trouxe alguns desafios, tais como a quantidade de informação que foi necessário incluir e a mudança dos conteúdos durante o período de paginação. Esses desafios permitiram desenvolver a capacidade de resposta e de perceber quais as alternativas que poderiam simplificar e ajudar a resolver certos problemas de forma mais rápida e eficaz.

Com o objetivo de transformar a MEA, foi necessário perceber quem era o público-alvo e quais os objetivos dos coordenadores. Após algumas trocas de ideias com os coordenadores e colegas do NEAG/GCEF, foi possível delinear alguns objetivos para a nova série da MEA. Estes consistiam em mudar o formato da publicação para um outro mais prático, criar uma linha gráfica simples e fluída, com espaços em branco para que as informações/conteúdos não ficassem amontoadas e criar uma nova imagem para a capa. Foi acordado também que o layout deveria ser flexível e fácil de ser ajustado, de forma a que no futuro possa ser editado por qualquer colaborador.

### 5.3. Análise

Nesta secção, é apresentada uma breve análise de publicações anteriores e posteriores da MEA, que se encontra como objeto de estudo nesta dissertação. Este procedimento ajuda a compreender e detetar quais os pontos que devem ser melhorados. O objetivo é perceber as diferenças entre as edições e de que forma o uso de linhas orientadoras podem ajudar na construção de uma linha editorial mais coerente. Seguem-se as análises de dois exemplares de cada série, nomeadamente as edições de março de 2013 e abril de 2016 da série I e as edições de abril 2020 e junho 2020 da série II.

**MEA série I** | março 2013 | Funchal, Portugal  
29 páginas | formato: 21x21 cm

Na capa desta publicação [ver Figura 22] podemos observar uma estrutura simples e faz uso de uma grelha manuscrita. Os elementos encontram-se centrados e o título configurado por uma parte com serifas. A capa é contrastada, com fundo escuro (preto) e as fontes a branco, destacando apenas uma letra de cor vermelha.

No segundo *spread*, a página da esquerda podemos identificar que existe espaço em branco e aparenta fazer o uso de duas colunas. Na página da esquerda, os limites são quebrados e aparenta não fazer uso de colunas, sendo que existe texto contínuo.

No último *spread*, é possível verificar uma grande quantidade de texto corrido o que pode prejudicar o fluxo de leitura. Ao contrário do que é perceptível na capa, no interior as margens são ignoradas. Conseguimos observar que são utilizadas duas colunas de texto contínuo.



Figura 22 - Imagens da MEA série I e mancha gráfica correspondente. Fontes: DSEAM; autora.

**MEA série I** | abril 2016 | Funchal, Portugal  
36 páginas | formato: 21x21 cm

Apesar da capa manter as dimensões da edição anterior, a estrutura e a disposição dos elementos mudou. [ver Figura 23] O logo encontra-se na orientação vertical e alinhado à esquerda e os logoss da secretária alinhados ao canto inferior direito.

No *spread* seguinte, na página da esquerda podemos verificar o uso de duas colunas, enquanto na página da direita a estrutura aparenta ser de uma grelha manuscrita.

Neste último *spread* é visível o uso de duas colunas e apesar da falta de espaço em branco as margens são respeitadas. Quanto à tipografia, podemos perceber que são usados três tipos de fontes, uma serifada tipo *stencil* para os títulos e subtítulos, uma não serifada para o texto e uma outra serifada para as legendas. Apesar de existir hierarquia, não existe consistência nos tamanhos dos textos.



Figura 23 - Imagens da MEA série I e mancha gráfica correspondente. Fontes: DSEAM; autora.

**MEA série II** | abril 2020 | Funchal, Portugal  
38 páginas | formato: 36,12 x 27,09 cm

Nesta edição [ver Figura 24] podemos verificar uma mudança de formato, assim como do aspeto visual da MEA. A capa tem como estrutura uma grelha manuscrita e faz uso de uma imagem por detrás do logotipo. A cor da capa faz referência à cor predominante da imagem.

No *spread* seguinte é apresentado o interior da revista, onde ambas as páginas podemos perceber que têm como estrutura uma grelha de duas colunas, as margens e os espaços em branco são respeitados. A fonte utilizada no título é serifada, enquanto que as restantes fontes são sem serifas.

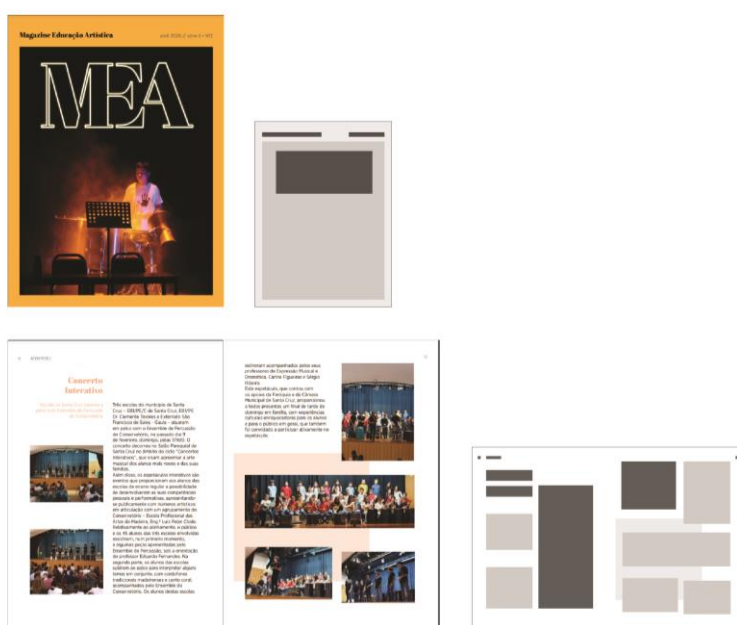


Figura 24 - Imagens da MEA série II e mancha gráfica correspondente. Fontes: CEPAM; autora.

**MEA série II | junho 2020| Funchal, Portugal**  
 64 páginas | formato: 36,12 x 27,09 cm

A capa desta edição [ver Figura 25] mantém a estrutura da edição anterior, no entanto, muda a abordagem visual ao alterar o logo, a cor para azul escuro e ao colocar uma compilação de imagens de alunos em aulas online. É ainda acrescentado um *slogan* informativo que faz referência à pandemia.

No *spread* seguinte, a ficha técnica é alinhada à esquerda e tem como estrutura uma grelha de duas colunas.

No último *spread*, a página da esquerda encontra-se apenas o título do separador ‘índice’ alinhado no canto inferior esquerdo sobre um plano sólido da cor da capa. Na página da direita encontra-se o índice alinhado à direita. Os números das páginas encontram-se alinhados com os nomes das diferentes secções, sendo que para os números é utilizada a mesma fonte serifada que a do título do separador, enquanto que para os nomes das secções é usada uma fonte sem serifas.

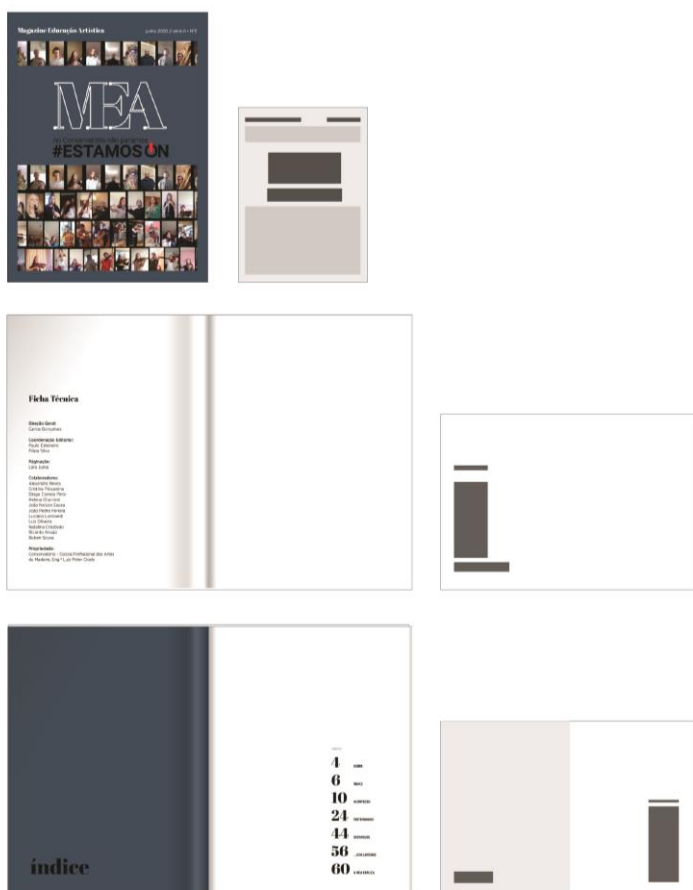


Figura 25 - Imagens da MEA série II e mancha gráfica correspondente. Fontes: CEPAM; autora.

## 5.4. Conceito

Para a 2ª. série da MEA, foi pensado criar uma linha gráfica com inspiração minimalista, de forma a contrariar alguns dos problemas detetados na série anterior, tal como a falta de espaços em branco e o excesso de informação.

O objetivo foi criar uma abordagem mais clara e consistente para ‘fortalecer’ a revista, definir um estilo visual que refletisse a seriedade da entidade e ao mesmo tempo a criatividade do seu meio envolvente. Para isso, foi feita uma *Moodboard* [ver Figura 26] que mostra um conjunto de referências de forma consistente, visual e organizada a inspiração.

“O importante é que a sua estratégia criativa transmita claramente o conceito de sua conceção” (Webb, 2015)



Figura 26 - Moodboard. Fontes: NYTSM; Desconhecidas.

A *Moodboard* funciona como uma ferramenta que ajuda a delinear o estilo e a expressar a sensação do que se quer transmitir. Segundo MacDonagh e Denton (2004), as *Moodboard* são um conjunto de referências visuais que procuram estimular a comunicação e o desenvolvimento no processo de Design. A sua função é a de inspirar os Designers para que possam criar novos significados a partir das referências. (Federizzi et al., 2014)

## 5.5. Formato

O formato de uma publicação depende sempre do meio em que está será publicada, por regra geral os formatos são considerados consoante os tamanhos dos papéis, mas sendo uma revista para publicação digital os critérios foram diferentes. (Zappaterra & Caldwell, 2014)

As dimensões da MEA foram pensadas para serem visíveis em vários dispositivos, sendo que existe uma grande probabilidade de serem visualizados através de dispositivos móveis. Assim sendo, as dimensões escolhidas foram as de 36,12cm por 27,09cm com orientação vertical, o que permite visualizar o documento por páginas separadas ao ser visualizado num telemóvel e em *spreads* num *tablet* ou computador.

Ao ser publicada em formato digital, existiram outros aspetos que foram ponderados devido aos avanços tecnológicos, o que se torna um ponto forte para a visibilidade da edição. Um desses pontos foi a implementação de alguns elementos interativos, primeiramente para se perceber qual a receptividade do público. O uso desses elementos visou simplificar algumas necessidades. Os elementos interativos foram implementados no índice, para que o leitor possa ir diretamente para o separador que deseja, podendo voltar ao índice ao clicar no mesmo.

## 5.6. Tipografia

Através das diferentes fontes tipográficas, dos pesos e dos tamanhos é possível destacar certos aspetos de uma mensagem, como o título, o subtítulo, o corpo de texto e as legendas. Segundo Zappaterra & Caldwell (2014), os princípios tipográficos também se aplicam nos formatos digitais, apesar de existirem algumas diferenças. O Design pode atrair o leitor, mas é importante que o conteúdo textual corresponda às expectativas. As autoras também defendem que é necessário ter uma especial atenção à escolha das fontes, pois existe uma diferença entre uma fonte para meios digitais e para impressão, devido à forma como o olho humano lê os textos.

Para a MEA, foram escolhidas as fontes *Abril Fatface* e *Gotham*. [VER Figura 27.] A fonte *Abril Fatface* foi escolhida para ser usada nos títulos. É uma fonte serifada pertencente à família *Abril*, concebida para fins editoriais, esta apresenta um bom contraste, têm uma aparência elegante e foi projetada para que a sua leitura seja confortável tanto em ambientes impressos como em ambientes digitais. (Veronika Burian; & Scaglione, 2011)

As fontes *Gotham Narrow Book*, *Pro Narrow Medium* e *XNarrow Bold* pertencem à família tipográfica *Gotham*. É uma fonte moderna, geométrica e sem serifas conhecida pela sua versatilidade e boa legibilidade em textos. (Murray, 2014) Para os subtítulos foi escolhida a *Gotham XNarrow Bold*, para o corpo de texto e para as legendas a *Gotham Narrow Book*. Para textos alternativos ou destaques foi escolhida a *Gotham Pro Narrow Medium*.

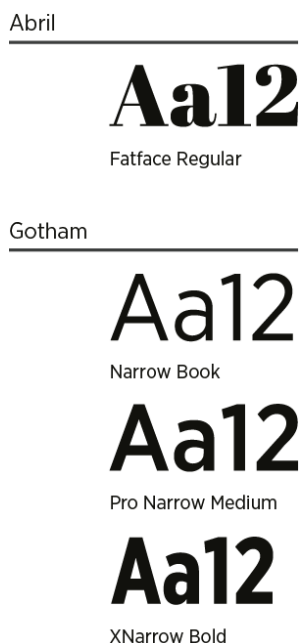


Figura 27 - Tipografia utilizada. Fonte: autora.

## 5.7. Cor

Para a primeira edição da série II da MEA foram escolhidas duas cores principais e uma neutra. [ver Figura 28] No entanto, estas podem ser variáveis consoante a edição podendo ter cores alternativas. Foram usadas as cores '*Tiffany Blue*' (#00b3b6) que é uma variante do azul e '*Macaroni And Cheese*' (#f6b68f) variante do laranja, que são cores complementares.

As cores foram escolhidas tendo em conta o que se pretendia transmitir ao leitor: Algo intemporal com a presença do preto e do cinza nos textos; a sensação de limpeza e pureza através dos espaços em branco; a alegria e emoção através da variante laranja ('*Macaroni And Cheese*') nos títulos, subtítulos e grafismos; e, principalmente, a calma, serenidade e seriedade através da variante azul ('*Tiffany Blue*'), maioritariamente presente, não só nos títulos, subtítulos e grafismos, mas também na capa e nos separadores.

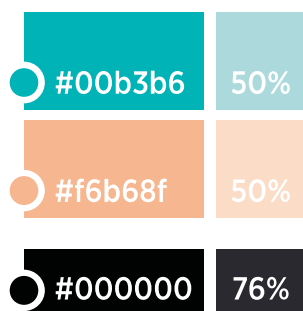


Figura 28 - Referência hexadecimal das cores utilizadas e percentagem de opacidade. Fonte: autora.

## 5.8. Logo

Segundo Zappaterra & Caldwell (2014), o logotipo é em grande parte um dos elementos mais importante da capa, pois este pode também transmitir a personalidade da publicação.

Ao proceder ao redesign da revista, percebeu-se a necessidade de ajustar o logo à nova imagem da publicação. O logo da série I da MEA [ver Figura 29], fazia uso de uma tipografia bold sem serifas, o que transmitia impacto e uma postura séria. Após ter verificado que internamente, se referiam à revista Magazine de Educação Artística pelo seu acrónimo, MEA, surgiu a ideia de adaptar o logo, que era um pouco extenso, para o uso do acrónimo, tornando-o assim mais simples e rápido de pronunciar e mais fácil de ser lembrado.

“O The New York Times Style usa o seu logotipo como um elemento lúdico e envolvente de seu kit de ferramentas visuais.”(Zappaterra & Caldwell, 2014)

O redesign do logo para a série II [ver Figura 30.], teve como referência o logo da revista ‘*The New York Times Style Magazine*’, por ser um elemento elegante, sério e versátil. Com o redesign, o objetivo foi tornar o logo da MEA simples e moderno. Por essa razão, optou-se pelo uso *Abril Fatface*, a mesma fonte tipográfica escolhida para os títulos da edição.



**MAGAZINE**  
EDUCAÇÃO ARTÍSTICA

Figura 29 - Logo da MEA durante série I. Fonte: MEA.



**MEA**

Figura 30 - Logo da MEA para a série II. Fonte: autora.

O logo pode ser usado como símbolo na capa, sendo este aberto a variantes dentro da sua estrutura, pois ao ter carácter versátil não foi definida nenhuma cor, podendo ser alterada consoante a edição. Esta abordagem permite implementar variações ao longo das publicações sem perder o fio condutor.



Figura 31 - Medidas do logo da MEA. Fonte: autora.

Não ficou definida nenhuma medida máxima do mesmo, apenas uma medida mínima de 1cm x 2,37 cm para que a legibilidade não seja comprometida, como é possível verificar na Figura 31.

## 5.9. Capa

Segundo Zappaterra & Caldwell (2014), a chave da concepção de uma capa é tratá-la como um cartaz, pois o seu objetivo é atrair e demonstrar-se relevante para o espectador. Na construção da capa, existem diversas abordagens que podem ser escolhidas, tais como as capas figurativas, conceituais, abstratas e as baseadas em texto. Roger Black, acerca das 10 regras do Design, assim como Zappaterra & Caldwell, também defende que uma capa deve ser projetada como se fosse um poster.

No caso da MEA, a capa foi projetada para que possa ser facilmente transformada consoante o tema sem comprometer a identidade. As referências para a mesma foram as capas revista *'The New York Times Style Magazine'* e da *'FUKT'*, [ver Figura 32] que são um grande exemplo de versatilidade e criatividade. Estas destacam-se principalmente pela versatilidade das suas capas, mantendo a linha gráfica como identidade. Este é um aspeto importante para que o público consiga identificar uma revista como pertencente a uma certa entidade ou coleção.

A *'FUKT'*, é uma revista de desenho contemporâneo que contém entrevistas e ensaios consoante o tema das diferentes edições. Todas as capas são diferentes e o seu logo é a peça central da capa. Para cada edição a capa vai ao encontro do tema de uma forma única, reinventando o logo em cada edição, fazendo uso de diversas técnicas, para além de mudar o formato da capa, e usar capas desdobráveis e com elementos interativos, tal como se pode verificar na parte superior da Figura 32.



Figura 32 - Moodboard com Capas da 'FUKT' e da 'The New York Times Style Magazine'. Fontes: FUKT; New York Times Style Magazine.

A revista *'The New York Style Magazine'* é uma revista que aborda temas como a moda, viagens, beleza e estilo de vida. (parte inferior na Figura 32) As referências usadas foram capas de edições antes do redesign feito no ano de 2012, que continuam a ser um exemplo do uso do logotipo como elemento variável. Cada capa usava a mesma estrutura do logo e apresentava-o de diferentes formas, tornando-o num símbolo facilmente reconhecível apesar das variantes.

Antes de ser escolhida a capa, foram feitas outras propostas de capa com variantes de cor e diferentes abordagens do logo. [ver Figura 33 e Figura 34] O objetivo foi explorar a conjugação do logo com diferentes representações do mesmo para testar e perceber se a abordagem funcionava. Essas experiências foram uma mais-valia para a evolução do projeto, pois permitiram que se chegasse ao resultado final.



Figura 33 - Capa da MEA. Fonte: autora.



Figura 34 - Estudos de logo e capa. Fonte: autora.

## 5.10. *Layout*

O objetivo do redesign foi solucionar alguns dos problemas identificados em edições anteriores. Então foi criado um *layout* 'limpo' e simples. Na fase inicial, foi feita a estruturação da revista por categorias (esboços) para saber-se qual deveria ser a ordem dos conteúdos. Este procedimento foi uma ajuda para perceber que abordagem deveria ser utilizada. [ver Figura 35]

Posto isto, sentiu-se a necessidade de criar separadores para ajudar na organização e na navegação interna do documento. Os esboços são um processo necessário para explorar as ideias, pois estes permitem verificar, antecipadamente, alguns constrangimentos, através do mapeamento rápido, que possibilita a sua correção.

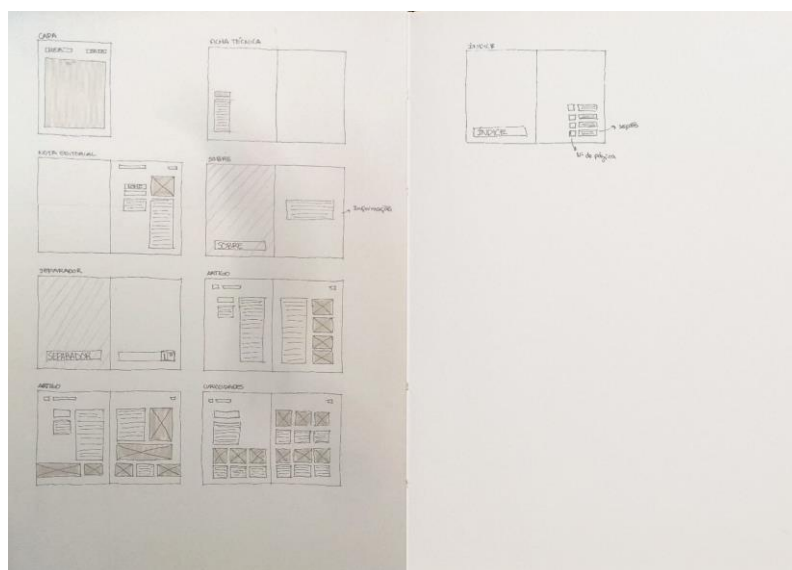


Figura 35 - Esboços do layout. Fonte: autora.



Figura 36 - Dimensões das margens da capa. Fonte: autora.

Num documento, as margens são um elemento crucial. Segundo Muller-Brockmann (1999), se as margens forem demasiado pequenas o leitor pode sentir que a página está demasiado cheia e se as margens forem demasiado grandes podem passar a ideia de extravagância. No entanto, uma proporção equilibrada entre as margens pode transmitir uma impressão agradável. Uma margem de tamanho suficiente é algo tecnicamente necessário.

As margens da capa da MEA são de 2,2cm na parte superior, 2,9cm na parte inferior e de 1,3cm nas laterais [ver Figura 36]. As margens para a parte interior da MEA são de 1,9cm na parte superior e inferior; 2,1cm na parte interior e 3,2cm na parte exterior

[ver Figura 37]. De forma a criar dinamismo, as margens inferiores e exteriores podem ser 'quebradas' por imagens ou elementos gráficos em momentos excepcionais.

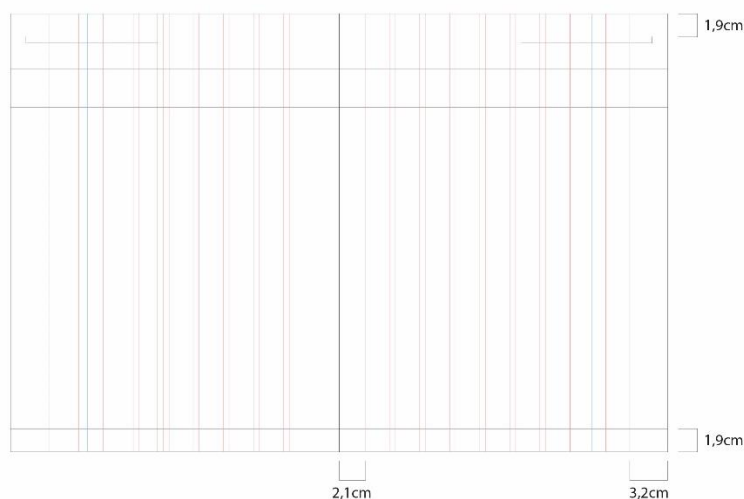


Figura 37 - Spread com dimensões das margens. Fonte: autora.

A grelha escolhida para o *redesign* da MEA foi a grelha de nove colunas devido ao facto de os conteúdos serem muito variáveis e da impossibilidade de saber antecipadamente qual a quantidade de texto e imagens que deveria conter cada *spread*. Foi pensado em criar um *layout* que fosse versátil e que permitisse uma grande variedade de possibilidades. A grelha de nove colunas pode ser facilmente adaptada para uma grelha de três ou de duas colunas. Assim, existe a hipótese de usar diferentes dimensões de coluna, tal como é demonstrado na Figura 38.

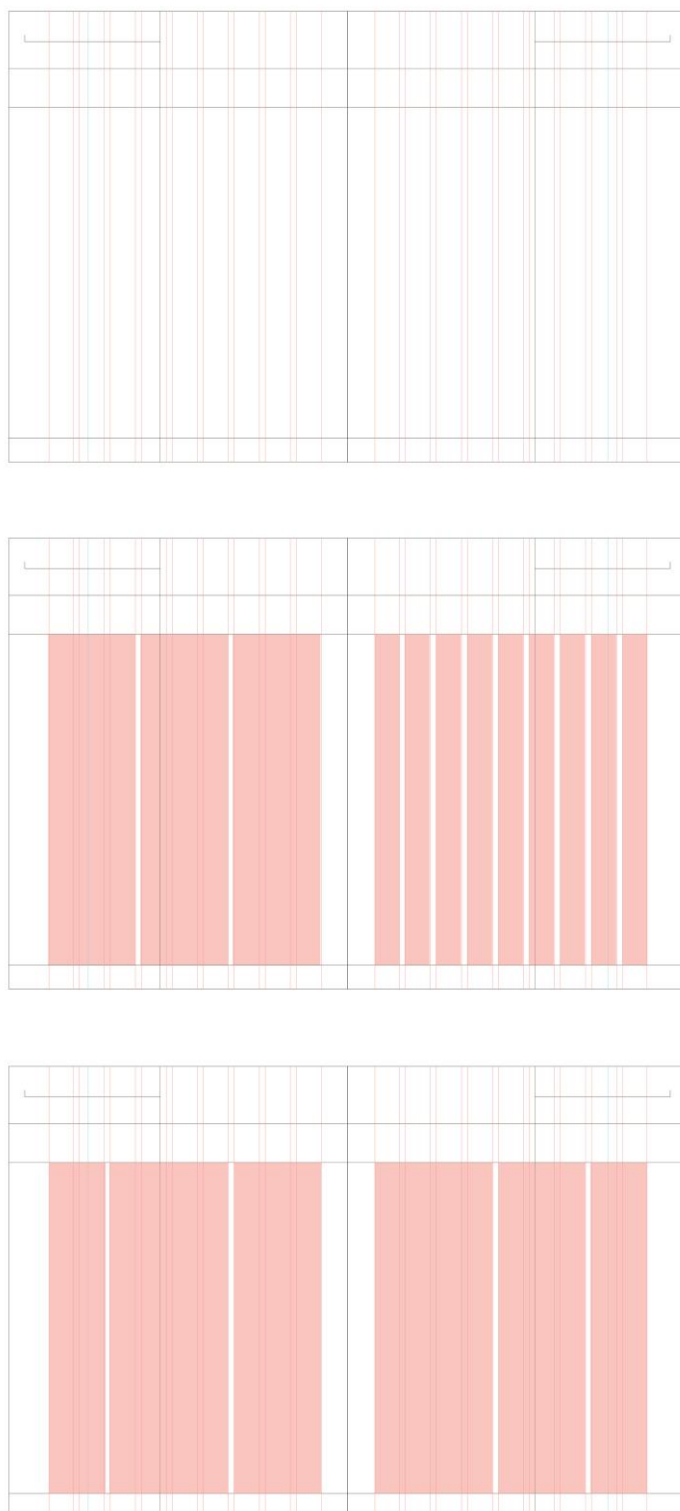


Figura 38 - *Spread* com as diferentes possibilidades do uso de nove colunas. Fonte: autora.

Apesar da estrutura escolhida e devido aos conteúdos, foi decidido utilizar duas colunas principais: A coluna do lado externo é menor e está composta por quatro das nove colunas. A coluna do lado interno é composta por cinco das nove colunas da estrutura base [ver Figura 39]. Esta estrutura possibilita inserir textos principais na coluna interna, por ser mais larga, e texto de apoio, descrições ou legendas, na coluna exterior. As imagens podem ser inseridas alinhando-se às colunas, permitindo outras hipóteses de criação de *layout* fluído, graças à estrutura base.

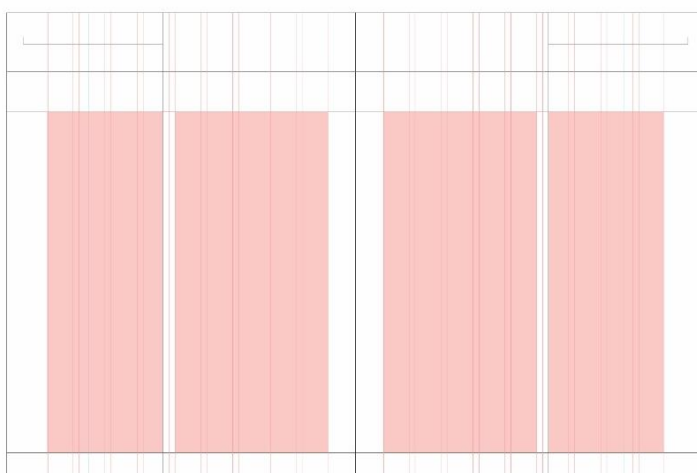


Figura 39 - *Spread* com *layout* escolhido através da grelha de nove colunas. Fonte: autora.

## 5.11. *Template*

Como já referido anteriormente na presente investigação, os *templates* são documentos-modelo, que podem ser alterados, e permitem aos Designers otimizar o seu fluxo de trabalho. Desta forma, não necessitam fazer todos os projetos de raiz, economizando tempo e permitindo a consistência entre as edições. Os *templates* são um suporte que agiliza no processo de composição e possibilita uma ‘ligação’ visual no projeto. (Zappaterra & Caldwell, 2014)

Após ter identificado a falta de uma linha condutora entre as edições da série I da MEA, percebeu-se que a criação de um *template* poderia trazer benefícios tanto para a linha editorial como para os Designers e demais colaboradores. Para que o documento fosse simples de perceber, criou-se um guião para dar auxílio, em caso de dúvidas, aquando da utilização do *template*.

Neste guia é exemplificado que o documento já se encontra devidamente formatado, com margens, linhas guias, estilos tipográficos, espaços para texto e imagens. [Ver Figura 40, Figura 41 e Figura 42, que também se encontram nos anexos] No guia podemos ver os exemplos das páginas com as devidas informações explicativas para cada situação, desta forma a interpretação torna-se mais clara.



Figura 40 - Guião de introdução para o *template* da MEA. Fonte: autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala)



Figura 41 - Guião de introdução para o *template* da MEA (continuação). Fonte: autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala)

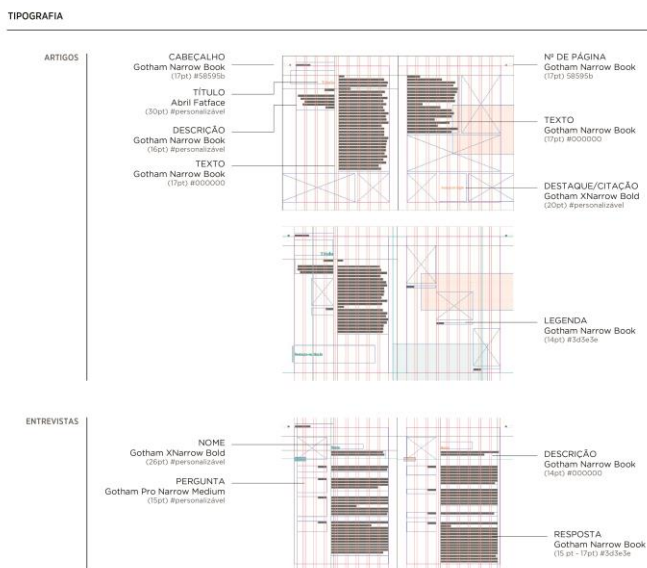


Figura 42 - Guião de introdução para o *template* da MEA (continuação). Fonte: autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala)

Foi feito um mapa da MEA após ter sido concluída, com o intuito de ser analisada como um todo, permitindo assim uma melhor leitura dos espaços em branco, alinhamentos, paleta de cores e demais elementos. [ver Figura 43]

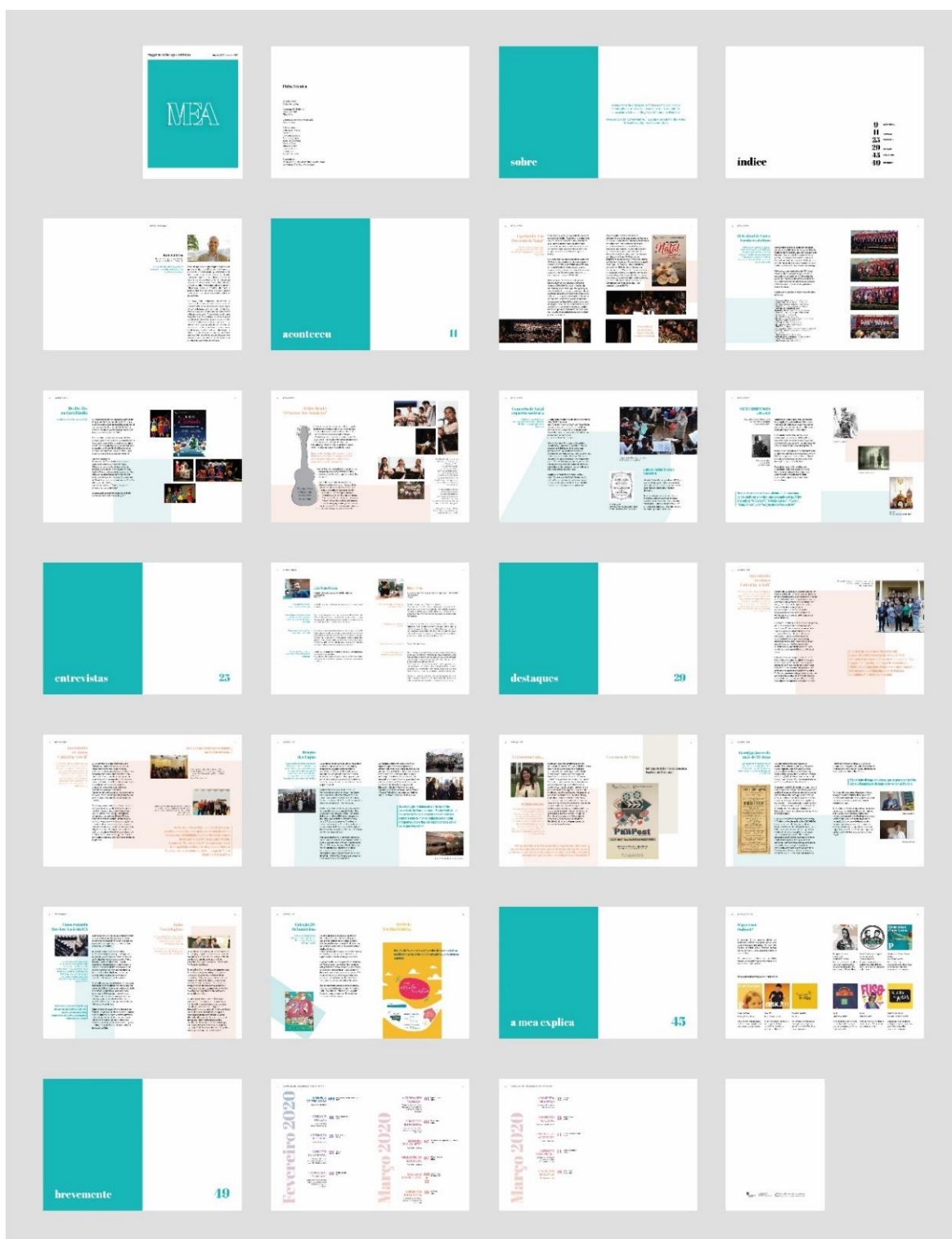


Figura 43 - Mapa da revista MEA. Fonte: autora.

## 6. Casos de estudo

Neste segmento é feita uma análise de algumas revistas, de forma a perceber quais os elementos dominantes e como os conteúdos são distribuídos na página. O estudo consiste na análise de revistas, com características distintas, que servem de exemplos de casos que façam o uso dos diferentes tipos de grelhas ou que as quebrem de forma a perceber as diferentes abordagens e em que contexto se inserem. As seguintes análises permitem a obtenção de conclusões para ajudar a contextualizar o objeto de estudo, assim como a restante investigação.

### Caso estudo 1

*The Eye Magazine* | 2019 | Reino Unido  
114 páginas | formato: 23,5 x 29,5 cm

A *Eye* é uma revista internacional que aborda a cultura visual e o Design. Esta dispõe de artigos, conversas ilustradas e expões vários projetos de diversas áreas do Design e das artes. [ver Figura 44]

A estrutura da capa é simples, o logo está posicionado no canto superior esquerdo e a edição encontra-se em orientação vertical no lado esquerdo. A *Eye* nesta edição apresenta uma composição gráfica em que os elementos principais são caracteres, esta composição resulta num contraste de formas e cores.

Quanto à estrutura interior, a *Eye* faz uso de uma grelha de colunas e de um grande número de imagens, assim como dos espaços em branco. São usados diferentes tipos de letra (serifadas e sem serifas) e é possível verificar hierarquia na parte textual.



Figura 44 - Imagens da revista Eye. Fonte: Stack magazines; Eye Magazine.

## Caso estudo 2

**212 Magazine** | 2020 | Istambul, Turquia

168 páginas | formato: 38,5 x 28 cm

É uma revista que aborda diversos assuntos dentro do tema de cada edição. Esta relaciona a arte e a sociedade e ainda tem como conteúdos ensaios fotográficos e entrevistas variadas. [Ver Figura 45]

A *212* demonstra, com a sua capa, simplicidade tanto na sua estrutura como na sua composição. A capa tem uma estrutura de grelha manuscrita, com o logo centrado na parte superior e, abaixo do mesmo, o tema da edição, seguindo-se de uma imagem. No canto superior direito, está o preço da revista, enquanto que no canto superior esquerdo encontra-se o nº da edição e a data. Abaixo, em orientação vertical e alinhado à esquerda, o código de barras.

Na estrutura interior, podemos observar que são usadas imagens em grande escala, utilizando a área das duas páginas e, em simultâneo, conjuga o texto com os espaços em branco. Para os textos em maior escala, é usada uma grelha de duas colunas. É perceptível que a revista mantém uma linguagem visual simples e consistente.

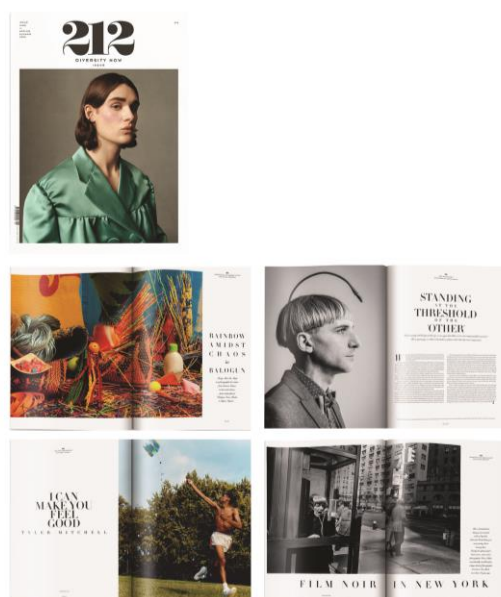


Figura 45 - Imagens da revista 212. Fonte: Stack magazines; 212 mag.

### Caso estudo 3

**Kinfolk** | 2016 | Copenhaga, Dinamarca  
192 páginas | formato: 27,2 x 21,6 cm

É uma revista trimestral sobre estilo de vida, cultura e comunidade. Esta dispõe tanto de uma versão impressa como digital que pode ser consultada no seu site, dando resposta às diferentes necessidades dos leitores.

A capa da *Kinfolk* apresenta um estilo minimalista e elegante, faz uso de uma imagem fotográfica, nas suas edições, que ultrapassa a delimitação das margens laterais, em contrapartida as margens superiores e inferiores estão bem definidas a branco. As margens permitem um destaque quase imediato para a composição da imagem e para as paletas de cores nela presentes, que está relacionada com as restantes cores utilizadas no interior da revista. O logo da *Kinfolk* encontra-se alinhado ao centro e fica com a parte inferior sobreposta à imagem o que cria uma pequena tensão. É também perceptível a existência de uma hierarquia, em que a primeira atenção desvia para a imagem, depois sobe para o logo e desce para ler a restante informação. Os textos dos temas encontram-se na parte inferior da capa, a começar com o título do tema principal, alinhado ao centro, com uma fonte sem serífas, e, abaixo distribuídos em três colunas, os restantes temas.

Na parte interior, as páginas aparentam não possuir o mesmo *layout*, mas conseguimos perceber que é utilizada uma grelha de quatro colunas como estrutura base. [Ver Figura 46 ] É perceptível que os elementos textuais são distribuídos por quatro colunas, duas colunas ou um apenas uma, todas estas resultantes da estrutura base, o que demonstra as várias possibilidades de distribuição da informação. As imagens apresentam um papel de destaque, assim como os espaços em branco.

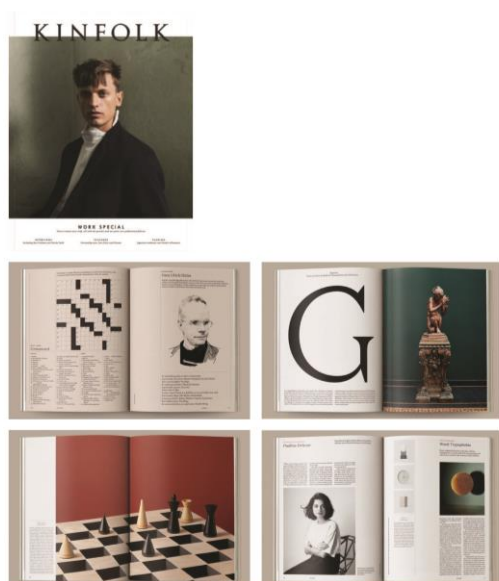


Figura 46 - Imagens da revista Kinfolk. Fonte: Stack magazines; Kinfolk.

#### Caso estudo 4

**Visions** | 2019 | Londres, Reino Unido  
256 páginas | formato: 14,5 x 21 cm

A *Visions* é uma publicação semestral sobre ficção científica que reúne escritores, investigadores e Designers. Esta conjuga os artigos com gráficos e ilustrações, o que torna a revista intuitiva e cativante. A revista escolheu o preto como fundo, o branco para textos e uma outra cor que varia consoante a edição, neste caso o rosa, como podemos verificar na **Figura 47** que se encontra abaixo.

Na capa, a *Visions* destaca-se pela sua dimensão, pela fonte tipográfica de estilo vintage sem serifas, a branco sobre fundo preto. O número de edição e o respetivo tema encontram-se alinhados à direita na orientação vertical, acima do título, e, na parte superior direita, existem alguns elementos gráficos, sendo que o restante é espaço em 'branco'. Segundo Tucker (2019), a fonte tipográfica utilizada foi projetada pelo autor e editor da revista Mathieu Triay, que inspirou-se no estilo *Art Déco* e num registo futurista.

Nesta edição é possível perceber que existe uma estrutura de grelha manuscrita com margens folgadas. A grelha apresenta variações pontuais de diminuição da coluna textual nas laterais para dar espaço a pequenas observações ou legendas. Isto representa uma segunda coluna mais fina na estrutura base, o que proporciona uma 'quebra' às delimitações das margens.

A *Visions* é uma revista com grande presença de textos corridos, no entanto, as composições da sua estrutura, em conjunto com as ilustrações, providenciam um equilíbrio gráfico e noção de hierarquia.



Figura 47 - Imagens da revista Visions. Fonte: Read Visions.

Após a breve análise destas revistas, conclui-se que o uso de uma estrutura base não impede que existam variações no uso das grelhas e, em alguns casos, o uso de grelhas é mais evidente. Os estilos e identidade gráfica de cada caso de estudo vão ao encontro dos seus valores e temas. Assim, os casos 1 e 4 apresentam um registo mais descontraído e artístico, enquanto os casos 2 e 3 distinguem-se com carácter mais sério e elegante.

## Capítulo IV

### 7. Âmbito e enquadramento do estágio

Nesta secção do documento é apresentada a entidade acolhedora do estágio curricular. O estágio realizou-se no NEAG – Núcleo de Edições e Artes Gráficas do Conservatório Escola Profissional das Artes da Madeira, Eng.º Luiz Peter Clode.

A equipa é formada por vários colaboradores, sendo que os contatos mais próximos e por ordem de funcionamento do CEPAM foram: Paulo Esteireiro, Diretor de Serviços de Investigação, Comunicação, Edições e Formação; Filipa Moreira Silva, coordenadora do Gabinete de Comunicação, Edições e Formação; Tiago Machado, (orientador de estágio) coordenador do Núcleo de Edições e Artes Gráficas; Lara Jumá, Designer do Núcleo de Edições e Artes Gráficas; Rúben Fernandes, assistente técnico. [Ver Figura 48]

O mesmo decorreu entre o dia 16 de setembro de 2019 e 16 de março de 2020, no entanto, após o fim do estágio houve a necessidade de prolongar o mesmo para concluir projetos já iniciados. O horário de trabalho cumprido foi das 8h00 às 16h00, sendo o mesmo flexível desde que se fizessem cumprir as horas exigidas. A aluna ocupou funções de Designer e foi responsável por projetos de carácter gráfico, editorial e de ilustração.

A primeira semana foi centrada no processo de integração, reunindo com o orientador para alertar acerca do funcionamento da entidade e planear que tipos de projetos ia ser responsável. Todos os projetos desenvolvidos passavam primeiramente pelo Tiago Machado (Orientador e Coordenador do NEAG), com exceção de alguns projetos que também precisavam ser aprovados pelo Paulo Esteireiro (DSICEF), pela Filipa Moreira Silva (GCEF) e, por fim, pelo requisitante do projeto.

### Organograma funcional do CEPAM Ano Letivo 2019/2020

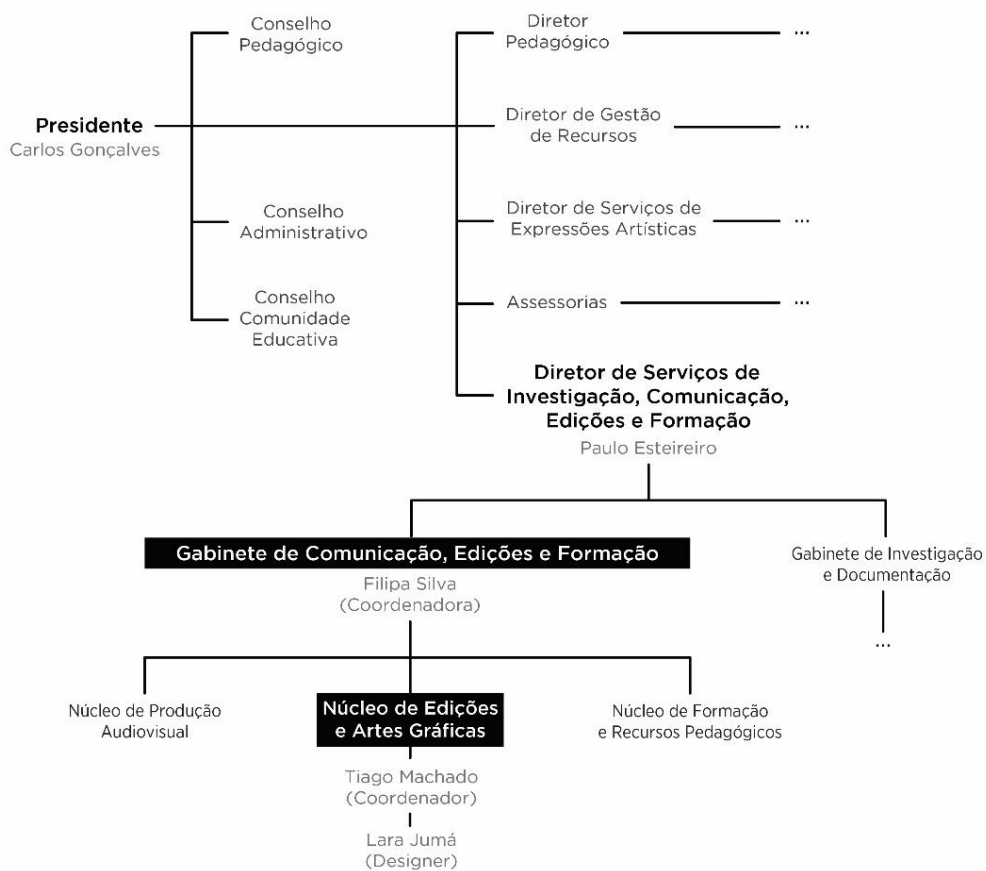


Figura 48 - Organograma funcional do CEPAM. Fonte: autora.

## 7.1. Áreas de atuação

No decorrer do estágio foram feitos vários projetos que englobaram diferentes áreas, como o Design gráfico, o Design editorial e a ilustração. A participação nesses diferentes projetos foi uma mais-valia para a evolução enquanto profissional. Os projetos inserem-se na área artística e educativa do CEPAM.

## 7.2. Gestão de projeto

A Gestão de Design propõe que durante todas as fases de um projeto os trabalhadores de todas as áreas colaborem para que o produto, projeto ou serviço resulte em algo funcional e eficaz. (Magalhães, 1997 IN Câmara et al., 2003)

Aos poucos, a Gestão de Design tem demonstrado o quão essencial é ao ser implementada, pois esta possibilita a criação de valor e ajuda a diferenciar os projetos e serviços da concorrência. A gestão de Design utiliza o *Design Thinking* como ferramenta para focar-se nas capacidades existentes que foram substituídas por práticas convencionais, isto deve-se ao medo de implementar novos métodos e processos inovadores de resolução de problemas. Desta forma, o *Design Thinking* ajuda a 'prever' estados futuros, o que possibilita ao público-alvo uma melhor experiência dos serviços ou produtos. (Lockwood, 2010 IN Casas & Merino, 2011)

Segundo Câmara et al. (2003), a gestão ajuda a definir e administrar a estrutura organizacional, a conduzir os projetos e os seus resultados, enquanto que a Gestão de Design ajuda a criar, administrar, acompanhar e controlar todas as fases do projeto e, mais importante, ajudar na comunicação.

Durante um projeto, para se conseguir definir os objetivos a longo prazo, é necessário recorrer ao Design para identificar necessidades, gerir recursos, ideias e conteúdos. A gestão de projeto integra métodos de Design, no ambiente de trabalho, e promove a colaboração entre Designers e gestores. (Mozota, 2011 IN Lopes et al. 2019)

Segundo Santos (2000), existem três níveis de gestão de Design: o nível operacional, que se foca no desenvolvimento de projeto; o nível tático, que consiste na procura de recursos que vão permitir a realização do projeto e o nível estratégico, que interage diretamente com a estratégia organizacional da empresa. O autor ainda acrescenta que este método de pesquisa e de desenvolvimento de produto permite que a empresa demonstre proatividade, inovação e destaque para com a concorrência.

É importante que todas as partes envolvidas no projeto permaneçam em constante comunicação e que compreendam minimamente as diferentes atividades (gestão e Design) para que a implementação seja bem-sucedida. É defendido que, na empresa, deve existir uma evolução de "fazer Design" para "pensar Design". (Casas & Merino, 2011)

Segundo Regadas (2012), em Portugal ainda existe dificuldade em aceitar a importância do Design como ferramenta da gestão. O Design ainda é pensado como algo meramente estético e é necessário pensar no Design também como gestão.

O Designer tem um papel transformador devido à sua criatividade e sentido de diferenciação no que se toca ao setor estratégico e à visão de desenvolvimento de projeto. Aos poucos, alguns Designers percebem que não foram preparados academicamente para integrar um papel que vai além dos fundamentos desta área e dos valores do Design.

Apesar de não existir uma cultura de Design em Portugal e de haver pouca percepção e informação da sua importância e dos benefícios que esta ferramenta acarreta por parte da população em geral, algumas empresas começam a ‘dar’ mais valor a estes profissionais. Conseguimos assim perceber que é necessária uma implementação de planos estratégicos de Design, no entanto, esta deve ser realizada de forma progressiva para que os profissionais de outras áreas e as empresas consigam adaptar-se à inovação e formação de novos conceitos.

### 7.2.1. Gestão de projeto em contexto de trabalho

O processo de desenvolvimento de um projeto [Ver Figura 49] começa por um pedido com a proposta numa plataforma interna, de seguida, é nomeado um dos designers como responsável desse mesmo projeto. Após a conclusão do projeto, este é enviado para aprovação e em alguns casos é feito um pedido de alteração e só após ser aprovado novamente o projeto está pronto para ser implementado.

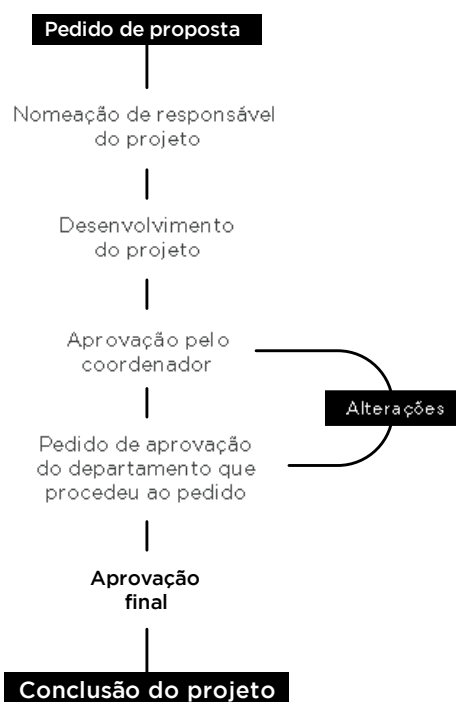


Figura 49 - Processo de desenvolvimento de projetos. Fonte: autora.

Ao todo foram realizados durante o período de estágio vinte e um projetos, que de uma forma geral partilharam de um processo de Design muito semelhante (como é possível verificar na [Figura 49](#)).

Durante o desenvolvimento de cada projeto existiu um fator muito importante: a comunicação. Foi através da constante comunicação com os colegas e responsáveis pelo projeto que foi possível chegar a certas conclusões e muitas vezes evitar alguns erros que são comuns no decorrer do trabalho. Tal como em todas as tarefas é habitual o aparecimento de algumas falhas e em alguns momentos foi necessário repensar todo o processo para resolvê-las.

O projeto mais extenso e também o mais complexo feito durante o estágio no CEPAM foi o desenvolvimento da revista MEA. O processo de redesign começou pela identificação dos problemas da edição anterior para que fosse possível perceber quais aspetos deveriam ser melhorados ou adaptados. [\[Ver Figura 50\]](#) Foram tidos em conta os seguintes aspectos: a adaptação do formato; a renovação da imagem da revista; a simplificação dos elementos textuais; o uso dos espaços em branco; a escolha da tipografia; o alinhamento de texto; a paleta de cores; a estrutura e o *layout*.

Após as fases de recolha de informação e análise, deu-se início ao desenvolvimento do projeto. Nesta etapa foram elaboradas propostas de logo, de possíveis capas, de layout e de tipografia a utilizar. No entanto, devido a mudanças na organização dos departamentos, o projeto foi suspenso entre 18 de outubro de 2019 e 3 de janeiro de 2020 e agendado para ser publicado no início do ano de 2020 sem data definida. As dificuldades que surgem no decorrer de um projeto podem por vezes comprometer o seu rumo ou fazer com que haja a necessidade de adaptação do material existente.

Ao retomar o projeto foi necessário rever os conteúdos que já estavam inseridos e perceber se estes ainda estavam atuais e poderiam ser publicados ou se alguns artigos deveriam ser substituídos. Como consequência da interrupção e do atraso da publicação foram feitas duas alterações de conteúdos na revista, o que causou a alteração da agenda cultural, de alguns artigos e também da adaptação dos respetivos layouts. [\[Ver Figura 52\]](#) Após esses pequenos contratemplos a revista foi aprovada para publicação e de momento encontra-se no site do CEPAM.

No decorrer do desenvolvimento da MEA, apareceram alguns problemas, nomeadamente problemas decorrentes do fluxo de trabalho, problemas de gestão de projeto e de otimização de produção e implementação.

Ao gerir um projeto é necessário planificar e organizar as tarefas que devem ser feitas e estabelecer metas para que seja possível determinar uma data de entrega e cumpri-la. Dessa forma, existe um maior controlo do tempo e possibilita ter uma margem de erro. A margem de erro pode ser utilizada para fazer as alterações e mesmo assim conseguir entregar o projeto na data prevista.



Figura 50 - Processo de *redesign* da Mea. Fonte: Autora.

O processo de Design nem sempre é claro. Sabemos que este possui um início e um fim, mas o espaço entre esses dois pontos pode ser mais complexo. Num processo de Design, é comum voltar ‘passos’ atrás e refazê-los até que se consiga chegar a um objetivo. Tal como se pode verificar com o processo de Design segundo Tim Brennan (1990) na Figura 51.

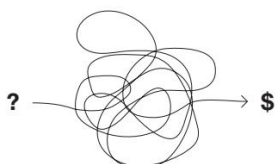


Figura 51 - *Design process*. Fonte: Tim Brennan, 1990 IN Dubberly, 2004.

Para que exista uma boa otimização de produção é necessário planear todos os aspectos do projeto para evitar outros tipos de constrangimentos. Primeiramente é importante reunir todos os conteúdos que devem ser incluídos no projeto, sejam eles conteúdos textuais ou visuais. Possuir todo o material vai permitir ao designer uma melhor gestão do projeto, pois a partir daí vai ser capaz de construir um *layout* mais preciso e, posteriormente, distribuir todos os elementos da forma mais fluída consoante o conceito já previamente elaborado.

Este processo vai ajudar a poupar o tempo de resposta, fazendo com que seja possível obter um *feedback* antecipado e, no caso de existir alguma lacuna, vai ser possível corrigi-la rapidamente sem comprometer as datas de entrega.

Apesar das eventuais dificuldades do fluxo de trabalho, todas estas foram ultrapassadas graças também ao apoio dos profissionais do CEPAM que sempre se demonstraram presentes no decorrer do estágio.

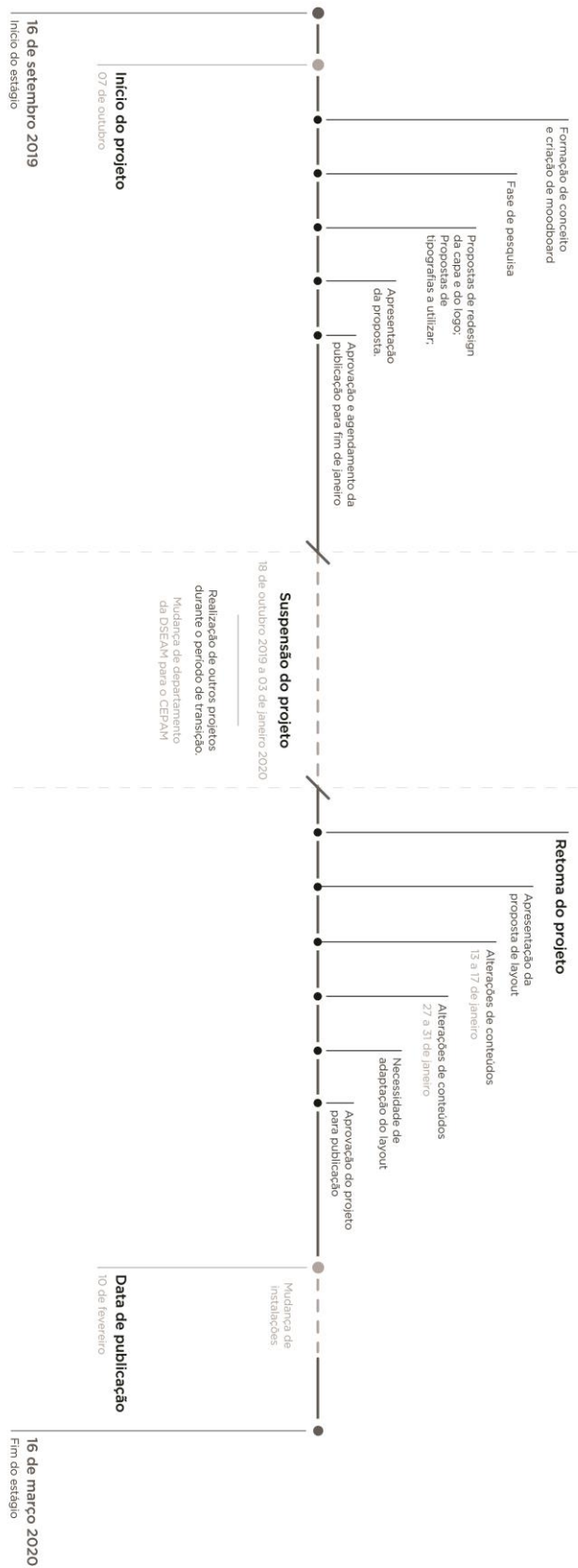


Figura 52 - Esquema detalhado do desenvolvimento do projeto. Fonte: Autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala)

## 8. Projetos desenvolvidos

Durante o estágio, foram desenvolvidos diversos projetos, dos quais destaco, pela sua relevância, os seguintes:

Conjunto de alguns cartazes para eventos diversos, tais como:

- ‘*Ho, Ho, Ho na Cutxilândia*’ (cartaz ilustrado para a peça de teatro infantil natalícia da equipa de animação da Direção de Serviços de Educação Artística);
- ‘Ateliê de escrita criativa’ e ‘Concurso de declamação de Poesia’ (cartazes desenvolvidos para a Biblioteca das Artes do CEPAM);
- ‘*Hollywood in Concert*’ (cartaz desenvolvido para o concerto da Orquestra Académica do CEPAM);
- ‘O sonho da fada Ofélia’ (cartaz ilustrado desenvolvido para a peça de marionetas da equipa de animação da Direção de Serviços de Educação Artística, baseado no livro infantil);

Projetos editoriais, tais como:

- ‘Artes em Ação’ (projeto de paginação do suplemento do Jornal da Madeira acerca da educação artística e dos eventos relacionados para a edição de março de 2020);
- ‘MEA – Magazine de Educação Artística’ (Projeto de *redesign* e *template* da revista digital para o lançamento da sua segunda edição.);

Projetos de ilustração, tais como:

- ‘Contrastes’ (conjunto de ilustrações para o manual de estudos de braguinha);
- ‘Vinte’ (conjunto de ilustrações para o livro da coleção 20);

Os projetos foram feitos por pedido, numa plataforma interna, na qual era escolhido um Designer para responder a esse pedido. Nele constavam, os critérios e o descritivo do que era pretendido, assim como a data de entrega prevista. Alguns dos projetos foram desenvolvidos em paralelo devido aos pedidos e às alterações, de forma a conseguir responder a todos e respeitar as datas de entrega. Na [Figura 53](#) e nos anexos, encontram-se o cronograma explicativo das tarefas feitas em simultâneo. Nas [Figura 54](#) e [Figura 55](#), é possível ver as datas de início e fim de cada projeto, assim como as datas das alterações e o tempo que foi necessário para concluir cada projeto.

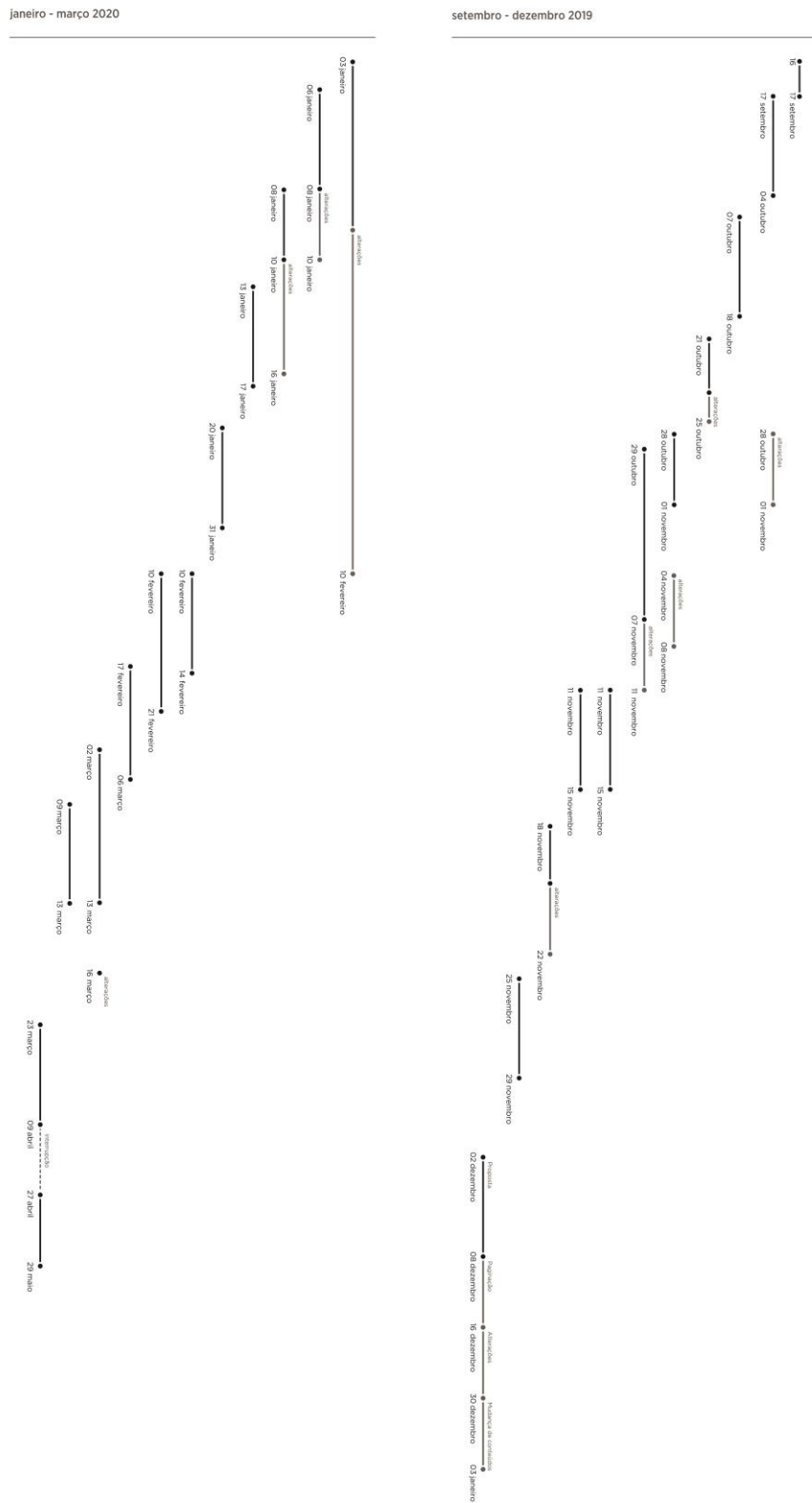


Figura 53 - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: autora. (Encontra-se nos anexos em maior escala)

### CRONOGRAMA DE PROJETOS

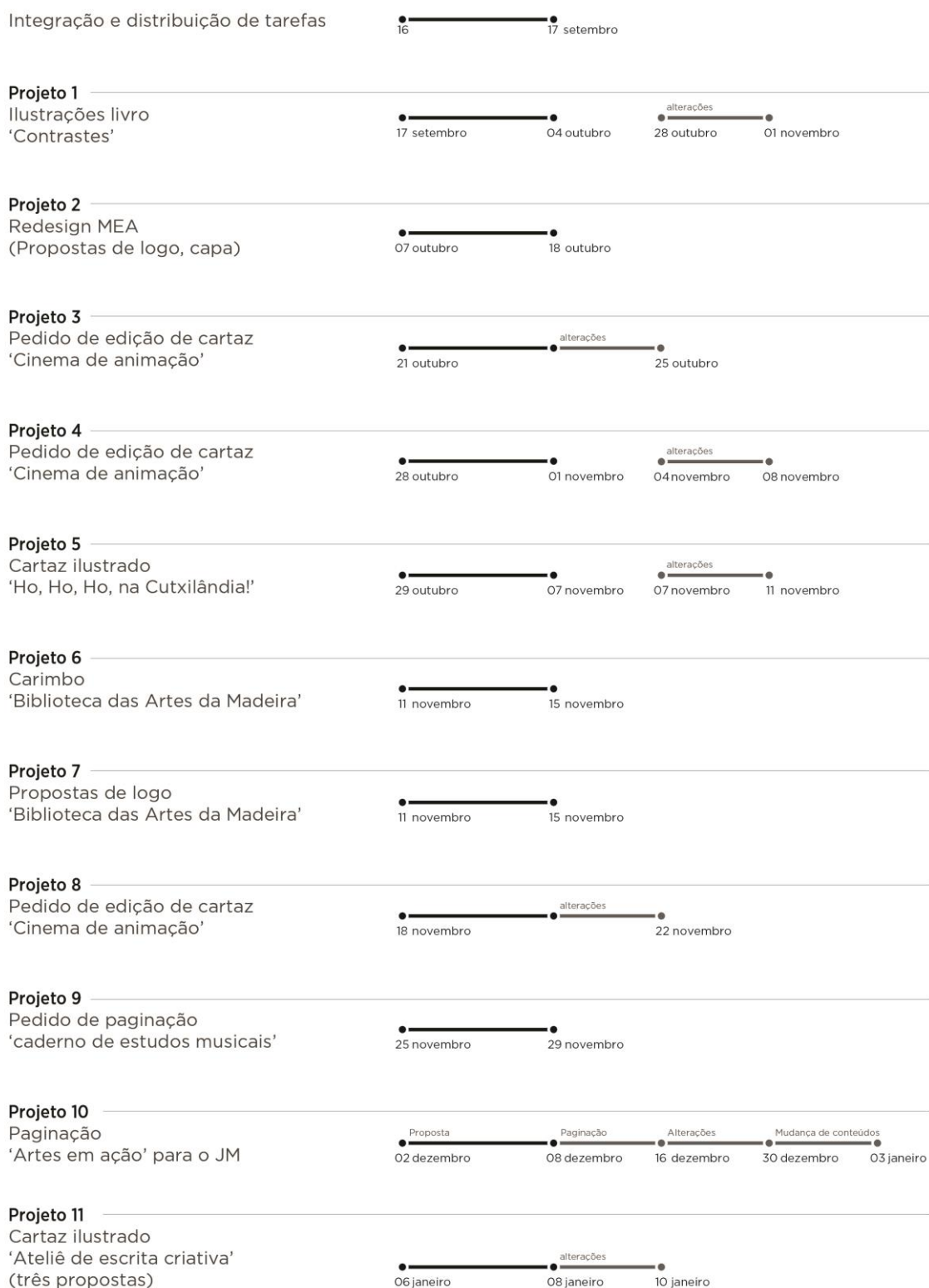


Figura 54 - Cronograma de projetos. Fonte: autora.

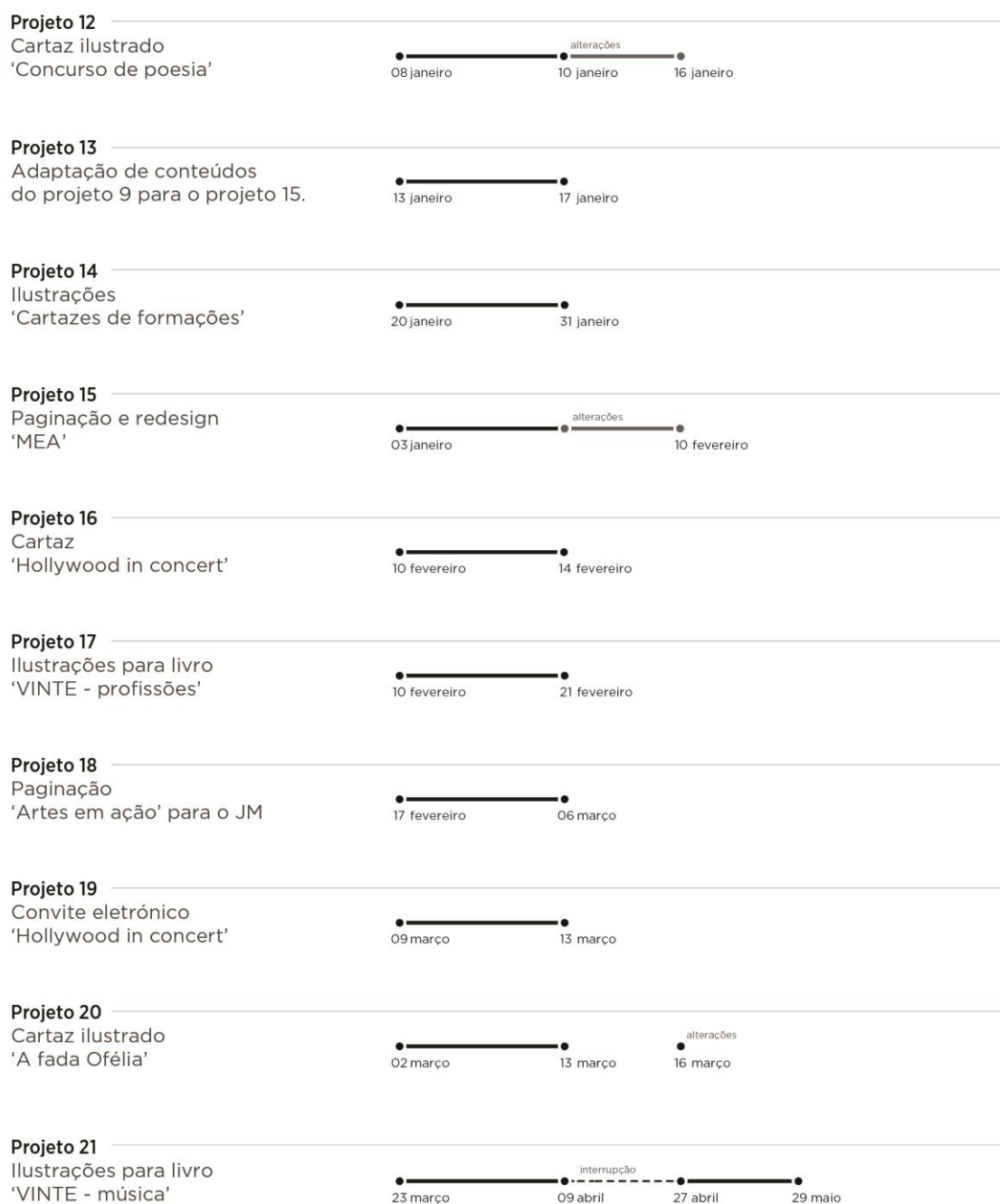


Figura 55 - Cronograma de projetos. Fonte: autora.

## Projeto 1 - Ilustrações

O seguinte projeto insere-se na área da ilustração. E este tratou-se de um manual de estudos de braguinha para crianças, denominado de 'Contrastes'. Foram necessárias vinte e duas ilustrações para cada estudo. Estas resultaram da conjugação de palavras-chave (Braguinha, música, ilustração infantil, contrastes) com os nomes de cada exercício (cordas soltas, espelho, *space mi*, cristal, brisa, inverso, ...).



Figura 56 - Mockup da ilustração no manual de estudos 'Contrastes'. Fonte: autora.  
Mockup: <https://mrmockup.com/magazine-psd-mockup/>

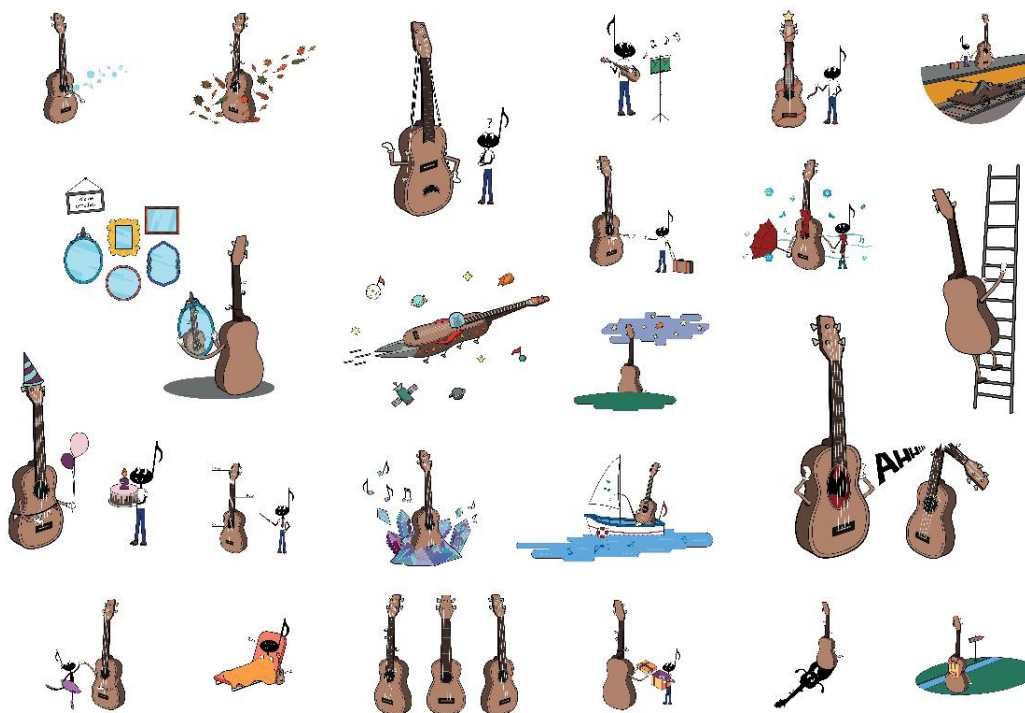


Figura 57 - ilustrações do manual 'Contrastes'. Fonte: autora.

## Projeto 2 – Redesign

Este projeto consistiu em criar uma nova imagem visual para a revista MEA. Para isso, foram feitos estudos de logo até chegar ao logo escolhido [ver Figura 59]. Posteriormente começou-se a idealizar como o logo poderia ser incorporado na capa. Foram criadas algumas versões de propostas para a capa como pode ser verificado na Figura 58 .

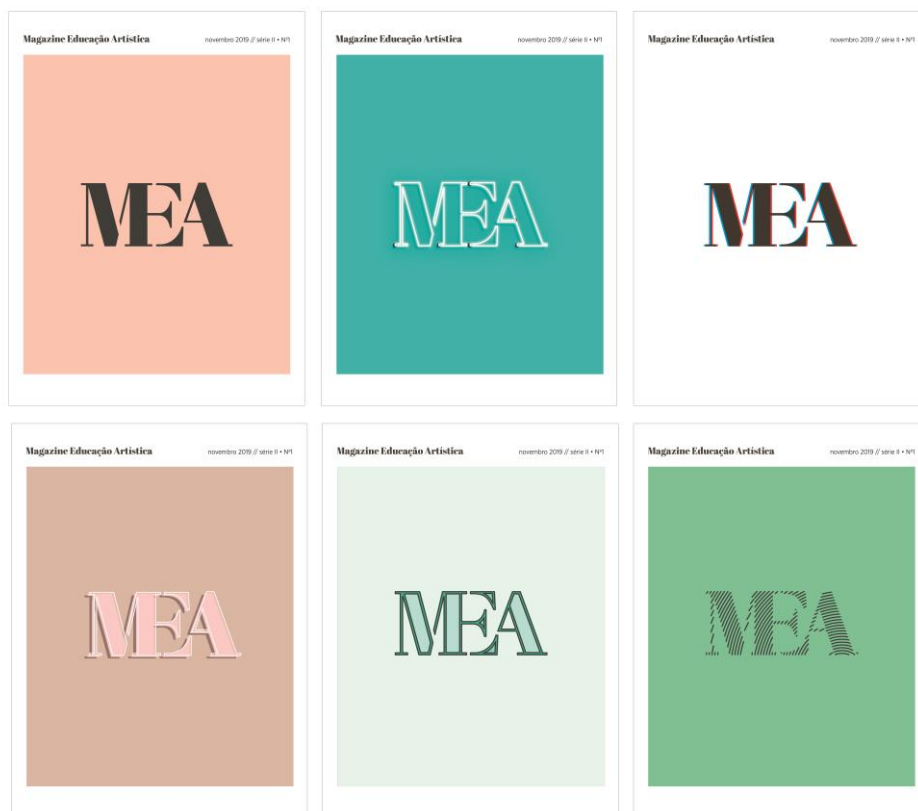


Figura 58 - Estudos de capa. Fonte: autora.



Figura 59 - Logo da MEA. Fonte: autora.

## Projeto 5 – Cartaz ilustrado

O seguinte cartaz ‘*Ho, Ho, Ho na Cutxilândia*’, consistiu em fazer um cenário ilustrado baseado nos adereços da peça de teatro infantil natalícia da equipa de animação da Direção de Serviços de Educação Artística. O processo passou por analisar as imagens dos desenhos feitos pelos responsáveis da peça e com base nos mesmos começar a criar o cartaz.



Figura 60 - Cartaz ilustrado 'Ho, Ho, Ho... na Cutxilândia'. Fonte: autora.

## Projeto 6 – Layout carimbo

A BAM (Biblioteca das Artes da Madeira), fez um pedido de carimbo para ser utilizado nas requisições da biblioteca. Foram feitas três propostas como se pode verificar na Figura 61 .



Figura 61 - Propostas para carimbo. Fonte: autora.

## Projeto 10 - Paginação

O 'Artes em Ação' foi um projeto de carácter editorial que visou informar os demais interessados dos eventos mais importantes do CEPAM. Este suplemento faz parte do JM (Jornal da Madeira). Abaixo seguem-se alguns *mockups* do suplemento, nomeadamente a primeira e última página [ver Figura 62] e o interior [ ver Figura 63 e Figura 64 ].



Figura 62 - Primeira e última página do suplemento 'Artes em Ação'. Fonte: autora.  
Mockup: <https://www.free-mockup.com/downloads/newspaper-mock-up/>



Figura 63 - Interior do suplemento 'Artes em Ação'. Fonte: autora.  
Mockup: <http://www.viscon.biz/product/newspaper-mockup-free/>



Figura 64 - Interior do suplemento 'Artes em Ação'. Fonte: autora.  
Mockup: <http://www.viscon.biz/product/newspaper-mockup-free/>

## Projeto 11 – Cartazes ilustrados

Os seguintes cartazes ‘Ateliê de escrita criativa’ [Figura 65 e

Figura 66], consistiram em elaborar um cartaz ilustrado, com elementos gráficos variados tendo em conta o tema e o propósito do mesmo. Os cartazes foram desenvolvidos para a Biblioteca das Artes do CEPAM. As propostas foram inspiradas pelo sentido da criatividade, fazendo o uso de elementos como nuvens e cores chamativas e contrastadas. [ver Figura 67]



Figura 65- Cartaz ilustrado ‘Ateliê de escrita criativa’ (opção 1 - cartaz final). Fonte: autora.

Figura 66- Cartaz ilustrado ‘Ateliê de escrita criativa’ (opção 2). Fonte: autora.

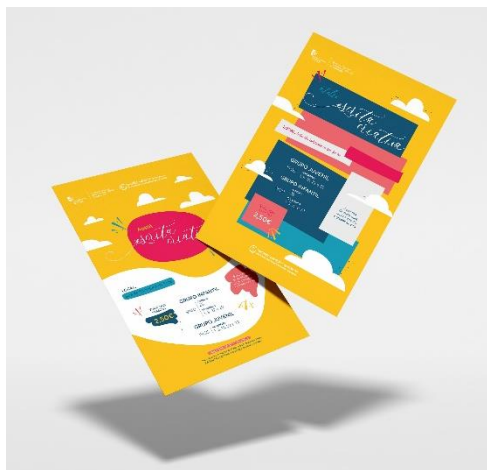


Figura 67 - Cartazes ‘Ateliê de escrita criativa’. Fonte: autora.

Mockup: <https://mockups-Design.com/>

## Projeto 12 - Cartaz ilustrado

O cartaz '*Concurso de Declamação de Poesia*', consistiu em elaborar um cartaz ilustrado baseado no tema. [ver Figura 68] O cartaz foi desenvolvido para a Biblioteca das Artes do CEPAM.



Figura 68- Cartaz ilustrado 'Concurso de declamação de poesia'. Fonte: autora.  
Mockup: <https://mockups-Design.com/>

## Projeto 15 - Paginação

O projeto seguinte é também de carácter editorial. Consistiu em fazer o redesign da revista digital MEA. Este projeto é a continuação do projeto 2, sendo que esta fase consistiu em criar uma estrutura para o *layout* e proceder à sua paginação com os conteúdos facultados. [ver Figura 69 e Figura 70] É possível aceder à MEA série II nº1 através do site do CEPAM [<https://www.conservatorioescoladasartes.com/magazine-de-educacao-artistica/>], assim como todas as edições anteriores e posteriores.



Figura 69 - Revista MEA num dispositivo móvel. Fonte: autora.  
Mockup: <https://www.free-mockup.com/downloads/free-ipad-pro-2018-mockup-sketch-psd/>

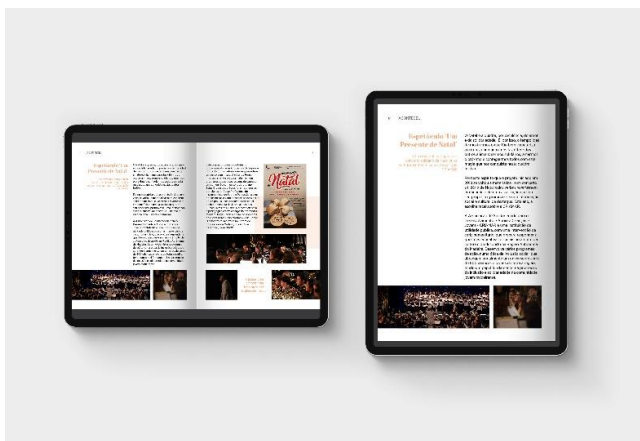


Figura 70 - Revista MEA apresentada em dispositivos móveis. Fonte: autora.  
Mockup: <https://www.free-mockup.com/downloads/free-ipad-pro-2018-mockup-sketch-psd/>

## Projeto 16 - Cartaz

O projeto *'Hollywood in Concert'* consistiu em elaborar um cartaz simples inspirado nos painéis luminosos dos teatros, tendo em conta a temática do concerto. O cartaz foi desenvolvido para a AO (Orquestra Académica) do CEPAM. [ver Figura 71]

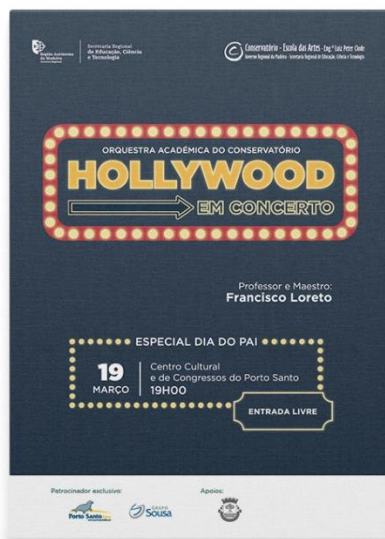


Figura 71 - Cartaz 'Hollywood in Concert'. Fonte: autora.  
Mockup: <https://mockups-Design.com/>

## Projeto 17 - Cartaz ilustrado

O seguinte cartaz *'O sonho da fada Ofélia'*, consistiu em criar um cartaz ilustrado. Foi desenhado consoante os adereços da peça de teatro de marionetas infantil da equipa de animação da Direção de Serviços de Educação Artística. [ver Figura 72]



Figura 72 - Cartaz 'O sonho da fada Ofélia'. Fonte: autora.  
Mockup: <https://mockups-Design.com/>





## Capítulo V

### 9. Considerações finais

#### 9.1. Conclusões e contributos

Através deste estágio foi possível observar de forma próxima o funcionamento da entidade entre o NEAG e os restantes departamentos, no decurso dos projetos. Com esta experiência foi possível perceber a importância não só do design de comunicação, mas também da gestão de design e da utilização do *design thinking* como ferramentas que possibilitam um melhor desempenho e desenvolvimento dos projetos.

No contexto de trabalho demonstrou-se que os conhecimentos adquiridos durante a formação académica foram imprescindíveis e facilitaram o processo de adaptação. Também foram adquiridas novas competências técnicas, devido ao apoio e dos colegas de trabalho e à ótima relação e comunicação entre a equipa.

Com a investigação foi possível aprofundar os conhecimentos em alguns conceitos que são de grande importância para o design, no geral, mas principalmente, para o design de comunicação e o design editorial. Durante a investigação também foi possível entender quais são os constrangimentos de não seguir as regras de diagramação, mas também que a estrutura de uma publicação dependerá do seu propósito. Assim sendo, a diagramação é um procedimento que vai oferecer à composição um *layout* coerente, pois ajuda a distribuir os elementos de forma harmoniosa e equilibrada. Apesar dessas mais valias, alguns designers utilizam as grelhas como referência e ‘ignoram’ os limites das grelhas, o que lhes permite apresentar novas formas de comunicar as suas ideias e sentimentos de forma mais artística.

Durante a investigação de carácter misto, foi explorada a possibilidade da criação e uso de *templates* a nível interno na entidade com o intuito de facilitar o processo de composição. Também refletiu-se o benefício do uso da componente de gestão de design e de *design thinking* de forma a otimizar o processo de produção de projetos e de obter melhores resultados de implementação.

Após a conclusão do estágio, foi perceptível que nem todos os objetivos definidos inicialmente foram alcançados de forma imediata. Os resultados obtidos após a implementação do *template* indicam uma melhoria significativa na organização e diagramação da revista. Percebemos então, que a implementação do documento modelo ajudou a definir um novo estilo visual para a MEA, e a estabelecer uma linguagem gráfica mais coerente. A linha editorial da MEA obteve validação por parte da entidade acolhedora e encontra-se no site do CEPAM.

É importante salientar que o estágio no Conservatório Escola Profissional das Artes da Madeira, teve um papel fundamental no desenvolvimento pessoal e evolução profissional da aluna.

## 9.2. Recomendações para futuros estudos

O estágio no CEPAM foi uma experiência muito enriquecedora, tanto na componente profissional, que permitiu a evolução das minhas competências, como a nível pessoal, na melhoria das minhas capacidades de comunicação com as pessoas ao meu redor e na melhor compreensão do funcionamento da entidade e dos diversos departamentos.

Apesar do estágio ter decorrido sem inconvenientes, considera-se pertinente uma investigação mais focada na gestão de projeto ligada ao design editorial, de forma a compreender melhor de que forma esta estratégia deve ser implementada. É importante analisar de forma mais cuidada os problemas decorrentes do fluxo de trabalho, tais como a recolha e organização de conteúdos para a planificação de um projeto. É relevante perceber de que forma estes podem gerar problemas tanto no decorrer do projeto, como no produto final.

Salienta-se a importância do uso de estratégias que recorrem ao *design thinking* ou à gestão de design para um melhor funcionamento interno das entidades.

### 9.3. Disseminação

O estágio realizou-se no Conservatório Escola Profissional das Artes da Madeira Eng<sup>o</sup> Luiz Peter Clode, no Núcleo de Edições e Artes Gráficas. Neste estágio foram implementados os conhecimentos adquiridos durante o percurso académico, tendo como foco principal a área do Design Editorial.

Esta investigação teve como objetivo tentar corrigir as eventuais lacunas detetadas no objeto de estudo, mas também de atribuir uma nova imagem à linha editorial, deixando-a com um estilo mais simples e atual.

Os resultados obtidos encontram-se publicados e disponíveis para consulta no site do CEPAM '<https://www.conservatorioescoladasartes.com/>'. [Ver ] Esta experiência serviu como caso de estudo e como experiência, o que contribuiu para o meu crescimento profissional e académico.

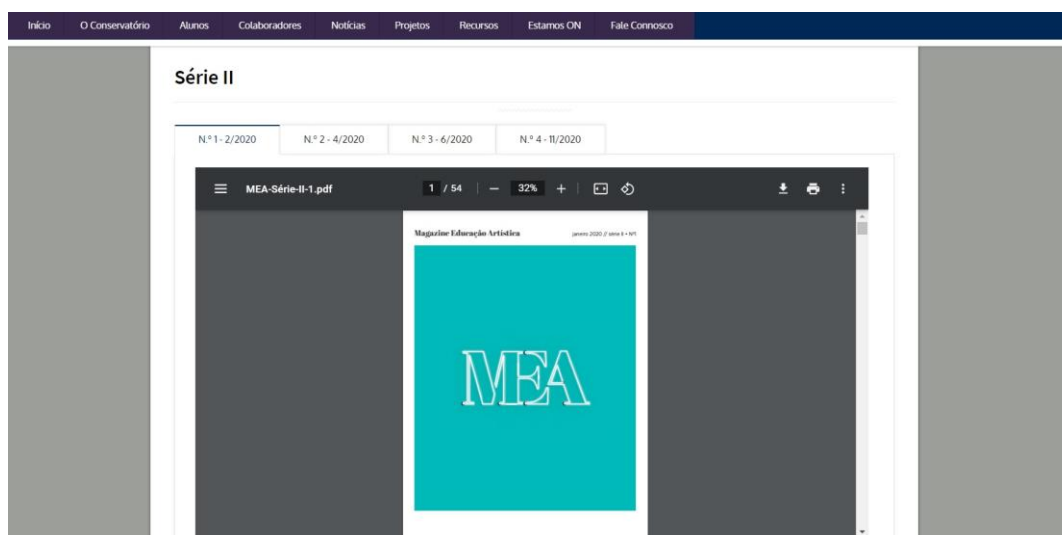


Figura 74 - MEA publicada na página do CEPAM, janeiro de 2020. Fonte: CEPAM

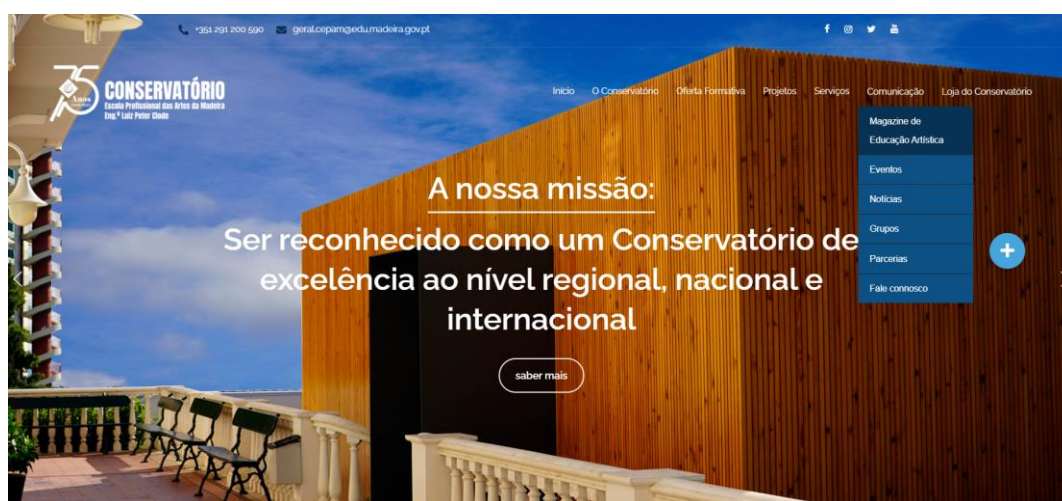


Figura 75 - Site do CEPAM, maio de 2021. Fonte: CEPAM

Em paralelo, com o decorrer do estágio foi elaborado um poster [Ver Figura 76 e Figura 77] acerca da presente investigação para a cadeira de seminário com o intuito de participar no evento EIMAD - Encontro de Investigação em Música, Artes e Design, organizado pela Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

O poster foi desenvolvido a partir de um breve resumo acerca do estudo da área do design editorial, focando-se também no objeto de estudo e na intervenção em contexto de estágio. O conceito de *layout* do poster foi baseado nas noções de diagramação aprofundadas durante a presente investigação, apresentando uma proposta de distribuição da informação textual de forma mais visual, minimalista, respeitando os espaços em branco e sem o uso de grafismos ou outros artifícios complementares e coloridos, realçando apenas a informação.



Figura 76 - Poster EIMAD. Fonte: autora. Mockup: <https://mockups-Design.com/>

Music  
Arts  
Design



NAME Gabriela Aguiar Silva  
 INSTITUTION ESAT - Escola Superior de Artes Aplicadas  
 TITLE O papel do design de comunicação na coerência e qualidade gráfica nas publicações editoriais  
 THEME Design editorial  
 KEYWORDS Design editorial, Design de comunicação, Coerência Gráfica, Publicações Digitais.

**Resumo**  
 Este trabalho pretende abordar o estado da arte do design editorial, mas focado na publicação de revistas digitais, que realçam os aspectos e o design curricular no âmbito da Edição e da Arte Gráfica do Conservatório Escola de Artes da Madeira, Eng.º Luís Paulo Cande (CEAM).  
 O objetivo principal é aprofundar conhecimentos sobre as regras e técnicas essenciais de design editorial e do design gráfico. Desta forma, pretende-se analisar os elementos presentes na revista digital da Associação de Artes da Madeira, conservatório de artes tradicionais e criar uma linha editorial coerente e atrativa nas plataformas digitais.  
 A análise de informação foi feita numa fase de exploração do projeto no âmbito do estágio. Para isso, foi de grande importância estudar as bases do design editorial e examinar projetos semelhantes.

**Abstract**  
 This proposal intends to approach the study of the area of editorial design, more focused on the publication of digital magazines, which emphasize the aspects and the design curricular in the scope of the Editing and the Graphic Arts of the Conservatory School of Arts of Madeira, Eng.º Luís Paulo Cande (CEAM).  
 The main objective is to deepen knowledge about the specific rules and techniques of editorial design and graphic design. In this way, it will be possible to analyze the elements present in the digital magazine of the Association of Arts of Madeira, conservatory of traditional arts and create a coherent and attractive editorial line on digital platforms.  
 The collection of information was an exploratory phase of the project within the scope of the internship. For this, it was of great importance to study the bases of editorial design and examine similar projects.

## O PAPEL DO DESIGN DE COMUNICAÇÃO NA COERÊNCIA E QUALIDADE GRÁFICA NAS PUBLICAÇÕES EDITORIAIS

CAMPO DE ESTUDO Design de comunicação

TEMA Design editorial

### INTRODUÇÃO

Atualmente existe uma grande variedade de revistas, livros e outros tipos de publicações das mais diversas áreas e estão não se encontram apenas no formato analógico, mas cada vez mais no formato digital. Ambos os formatos respondem às necessidades do público, no entanto percebe-se que muitas das publicações impressas tendem a ficar em um formato digital, de forma a alcançar mais leitores. Esta transição deve-se à introdução dos smartphones e tablets, desta forma as publicações tradicionais percebem que era necessário adaptar-se (Caldwell & Volanda Zapatero, 2014). Apesar destas duas vertentes, os regimes do design gráfico e editorial permanecem semelhantes quando implementados nas publicações editoriais, destacando apenas algumas diferenças devido aos diferentes suportes.  
 O objeto de estudo desta investigação será a revista digital MEA (Magazine da Educação Artística) do CEPAM e Conservatório Escola Profissional das Artes da Madeira, Eng.º Luís Paulo Cande. Paralelamente a esta a implementação da revista em Design Gráfico pela Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Cascais (Barrica, 2010), que se por fazer um estágio curricular no CEPAM, para que a investigação possa também ser observada de forma íntima.  
 Com esta proposta é pretendido estudar a linha editorial da revista digital MEA, assim como estudar a importância das regras e da coerência gráfica nas publicações editoriais. Também será importante destacar quais os aspetos que devem ser considerados e, perceber em que medida os mesmos podem produzir a leitura e a atenção por parte do público, assim como os conhecimentos que podem afetar a empresa.  
 Para poder conformar a situação será necessário estudar a melhor forma de construir uma solução para atingir as eventuais falhas de coerência gráfica na linha editorial MEA.

### OBJETIVOS

O objetivo geral consiste em aprofundar e aplicar o conhecimento adquirido durante o curso para tentar solucionar de forma positiva as lacunas existentes na linha editorial da MEA.  
 Os objetivos específicos desta proposta consistem em avaliar os problemas editoriais presentes na revista, investigar a abordagem de diferentes revistas digitais, definir um estilo visual, estabelecer regras tais como um limite de páginas e determinar fontes tipográficas. Também será crucial criar rubricas de forma a organizar a informação e definir um público-alvo.  
 Desta forma, pretende-se conformar as dificuldades presentes no estudo de caso, ganhar maturidade profissional e dar um contributo positivo para o CEPAM.

### BENEFÍCIOS

Os benefícios detetados são a implementação de toda a componente técnica e prática adquirida durante todo o percurso académico nesta investigação, que é de carácter misto.  
 No decorrer desta serão adquiridos outros componentes como a experiência em contexto de trabalho, o contacto com profissionais não só da área de investigação, mas também de outras áreas, o que vai permitir uma abordagem mais abrangente.  
 Como o foco desta investigação é o design editorial digital, esta será uma área menos explorada, o que se torna um ponto forte. Também é pretendido que o CEPAM seja beneficiado com o contributo desta investigação através da implementação do projeto.

### ARGUMENTO

A construção de um manual de linhas de orientação que estabeleça uma linguagem gráfica coerente e visual, é um elemento importante na construção de MEA, que permitirá que a publicação possa ser facilmente identificada, pelo seu estilo gráfico.

### ESTÁDO DA QUESTÃO

O design é um campo abrangente que inclui várias áreas, como o design de comunicação e o design editorial. O design editorial tem como objetivo facilitar a comunicação da informação e comunicação de forma clara, para isso é necessário seguir algumas regras como a utilização de grelhas e a hierarquia da informação. É uma das vertentes do design gráfico, uma área ampla que muitas vezes tem ligação com o jornalismo. Esta abrange também uma grande variedade de conteúdos sejam impressos ou digitais, como folhetos, revistas, jornais ou livros.  
 "Uma forma simples de definir design editorial é tratá-lo como **jornalismo visual**, (...) **Uma publicação editorial pode editar, informar, instruir, convencer, educar**, (...) (Caldwell & Volanda Zapatero, 2014, p.8)

Atualmente existem diversas formas de ler publicações e grande parte deve-se aos dispositivos móveis, que permitem que a informação possa ser vista de outras formas, sendo uma ótima componente interativa. Podemos observar diferentes abordagens, como a distribuição da informação nas páginas, onde muitas vezes uma página acidentalmente vazia pode conter muita informação.  
 No design editorial devemos ter atenção a vários aspectos, tais como a hierarquia da informação, o formato, o uso de grids, a capa, e escolher as fontes tipográficas, as cores e os aspectos em branco.

### METODOLOGIA

Esta investigação faz uso de uma metodologia mista, composta pela metodologia intervencionista e não intervencionista de base qualitativa, sendo que a intervencionista será resultado do estudo de caso - estágio (com investigação ativa através do projeto) e a não intervencionista que será resultado da observação e crítica da literatura na área.

A fase inicial desta investigação serve para fazer recolha da informação e análise da mesma para fundamentar os estudos de caso. Depois será feito um apuramento de toda a investigação de forma a obter algumas conclusões.



### RESULTADOS PRELIMINARES

A entidade CEPAM

A Magazine de Educação Artística foi publicada pela primeira vez em 2013 e começou por ser uma publicação trimestral que pretendia mostrar um pouco da educação artística no Magalhães Autódromo da Madeira. A MEA, conta com dois publicadores, tendo algumas interrupções ao longo dos anos.

Inicialmente foi uma edição do Secretariado Regional da Educação, através da Direção de serviços de Educação Artística e Multimédia e que atualmente faz parte do Núcleo de Edições e Artes Gráficas do Conservatório Escola Profissional das Artes da Madeira.

O problema identificado foi a falta de um fio condutor entre as publicações e a falta de rigor gráfico na linha editorial da MEA. Deste modo, foi detetada uma necessidade de criar um suporte com linhas de orientação e regras para implementar na linha editorial da MEA.  
 Para a 2ª edição da MEA, foi pensado criar uma linha gráfica com inspiração minimalista, de forma a contrariar um dos problemas detetados na série anterior, como a falta de espaços em branco e o excesso de informação.

### CONCLUSÕES PRÉVIAS

No decorrer do estágio foram feitos vários projetos que englobaram diferentes áreas, como o design gráfico, o design editorial e a Autódromo. A participação nesses diferentes projetos foi uma mais-valia para a minha evolução enquanto profissional.

Também foi possível perceber que alguns dos objetivos no decorrer da concretização do objeto de estudo eram difíceis de concretizar, pois estes aspectos dependiam da aprovação por parte de outros departamentos. No entanto, foi possível avaliar os problemas editoriais presentes na revista MEA e definir um novo estilo visual. Os resultados obtidos foram publicados em plataformas digitais como o ISSUU, desta forma o projeto poderá ser partilhado nas redes sociais e assim alcançar o seu público-alvo.

### Referências Bibliográficas

Caldwell, C. & Volanda Zapatero, (2014). Design editorial: uma abordagem à prática. Lisboa: Alameda Editorial. ISBN: 978-972-71-1000-0.  
 Barrica, (2010). O design de comunicação. Lisboa: Alameda Editorial. ISBN: 978-972-71-1000-0.  
 Aguiar, M. (2019). O papel do design de comunicação na coerência e qualidade gráfica nas publicações editoriais. Trabalho de conclusão de curso, Universidade do Algarve, Faro.  
 Aguiar, M. (2019). O papel do design de comunicação na coerência e qualidade gráfica nas publicações editoriais. Trabalho de conclusão de curso, Universidade do Algarve, Faro.  
 Aguiar, M. (2019). O papel do design de comunicação na coerência e qualidade gráfica nas publicações editoriais. Trabalho de conclusão de curso, Universidade do Algarve, Faro.  
 Aguiar, M. (2019). O papel do design de comunicação na coerência e qualidade gráfica nas publicações editoriais. Trabalho de conclusão de curso, Universidade do Algarve, Faro.



Figura 77 - Poster EIMAD. Fonte: autora.



## 10. Bibliografia

- Amado, P., & Silva, C. (2011). *Anatomia Tipografica. II Encontro Nacional de Tipografia*. Aveiro.
- Arty, D. (2018). *Guia sobre Grid no Design*. <https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-grid/>
- Brown, T. (n.d.). *DESIGN THINKING DEFINED*. <https://designthinking.ideo.com/>
- Brown, T. (2008). *Design thinking*. <https://doi.org/10.1109/MS.2019.2959328>
- CÂMARA, J. J. D., MONTEIRO, R. C. D., OLIVEIRA, W. A., MENDONÇA, L. L., & BOTELHO, R. D. (2003). a Gestão Do Design Na Concepção De Novos Produtos E a Diferenciação Mercadológica. *Management, 2002*.
- Cardoso, C. S. G. (2017). *a Grelha De Paginação No Design Editorial Impresso*.
- Cardoso, R. (2008). O design gráfico e sua história. *Revista Artes Visuais, Cultura e Criação. Senac*.
- Casas, D. D., & Merino, E. A. D. (2011). Gestão de design e design thinking: uma relação possível. *E-Revista LOGO, 2(1)*, 61–69. <https://doi.org/10.26771/e-revista.logo/2011.1.07>
- Christian, M.-R. (2019). *Design Thinking for Dummies*.
- Davalos, A. (2019). *DESIGN THINKING*. May, 0–12.
- Domingos, A. R. T. (2017). *Design Editorial Pós-moderno: Redesign do periódico Umbigo: Vol. [Dissertaç.*
- Dubberly, H. (2004). How Do You Design. *American Journal of Gastroenterology, 64(5)*, 147. <http://www.dubberly.com/articles/how-do-you-design.html>
- Grabes, O. (2018). The modern principles of Design. (B. GQ, Entrevistador)
- Lanks, B. (2 de junho de 2017). *Mangenta*. Obtido em 20 de janeiro de 2019, de Mangenta: <https://br.magenta.as/o-que-faz-uma-cap-a-de-livro-boa-367f963fe28c>
- Lessa, J. (2012). *Tipografia: Anatomia do Tipo*.

- Federizzi, C. L., Halpern, M., Machado, T. L., & Gerenda, F. (2014). *O Moodboard Como Ferramenta Metaprojetual: Um Estudo Sobre O Caso Smart! December 2014*, 1101–1112.  
<https://doi.org/10.5151/designpro-ped-00486>
- IDEO, & Brown, T. (n.d.). *Design Thinking defined*. Retrieved December 6, 2020, from  
<https://designthinking.ideo.com/>
- Kelley, T., & Kelley, D. (n.d.). *How do people define design thinking?*  
<https://designthinking.ideo.com/faq/how-do-people-define-design-thinking>
- Lopes, D. A., Jo, O., & Neves, V. (2019). *A Gestão de Design como Ferramenta Estratégica : Caso de estudo Procer, S. A.*
- Manuel, C., & Vieira, B. (2012). *MEED – Manual do Estagiário Editorial*.
- Matos, W. (2016). *Grids no design gráfico: o que você precisa saber antes de começar a usar*.  
<https://www.youtube.com/watch?list=PLQmdhQ8ybJd30qsTN7jv4SJ5NmvBFfJU&v=TtNb8UFLaQo>
- Muller-Brockmann, J. (1999). *Grid Systems In Graphic Design - A Visual Communication Manual For Graphic Designers, Typographers And Three Dimensional Designers*.
- Murray, M. (2014). *A história, estilo e uso do tipo - Gotham*.  
<https://https://morganlmurrayims224researchtopic.wordpress.com/2014/06/23/gotham/.wordpress.com/>
- Noronha, L. F. T. B. de. (2016). *Reformulação gráfica da Cairiri Revista*. 134. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/85141/2/139344.pdf%5Chttps://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/85141?mode=full>
- Pereira, A. M. (2016). *DESIGN Líquido*.
- Porter, M. (2013). *Here 2013: Mark Porter. It's Nice That*.  
<https://www.youtube.com/watch?v=OeDovjGcbN0>
- Regadas, P. manuel S. (2012). *O posicionamento do designer como gestor: Uma nova relação com as empresas/organizações*. Aveiro.
- Santos, A. (29 de março de 2013). *Issuu*. Obtido em 10 de fevereiro de 2019, de ISSUU:  
<https://issuu.com/ndoian/docs/glosdes>

- Santos, J. M. (2016). *Design editorial do livro de ficção português*.
- Scher, P. (2017). *Abstract: Art of the Design/ Paula Scher*. NETFLIX. <https://vimeo.com/210061645>
- Sehn, C. M., Fragoso, S., Sehn, T. C. M., & Fragoso, S. (2014). A configuração gráfica do livro: reflexões sobre as adaptações do livro impresso para o digital. *Seminário de História Da Arte-Centro de Artes-UFPEL*, 4(1), 1-19.  
<http://www.periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Arte/article/view/4908>
- Soromenho, C., & Amaro, A. R. (2012). *Design de comunicação, o que é e para que serve?*  
[https://issuu.com/mestrado\\_2012\\_fautl/docs/graphicdesign-fautl](https://issuu.com/mestrado_2012_fautl/docs/graphicdesign-fautl)
- Stribley, M. (n.d.). *20 Princípios e Elementos do Design*. Retrieved November 28, 2019, from [https://www.canva.com/pt\\_br/aprenda/20-principios-elementos-do-design/](https://www.canva.com/pt_br/aprenda/20-principios-elementos-do-design/)
- Timothy Samara. (2002). *making\_and\_breaking\_the\_grid\_timothy\_samara.pdf*.
- Tucker, E. (2019). *Meet Visions: the mag that's redefining sci-fi*.  
<https://www.creativereview.co.uk/meet-visions-the-mag-thats-redefining-sci-fi/>
- Veronika Burian, & Scaglione, J. (2011). *TypeTogether - Abril Fatface*. <https://www.type-together.com/abril-font>
- Vieira, C. M. (2012). *Manual do estagiário editorial*.
- Webb, J. (2015). *O design da fotografia*.
- Williams, J. (2012). *Type Matters!* (M. P. LTD (ed.)).
- Zappaterra, Y., & Caldwell, C. (2014). *Design editorial, Jornais e revistas/Mídia impressa e digital*.



## 11. Anexos

Abaixo encontram-se as imagens referentes ao guia de introdução para o *template* da MEA.

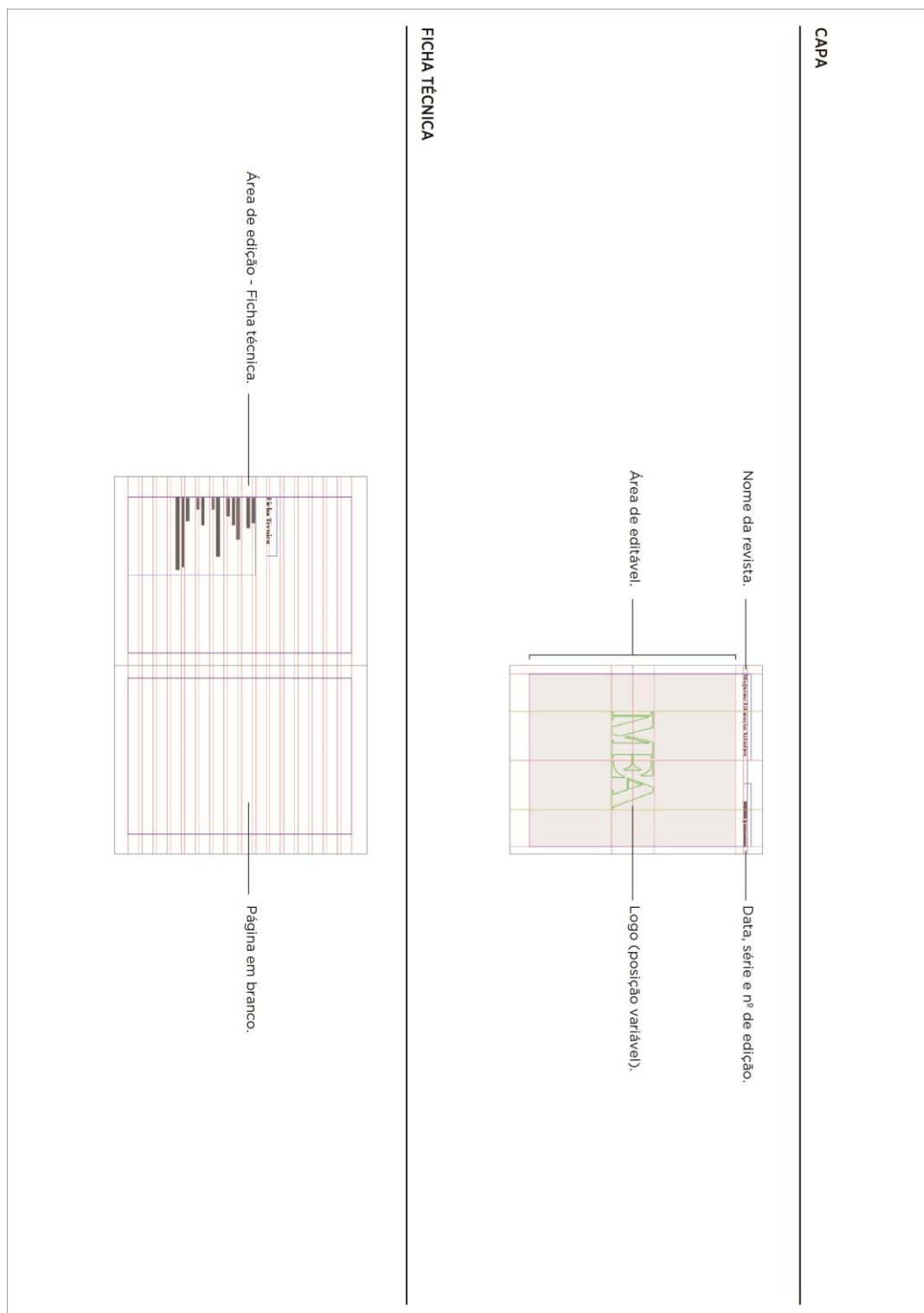


Figura 78 - Guião de introdução para o *template* da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 1.)

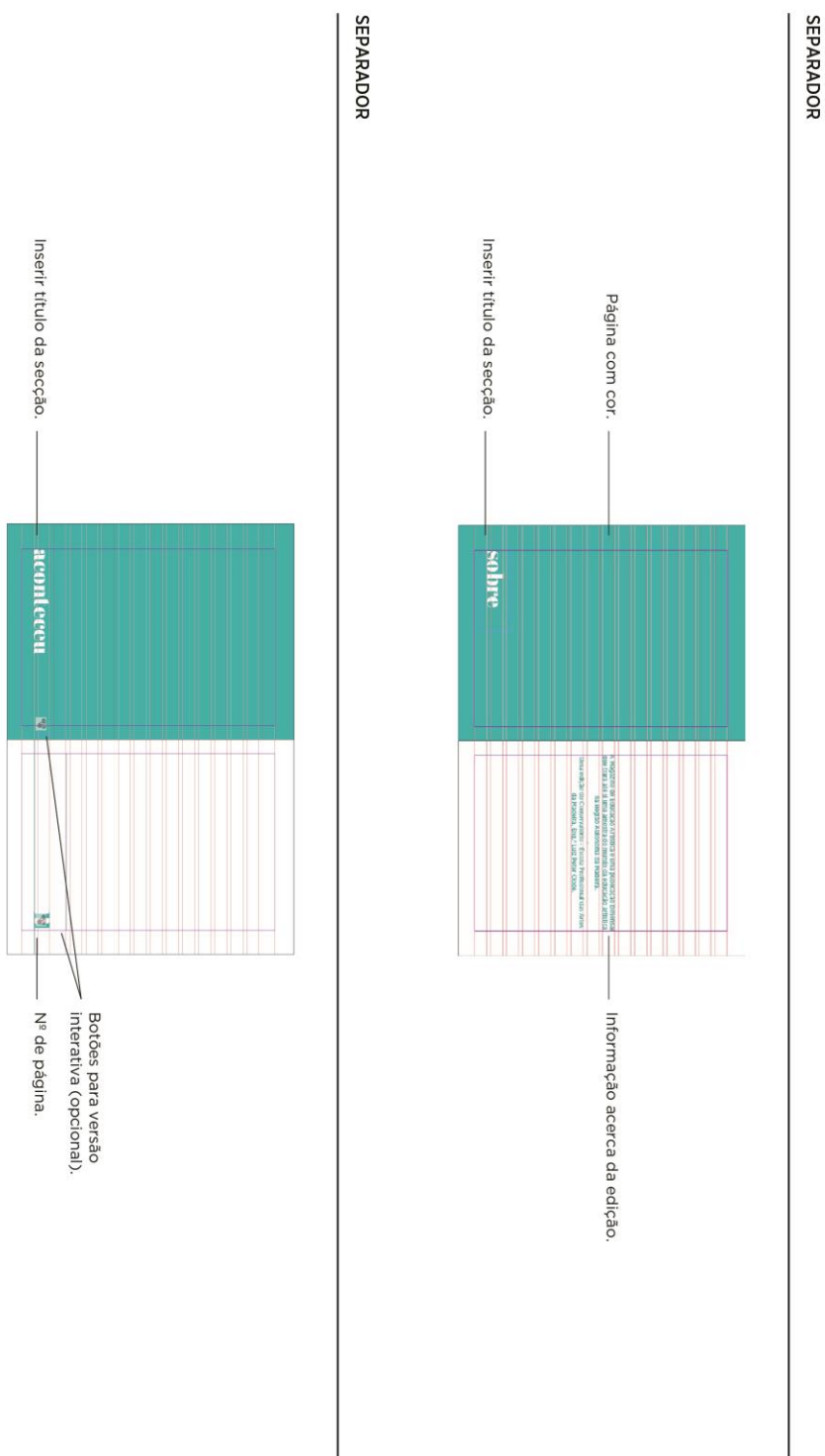


Figura 79 - Guião de introdução para o *template* da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 2.)

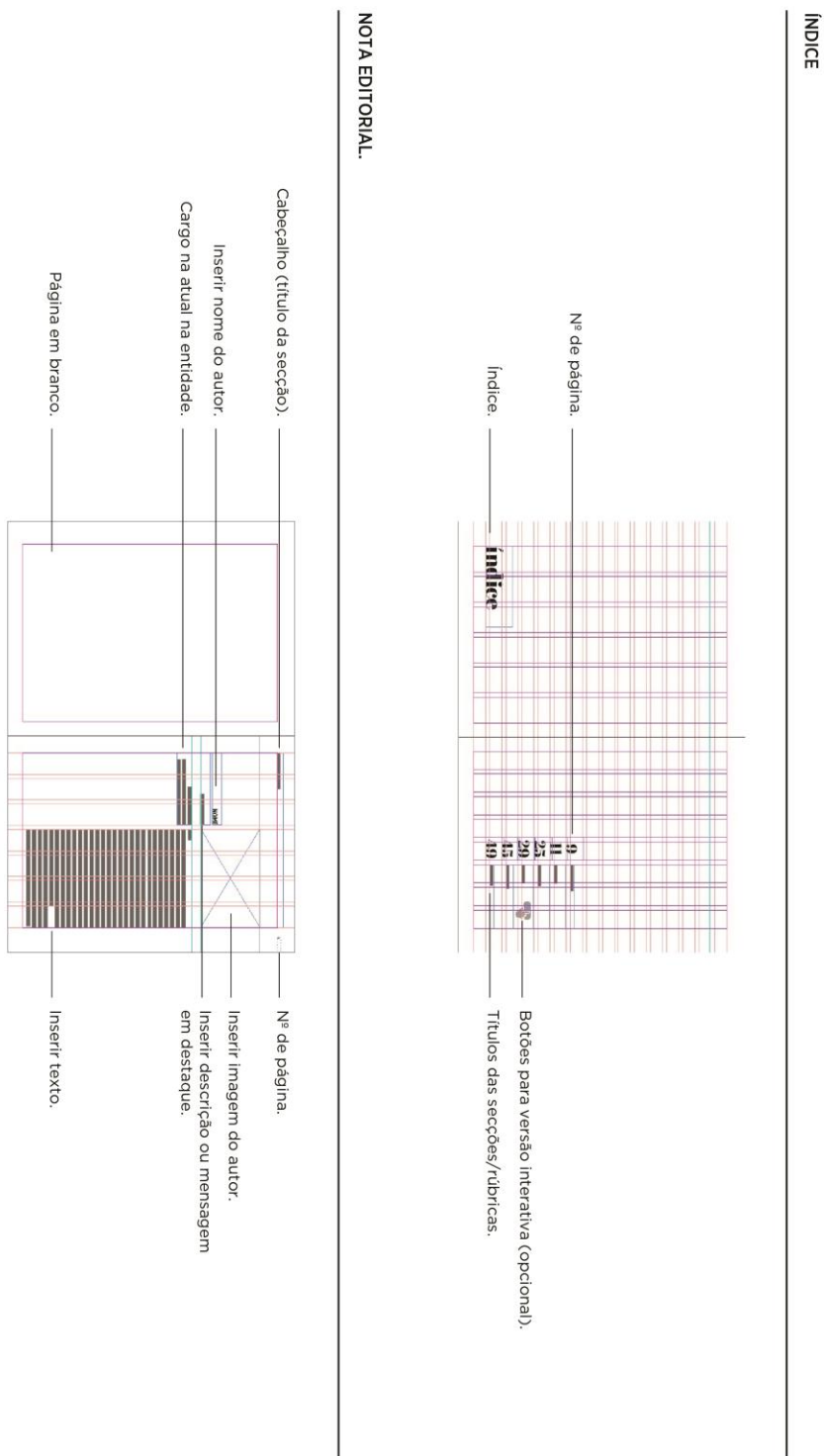


Figura 80 - Guião de introdução para o *template* da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 3.)

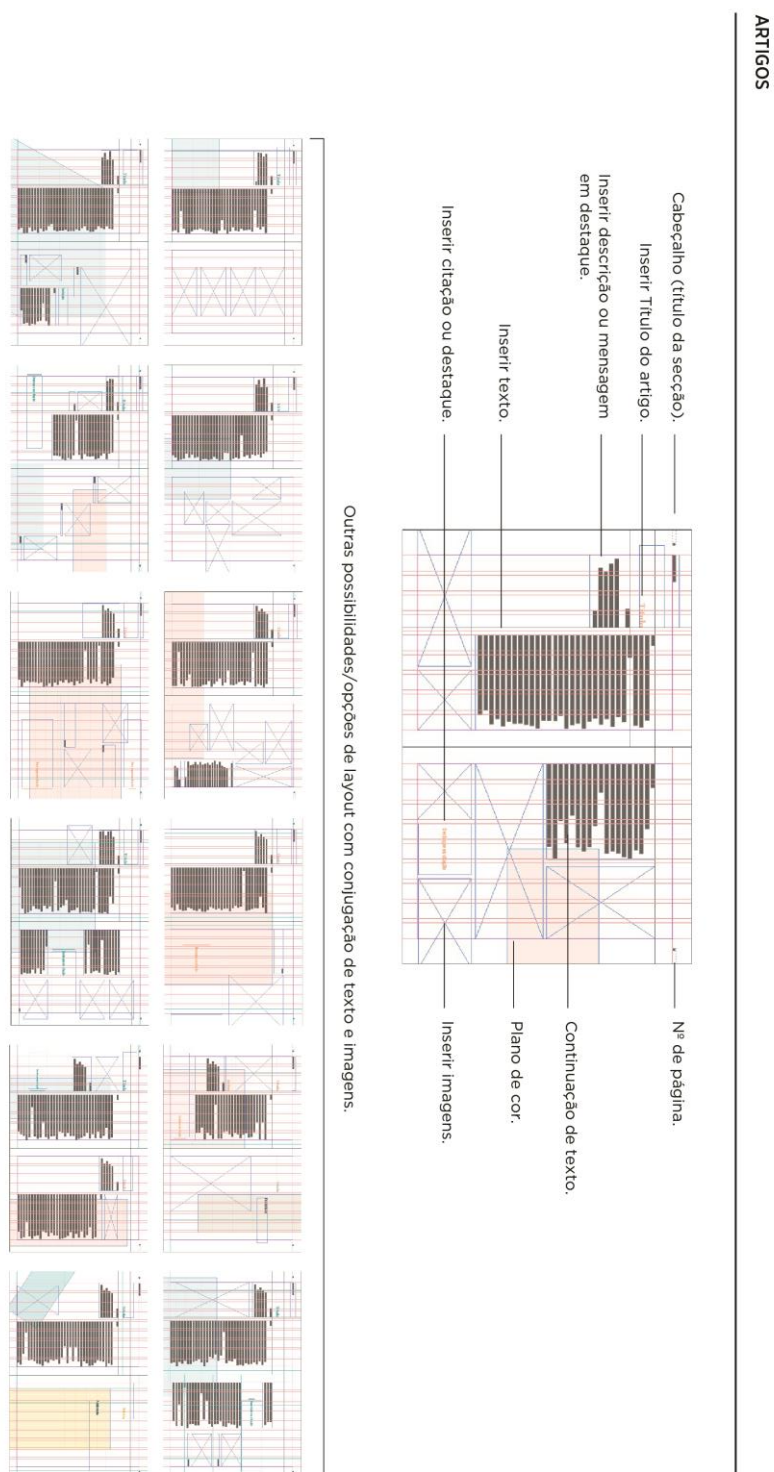


Figura 81 - Guião de introdução para o *template* da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 4.)

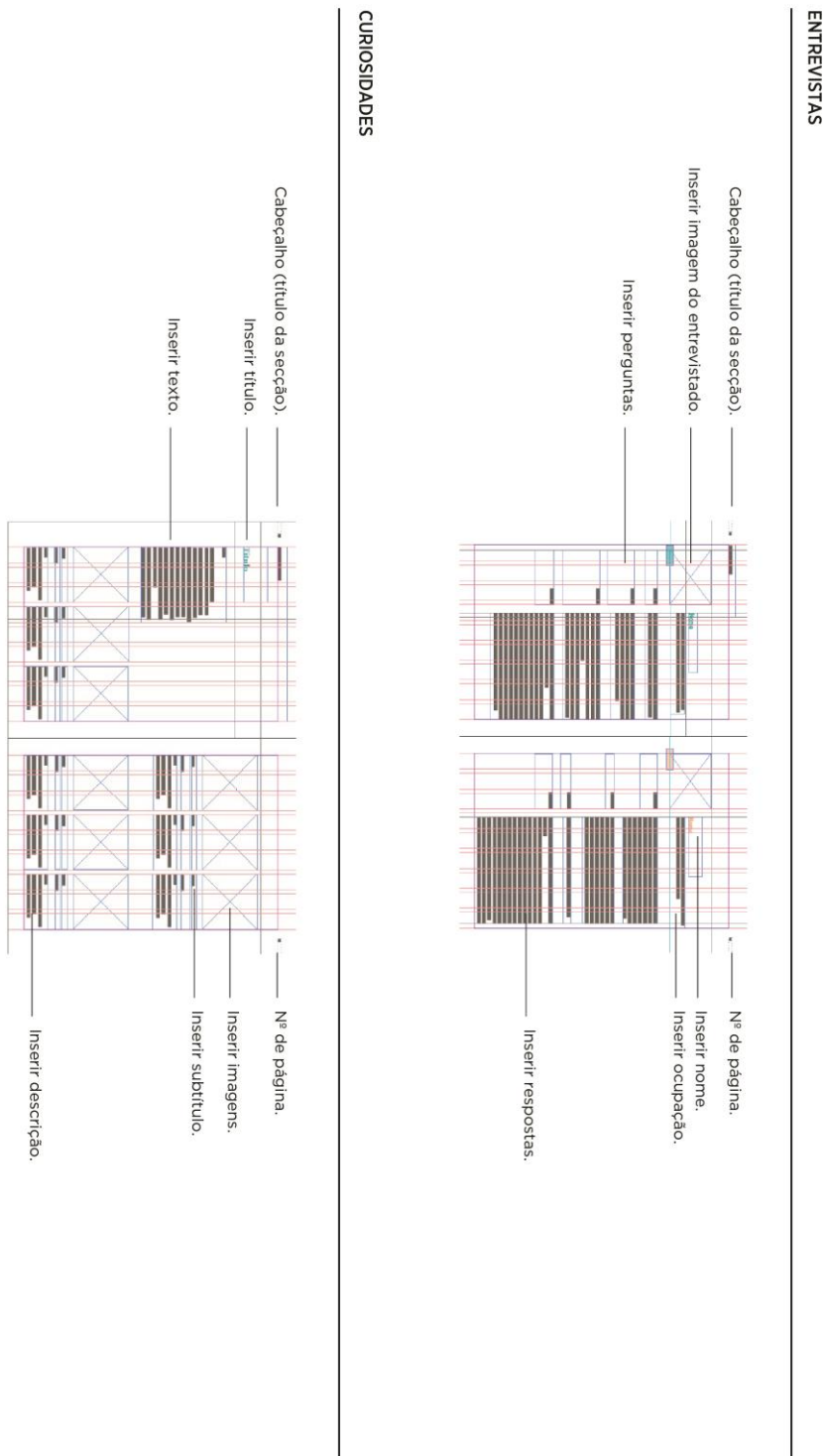


Figura 82 - Guião de introdução para o *template* da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 5.)

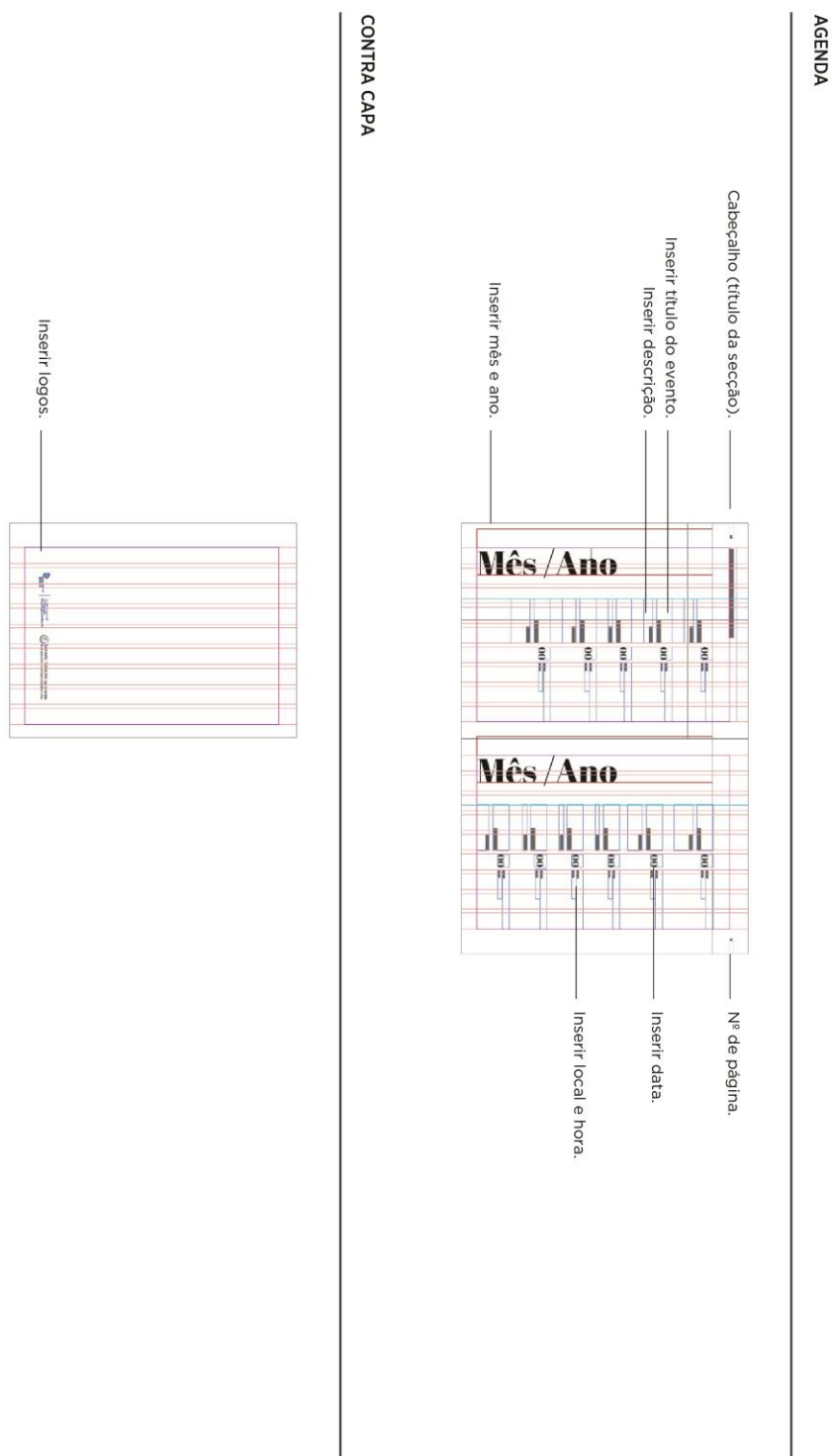


Figura 83- Guião de introdução para o *template* da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 6.)

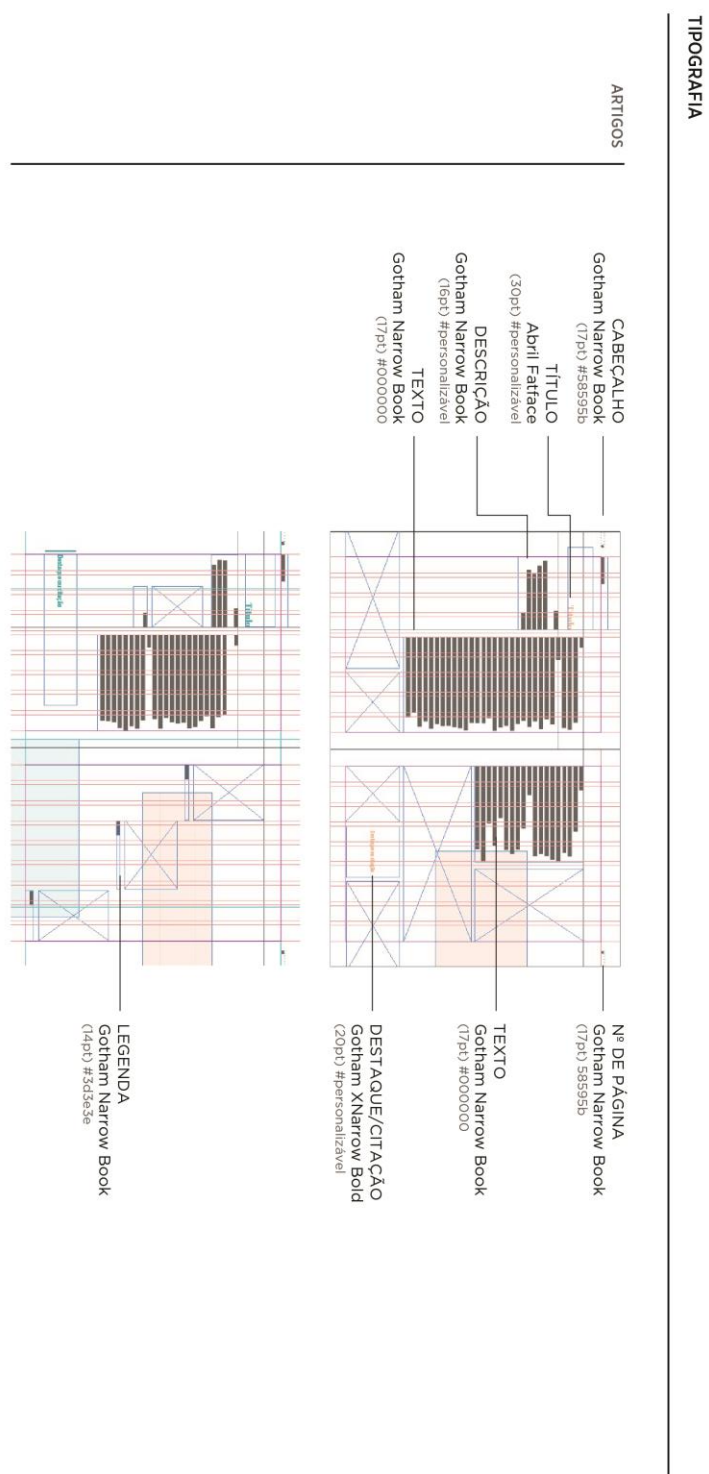


Figura 84 - Figura 83- Guião de introdução para a *template* da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 7.)

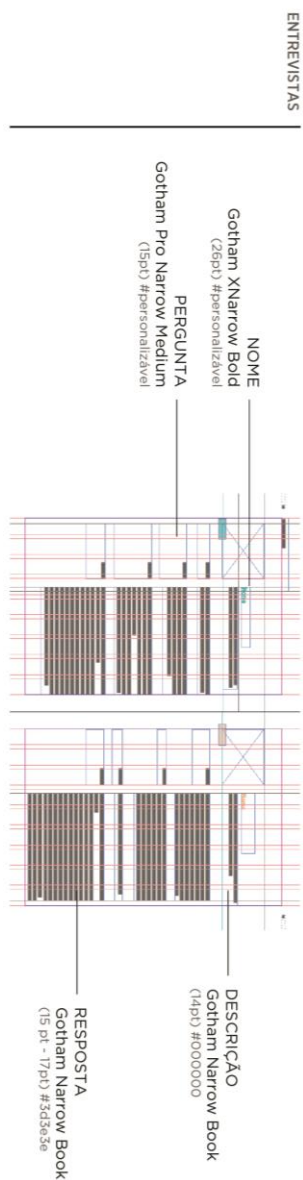


Figura 85 - Figura 83- Guião de introdução para o *template* da MEA. Fonte: autora. (O guião encontra-se dividido. Parte 8.)

Abaixo encontram-se as imagens referentes ao mapa da MEA, janeiro 2020, série II, N°1.



Figura 86 - Mapa da revista MEA, N°1. Fonte: Autora. (Dividido em duas partes - parte 1)



Figura 87 - Mapa da revista MEA, N°1. Fonte: Autora. (Dividido em duas partes - parte 2)

Abaixo encontram-se as imagens referentes ao mapa da MEA, maio 2021, série II, N°6.

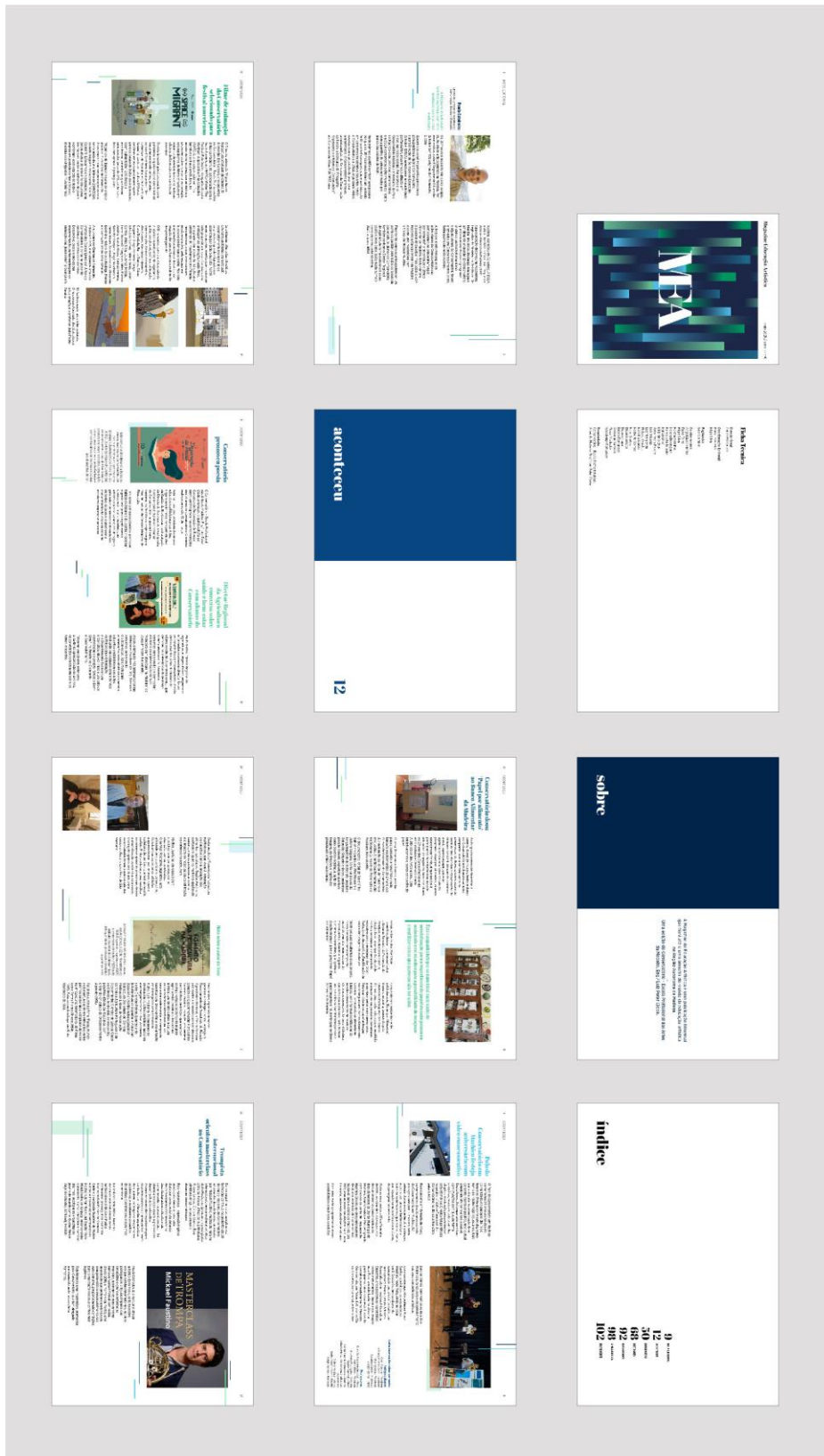


Figura 88 - Mapa da revista MEA, N°6. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 1)



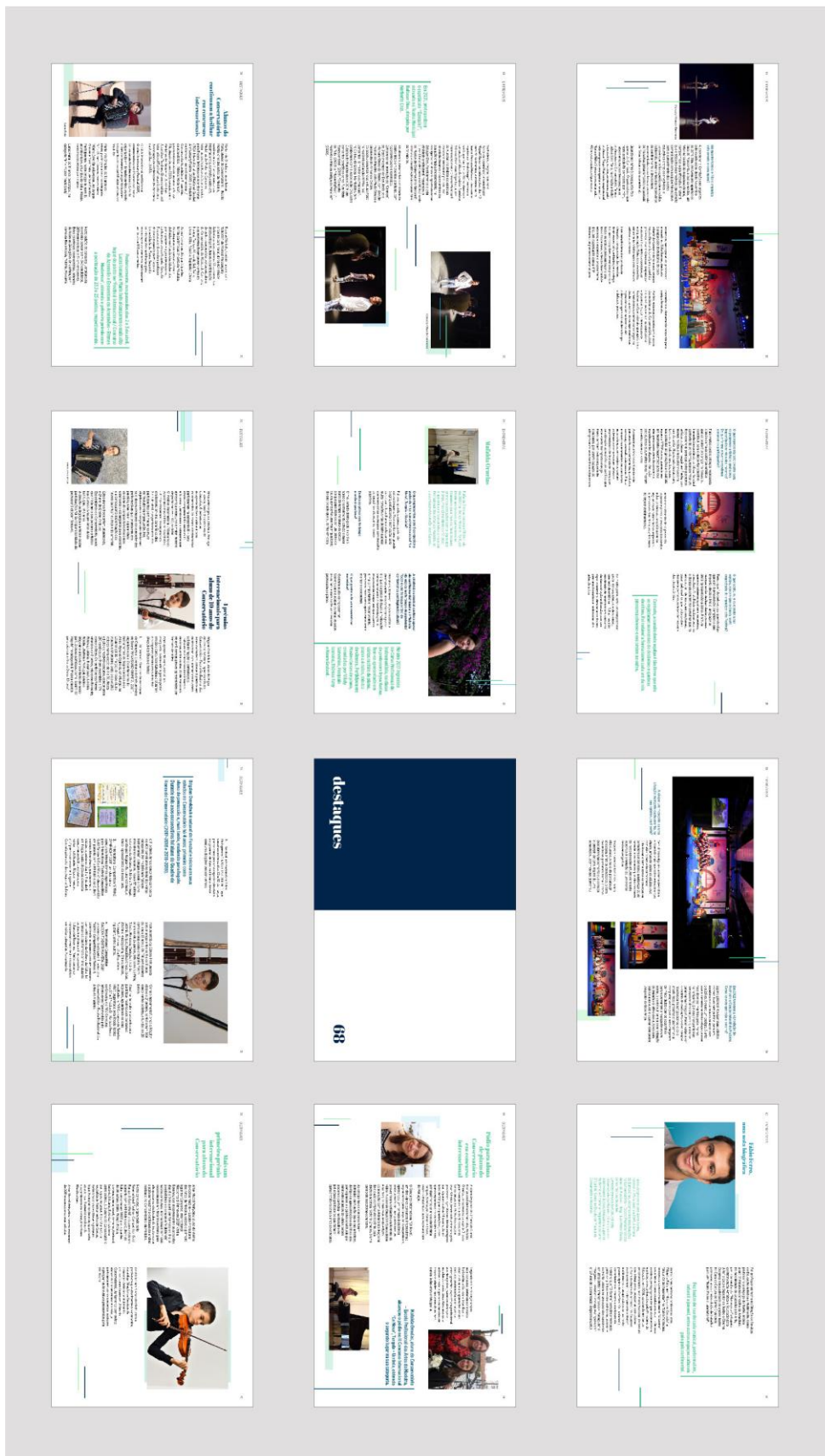


Figura 90 - Mapa da revista MEA, N°6. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 3)



Figura 91 - Mapa da revista MEA, N°6. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 4)

Abaixo encontra-se o cronograma do desenvolvimento da MEA.

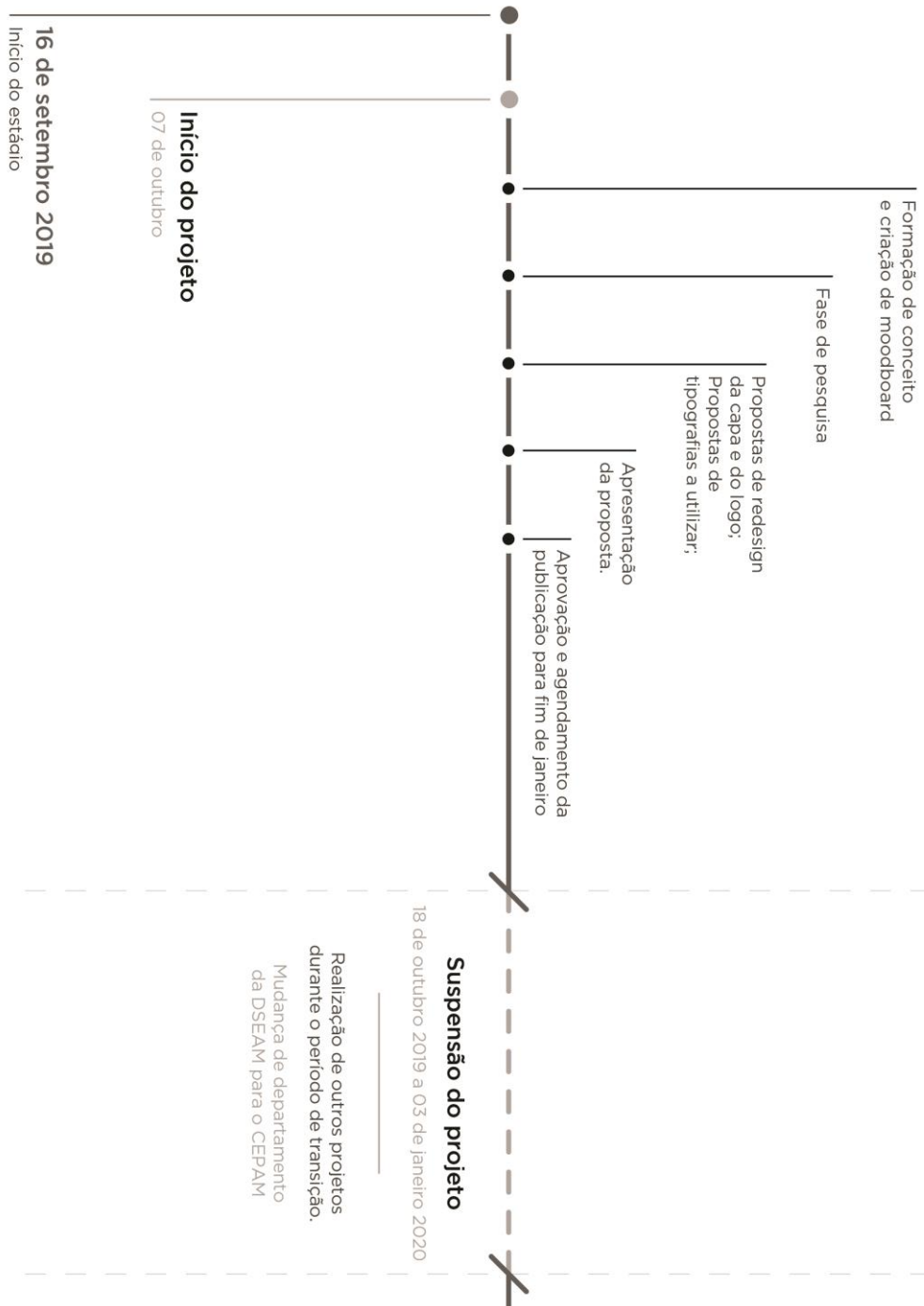


Figura 92 - Esquema detalhado do desenvolvimento de projeto. Fonte: Autora. (Dividido em duas partes - parte 1)

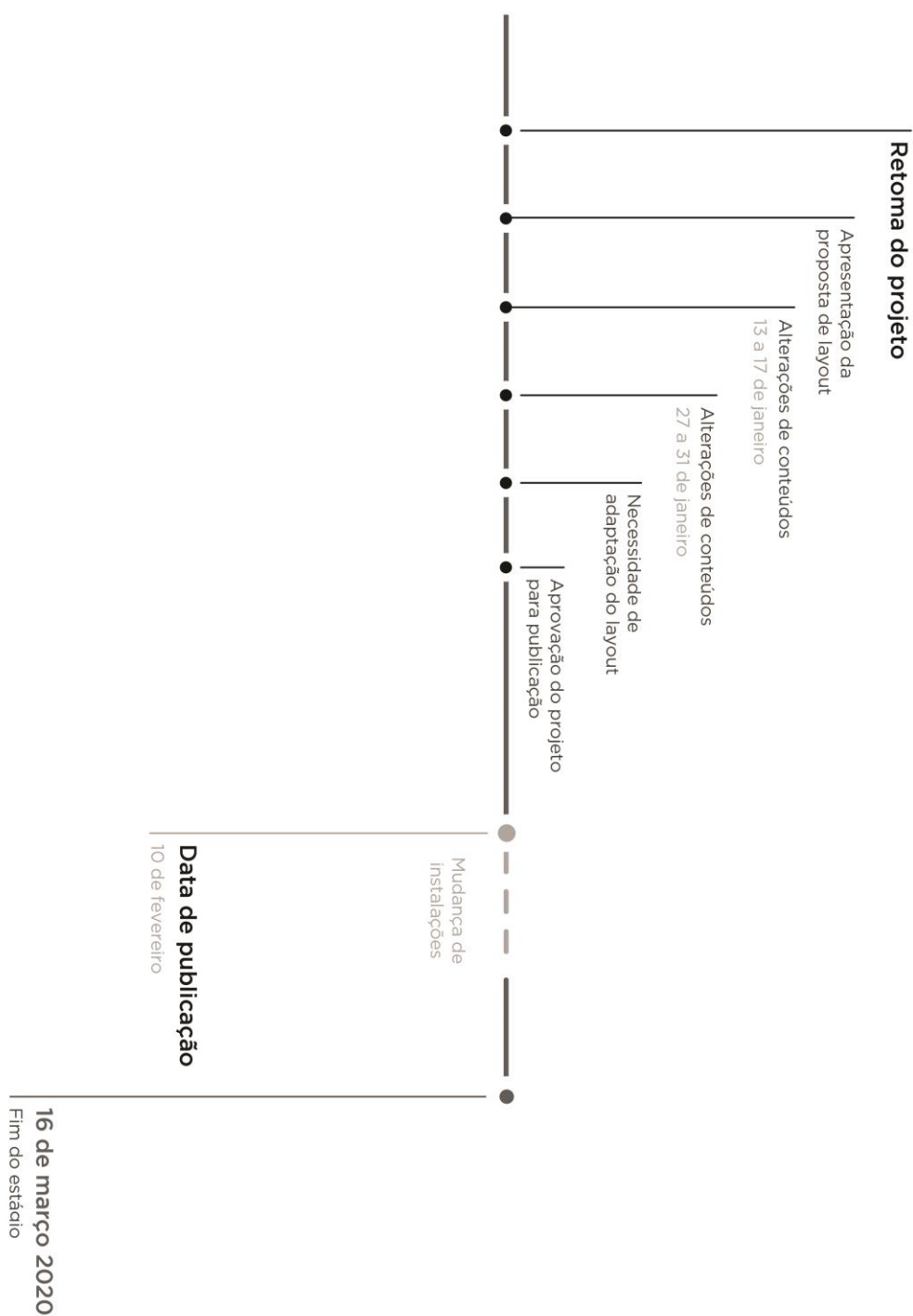


Figura 93 - Esquema detalhado do desenvolvimento de projeto. Fonte: Autora. (Dividido em duas partes - parte 2)

Abaixo encontra-se o cronograma explicativo de todos os projetos desenvolvidos durante o estágio com as suas respectivas datas de início e de fim.

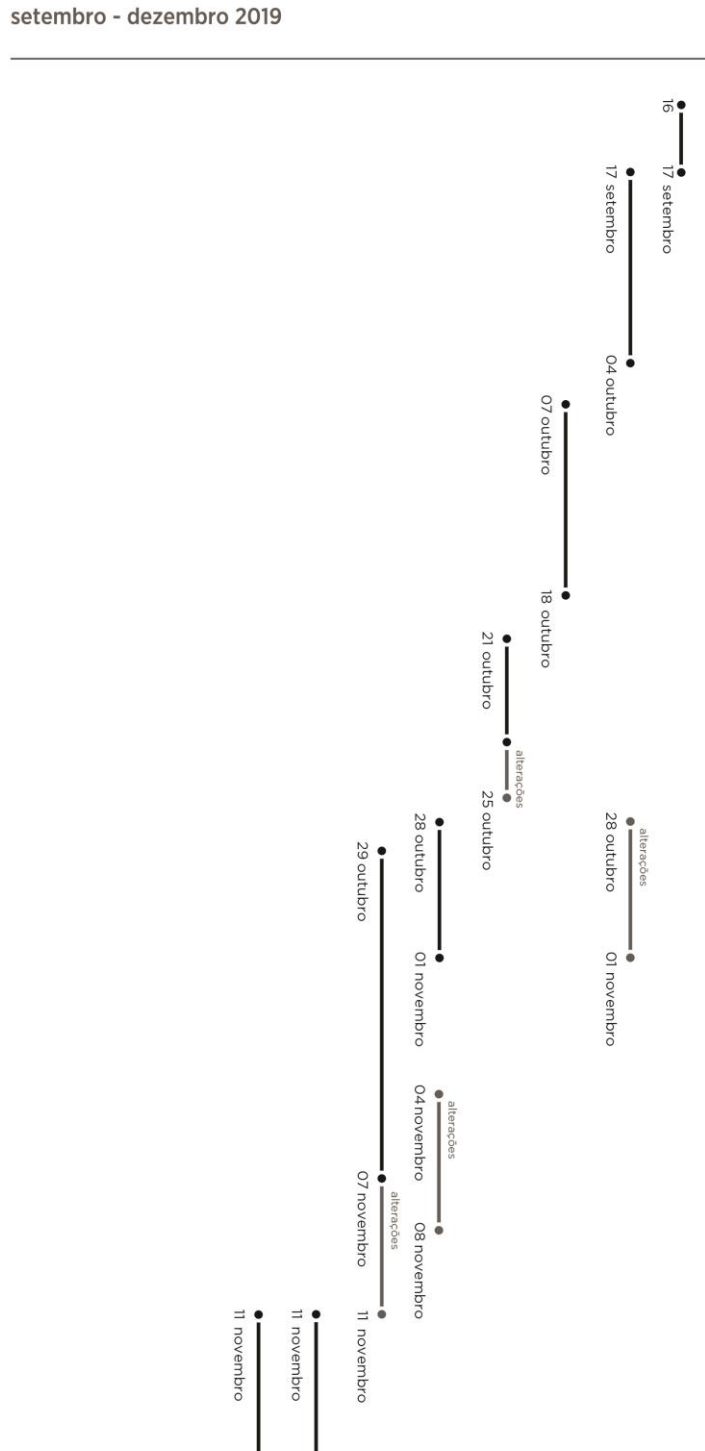


Figura 94 - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 1)

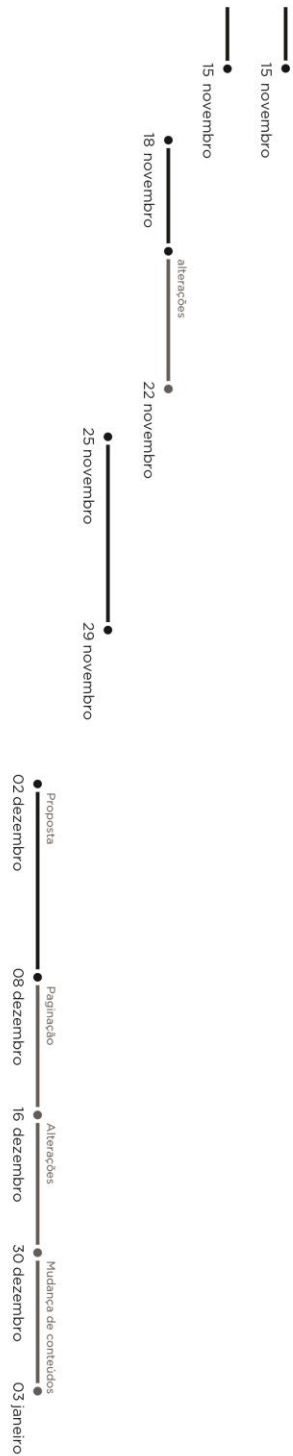


Figura 95 - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 2)

janeiro - março 2020

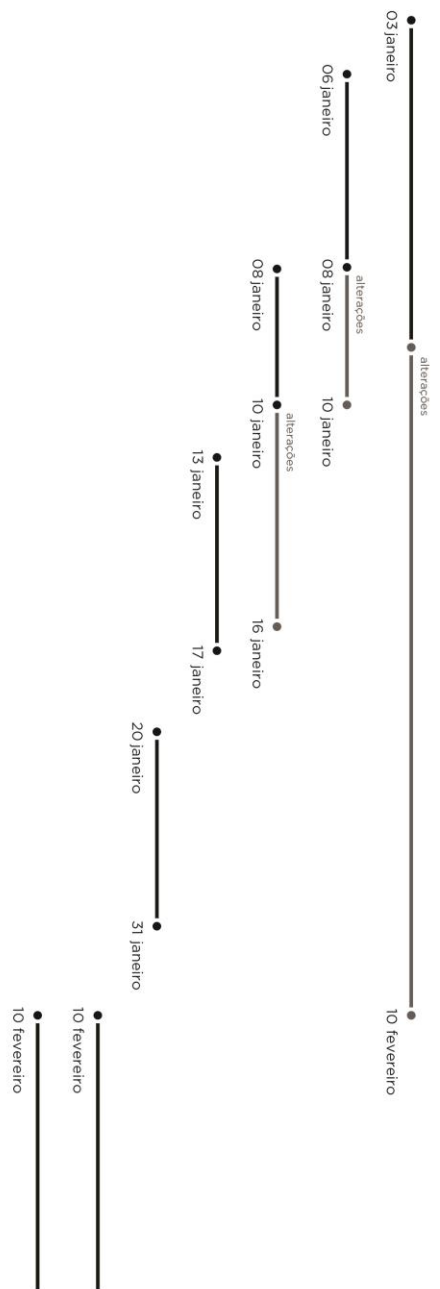


Figura 96 - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 3)

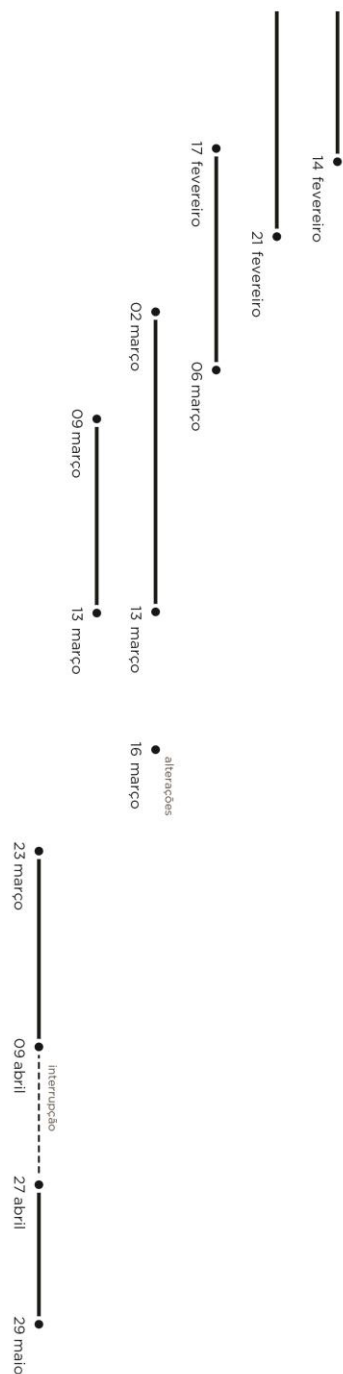


Figura 97 - Cronograma de projetos em simultâneo. Fonte: Autora. (Dividido em quatro partes - parte 4)

Abaixo encontra-se a carta de avaliação do estágio curricular no Conservatório Escola Profissional das Artes da Madeira, Eng.º Luiz Peter Clode.

### Carta de Avaliação de Estágio Curricular

14 de dezembro de 2020

Exmos(as) Senhores(as):

É com segurança que informo que a mestranda Gabriela Aguiar Silva efetuou o seu estágio curricular no Conservatório – Escola Profissional das Artes da Madeira, Eng.º Luiz Peter Clode, onde demonstrou ter um desempenho e uma atitude excelentes, muito acima da média.

No decurso do seu estágio, a Gabriela realizou atividades de criação e realização de projetos de design gráfico, para diferentes projetos da instituição, sentindo-se um melhoramento qualitativo das imagens apresentadas. Da mesma forma, colaborou em atividades de promoção e divulgação das artes, com destaque para a paginação da Magazine de Educação Artística, que assumiu uma nova imagem graças ao seu trabalho.

No que consta a competências técnico-profissionais e sócio relacionais, a Gabriela demonstrou ter uma boa capacidade de comunicação, de trabalho em equipa e de relacionamento interpessoal, assim como de organização e planificação do trabalho tendo em vista a modernização dos métodos de realização dos projetos solicitados e do cumprimento dos prazos exigidos por cada um deles. Demonstrou, ainda, possuir conhecimento das ferramentas informáticas ao nível da criação e edição de imagem, paginação e desenho vetorial.

Com base no seu trabalho e tendo em conta todos os aspetos anteriormente apresentados, saliento que foi uma estagiária exemplar.

Coloco-me à disposição para fornecer qualquer informação adicional.

Atenciosamente,



Filipa Moreira Silva

Coordenadora do Gabinete de Comunicação, Edições e Formação  
Conservatório – Escola Profissional das Artes da Madeira, Eng.º Luiz Peter Clode  
filipa.silva@edu.madeira.gov.pt

## 12. Glossário

### A

**Alinhamento:** Organizar textos, imagens ou elementos gráficos no espaço de trabalho.

### B

**Brainstorm:** É um processo criativo que explora a partilha de ideias.

**Briefing:** São informações resultantes de uma reunião acerca de um projeto.

### C

**Calhas:** Espaços que separam as colunas.

**Capa:** Parte envolvente de um livro ou revista.

**Colunas:** Divisões que limitam o espaço a ser ocupado numa página.

**Conteúdos:** São informações textuais ou visuais que vão compõem um projeto.

### E

**Esboços:** São desenhos rápidos que servem de base para um desenho mais elaborado.

### F

**Feedback:** Responder de volta a algo.

**Fonte:** Diferentes tipos de letra da mesma família tipográfica.

**Formato:** Tamanho de um documento.

### G

**Grids/grelhas:** Base de construção que se divide em colunas de forma a organizar o espaço da área de trabalho.

**Guias:** Linhas orientadoras.

**Gutters:** Espaços que separam as colunas.

### I

**Illustrator:** Programa vetorial da Adobe.

**InDesign:** Programa editorial da Adobe.

## L

**Layout:** Esboço ou modelo de um projeto.

**Legibilidade:** É a clareza que determina a facilidade de leitura.

**Litografia:** É um sistema de desenhar e escrever em pedra, para obter reproduções em papel.

**Lorem Ipsum:** Texto em latim usado para preencher espaços em projetos de Design.

## M

**Módulos:** Unidades que pertencem às colunas.

**Moodboard:** É uma forma de expressar uma ideia de forma visual.

**Mockup:** É um modelo de expor os projetos através de montagem realística.

## O

**Órfã:** Palavra sozinha no final de um parágrafo.

**Offset:** É um sistema de impressão.

## R

**Rios:** Quando o texto fica com espaçamentos excessivos.

## S

**Spread:** Prancheta.

**Serigrafia:** É um sistema de impressão a tela.

## T

**Template:** Documento modelo que pode ser editado.

## V

**Viúva:** Silaba sozinha no final de um parágrafo.

**VOX – AtypI:** Sistema de classificação de fontes por Maximilien Vox.

## Z

**Zoom:** Aproximação de algo, como uma imagem ou texto.