



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Carlos Manuel Borges Vieira

MEED – MANUAL DO ESTAGIÁRIO EDITORIAL

Projecto

Orientado por:

Dr.º Fernando Manuel Craveiro Coelho (Instituto Politécnico de Tomar)

Júri

Dr.ª Hália Costa Santos (Instituto Politécnico de Tomar)

Mestre Regina Aparecida Delfino (Instituto Politécnico de Tomar)

Projecto apresentado ao Instituto Politécnico de Tomar
para cumprimento dos requisitos necessários
à obtenção do grau de Mestre em Design Editorial

RESUMO

MEED (Manual de Estagiário de Design Editorial) junta um conjunto de noções básicas de tratamento dos grafismos na página.

As noções apresentadas visam favorecer o aspecto gráfico da revista, a fluidez da leitura e a sua funcionalidade, relação texto/ imagem bem como a devida preparação de todos os elementos gráficos utilizados para prosseguir correctamente para a sua reprodução.

Este manual desenvolve capítulos essenciais do *design* de informação e explora as funcionalidades e opções da ferramenta de trabalho, Adobe Indesign, na execução do projecto editorial.

Serão feitas análises de *layout* e de elementos gráficos utilizados noutras revistas da mesma tipologia, com intenção de observar, comparar e encontrar outras soluções para a resolução do mesmo problema.

Palavras-chaves: Composição gráfica, Edição electrónica, *Design* editorial

ABSTRACT

MEED (Manual of Editorial Design Intern) joins a set of basic graphics processing on the page.

The presented concepts aim to improve the graphic aspect of the news magazine, the fluidity of reading, its functionality, interface between text and layout as well as the proper preparation of all graphic elements to have a correct production of: prepress, imposition, printing and binding.

This manual develops key chapters of information design and explores the options and functionality work tool, Adobe Indesign, in the implementation of the publishing project. Will be analyzed in the layout and graphics used in other magazines of the same type, with the intent to observe, compare and find other solutions to solve the same problem.

Keywords: *Layout, Desktop publishing, Editorial design*

AGRADECIMENTO

Dirijo a minha gratidão à minha família pelo o apoio e pela sua persistência em garantir-me, dentro das suas possibilidades, condições para que eu pudesse seguir com os estudos, inculindo-me os princípios básicos do respeito, trabalho e dedicação.

De seguida dirijo-me à equipa de monitores do Clube de Jovens de Outurela/ Portela, em Carnaxide, pelo apoio que me têm dado ao longo destes anos, ajudando-me a escolher o curso que mais se adequa às minhas capacidades, e posteriormente a candidatar-me ao ensino superior, mostrando desta forma que vale apenas investir no acompanhamento juvenil.

Aos meus colegas de turma (licenciatura e mestrado), que sempre me mantiveram a par da matéria bem como informações académicas, que me ajudaram no percurso escolar.

Aos amigos e colegas de bairro, que me deram força para poder prosseguir nesta jornada.

Sempre que eu acordo é para vencer.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS.....	III
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	V
INTRODUÇÃO	VII
EDIÇÕES PERIÓDICAS.....	9
FORMATOS/ DIMENSÕES	10
GRELHAS E <i>LAYOUT</i>	14
ELEMENTOS GRÁFICOS.....	21
ESTRUTURA DA PUBLICAÇÃO.....	48
UTILIZAÇÃO DO PROGRAMA INDESIGN.....	62
ARTE FINAL DIGITAL.....	106
CONCLUSÃO.....	115
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E NETGRÁFICAS.....	117

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Relação entre o formato <i>magazine</i> e o formato A4.....	11
Figura 2: Imposição de 16 páginas na folha 70x100 cm	12
Figura 3: Página com grelhas reduzidas.....	14
Figura 4A: Grelhas com 2x4 e 3x6 módulos	15
Figura 4B: Grelhas com 4x8, 5x4 36x6 módulos	16
Figura 5: <i>Layout</i> simétrico	19
Figura 6: <i>Layout</i> assimétrico	19
Figura 7A: <i>Layout</i> fixo	20
Figura 7B: <i>Layout</i> variável	20
Figura 8: Alguns elementos gráficos	21
Figura 9: Anatomia do Tipo.....	23
Figura 10: Família Chaparral Pro	24
Figura 11: Características das classificações tipográficas	27
Figura 12: Espectro visível ao ser humano	42
Figura 13: Síntese aditiva	43
Figura 14: Síntese subtractiva	43
Figura 15: Círculo cromático.....	44
Figura 16: Combinações de cores.....	45
Figura 17: Janela <i>Color Seting</i>	46
Figura 18: Janela <i>Convert to Profile</i>	47
Figura 19: Estrutura base da revista.....	48
Figura 20: Estrutura da revista Time	49
Figura 21: Comparação entre as capas da Time e da Newsweek	50
Figura 22: Secção <i>Inbox</i>	51
Figura 23: Sumários em páginas par e impar	52
Figura 24: Páginas da secção <i>United States e Economy</i>	53
Figura 25: Páginas da secção <i>Comentary</i>	54
Figura 26: Sub-secção <i>Television</i>	55
Figura 27: <i>Spread</i> da secção <i>World</i>	56
Figura 28: Secção <i>Health & Science e Milestones</i>	57
Figura 30A: Áreas de publicidade na página.....	59
Figura 30B: Áreas de publicidade na página.....	60
Figura 30C: Áreas de publicidade na página.....	61
Figura 31: Escolha de ferramentas de trabalho para <i>Book</i>	62
Figura 32: Alteração da unidade de medida	62
Figura 33: Definição do documento.....	63
Figura 34: Aspecto página	64
Figura 35: Caixa <i>Margins and Columns</i>	65
Figura 36: Alteração das margens da página esquerdas	65
Figura 37: Tipografia escolhida para o exercício.....	68
Figura 38: Usar a função <i>Fill With Placeholder Text</i>	70
Figura 39: Relações entre corpo e entrelinha.....	71
Figura 40: Usar a função <i>Align to Baseline Grids</i>	72
Figura 41: Linhas de texto assentes sobre a <i>Baseline Grids</i>	72
Figura 42: Informações da caixa de texto	73
Figura 43: Margens desalinhadas e alinhadas à <i>Baseline Grids</i>	74

Figura 44: Grelhas com 12 colunas	75
Figura 45A: Caixa de texto em 2 colunas.....	76
Figura 45B: Caixas de texto em 3 colunas	76
Figura 45C: Caixas de texto em 4 colunas	76
Figura 46: As guias verticais, iniciais e coloridas	77
Figura 47: Aspecto final da grelha	78
Figura 48: Duplicação das páginas mestras	79
Figura 49: Criar estilos de parágrafos	80
Figura 50: Numeração nas páginas mestras (página esquerda e direita).....	81
Figura 51: Numeração das páginas (página esquerda e direita)	81
Figura 52: Título da secção	82
Figura 53: Janela <i>Paragraph Rules</i>	82
Figura 54: Aspecto geral da mestra	83
Figura 55: Versais e versaletes (fonte Tymes)	84
Figura 56: Janela <i>Place</i> e a nova janela <i>Import Options</i>	85
Figura 57: Caixa de texto na página	87
Figura 58: Entrada de parágrafo.....	89
Figura 59: Capitular em 3 linhas.....	89
Figura 60: Janela <i>Drop Caps and Nested Styles</i>	89
Figura 61: Janela das <i>Character</i> e <i>Paragraph Styles</i>	89
Figura 62: Caixa de texto com uma coluna	90
Figura 63: Três caixas de textos	91
Figura 64: Janela <i>Keep Options</i>	91
Figura 65: Aplicação de hifenização e de justificação.....	92
Figura 66: Aplicação de hifenização e de justificação	93
Figura 67: Página com duas notícias	94
Figura 68: Secções: Sociedade e Economia paginadas.....	95
Figura 69: Página com quatro notícias.....	96
Figura 70: Uma notícia em duas páginas.....	97
Figura 71: Páginas do tema de abertura	98
Figura 72: Janela para inserir tabela	99
Figura 73: Selecção das colunas e linhas da tabelas	99
Figura 74: Definições da tabela	100
Figura 75: <i>Header</i> da tabela	100
Figura 76: Opções da tabela	101
Figura 77: Selecção de filetes da tabela	101
Figura 78: Secção Correio	102
Figura 79: Formatação dos estilos do Sumário	103
Figura 80: Janela de <i>Table of Contents</i>	103
Figura 81: Textos do Sumário	104
Figura 82: Capa do exercício.....	105
Figura 83: Janela <i>Swatches</i>	106
Figura 84: Janela <i>Swatches Options</i>	107
Figura 85: Janela <i>Separations Preview</i>	107
Figura 86: Alteração da resolução da imagem.....	109
Figura 87: Alteração dos valores na janela <i>Channel</i>	110
Figura 88: Substituição das fontes na janela <i>Find Font</i>	111

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ISO (*International Organization for Standardization*)
– Organização Internacional para a Padronização

DIN (*Deutsches Institut für Normung*)
– Instituto Alemão para a Normalização

CMYK – *Cyan, Magenta, Yellow, Black*

RGB – *Red, Green, Blue*

FIG. – Figura

INTRODUÇÃO

MEED (Manual do Estagiário Editorial) tem como principal objectivo a partilha de conhecimentos académicos na elaboração gráfica de um projecto editorial.

Este projecto apresenta noções básicas de execução e de tratamento gráfico, como por exemplo uma *news magazine*. Este manual expõem de dicas e de teorias fundamentais para o desenvolvimento básico e funcional de um projecto editorial, do qual se possa tirar partido de temas aqui tratados.

MEED agrupa-se em seis capítulos essenciais do *design* de comunicação: Formato; Grelhas e *layout*; Elementos gráficos; Estrutura da publicação; Utilização do programa Indesign e Arte final digital.

No capítulo "Utilização do programa Indesign" serão aplicados os temas tratados na elaboração de uma revista como exercício prático, com o intuito de acompanhar a sua construção ao pormenor.

Será feita a análise e a comparação de aspectos gráficos de outra publicação da mesma tipologia (a revista Time, como exemplo), desta forma serão deslumbradas outras possibilidades de reorganização gráfica para a resolução do mesmo problema.

A intenção deste projecto é criar sobretudo um trabalho que possa ser, de algum modo, útil a quem esteja a dar os seus primeiros passos nesta área.

EDIÇÕES PERIÓDICAS

São publicações impressas ou digitais disponíveis num período previamente definido que se dá o nome de periodicidade.

A periodicidade diz respeito ao intervalo de tempo (igual) em que as edições da mesma publicação estão disponíveis para os seus leitores. Possibilita ao leitor prever a saída da próxima edição.

Uma edição pode ser: diária (ex.: jornais), semanal (ex.: *news magazine*), quinzenal, mensal (ex.: revistas especializadas), anual (ex.: revistas científicas), etc.

São de carácter informativo, jornalístico ou de entretenimento, direccionada ao público em geral ou a um público específico.

"Periódicos são publicações editadas em fascículos, com encadeamento numérico e cronológico, aparecendo a intervalos regulares ou irregulares, por um tempo indeterminado, trazendo a colaboração de vários autores, sob a direcção de uma ou mais pessoas mas geralmente de uma entidade responsável, tratando de assuntos diversos, porém dentro dos limites de um esquema mais ou menos definido".

Cit. por RAQUEL CASTEDO, Paulo César Souza – SOUZA, 1992, p.19).

Nas publicações são utilizadas um conjunto de grafismos necessários para a difusão da informação.

Publicações editoriais

O ramo da publicação editorial é bastante amplo, porque é um actividade que envolve dezenas de profissionais especializados e que se juntam para partilhar de ideias, dúvidas, alternativas e soluções para a resolução de um problema comum, que se chama produto editorial.

A concepção do produto editorial passa por vários processos de execução que é necessário juntar inúmeras competências, directas e indirectas. Do Jornalista ao fotógrafo, do *designer* ao ilustrador e ao infografista, do comentador ao revisor, da telefonista ao estafeta, etc. A troca de informação em torno deste produto faz com que dezenas ou centenas de pessoas se envolvam dando o seu contributo.

Profissionais em todo país e no mundo que estão constantemente a recolher e a enviar notícias, a deslocarem-se para diversos pontos atrás de notícias para posteriormente prosseguir com o seu envio para a redacção, onde será revisto, tratado, aprovado, paginado, revisto novamente, aprovado, encaminhado para a sua reprodução na gráfica e finalmente exposta nas bancas.

Isto para dizer, que uma publicação editorial gira em torno de uma sincronia agitada de informações e de profissões que procuram difundir ao mundo, por vezes em tempos reduzidos, informações que independente das dificuldades devem ser elaboradas tirando o máximo partido das várias disciplinas disponíveis.

FORMATOS/ DIMENSÕES

A escolha do formato do papel para o projecto gráfico é o primeiro passo a dar. A sua verificação pode evitar custos desnecessário e passa por conhecer os formatos das máquinas de impressão disponíveis na gráfica onde o trabalho será impresso. Conhecendo o formato da máquina, conhece-se o formato máximo e mínimo do papel de impressão.

De seguida, deve-se saber se o projecto é do estilo "livro de bolso" (ex. guias turísticos), formato médio ou do estilo "catálogo de obras de arte" (grande formato), por exemplo.

O *designer* deve saber antecipadamente se o projecto será composto por imagens grandes ou pequenas, ao alto ou ao baixo.

Por exemplo, se se optar pelo formato ao alto e muito estreito e ter imagens ao baixo, elas com certeza ficarão comprometidas, o mesmo acontece se o formato do projecto for ao baixo e dispor apenas de imagens ao alto.

Para conhecer as dimensões de algumas publicações da mesma tipologia, os seguintes valores foram encontrados:

Time, Veja e Newsweek (20x26,5 cm).

L'Espresso (20x25 cm).

Visão (21x28 cm).

Estas medidas estão próximas do formato *magazine*, que têm as dimensões 20x26,5 cm.

Existem dois principais sistemas para a normalização do papel: o sistema internacional *ISO 216* (Organização Internacional para a padronização), baseado no padrão *DIN* (Instituto Alemão para a Normalização) utilizado pela maioria dos países do mundo.

A **Série A** destina-se aos papéis de impressão:

A0 (841x1189 mm);

A1 (594x841 mm);

A2 (420x594 mm);

A3 (297x420 mm);

A4 (210x297 mm);

A5 (148x210 mm);

A6 (105 x148 mm);

A7 (74x 105 mm);

A8 (52x74 mm);

A9 (37x52 mm);

A10 (26x37 mm).

A partir do fomato de papel "A0", considerado o "formato base" deste padrão, chegou-se ao restante formatos.

Os formatos mais pequenos deviram da metade dos formatos maiores.

Por exemplo, a dobra ao meio do formato "A0" origina o "A1", a dobra do formato "A1" origina o formato "A2", e por aí adiante até chegar ao "A10".

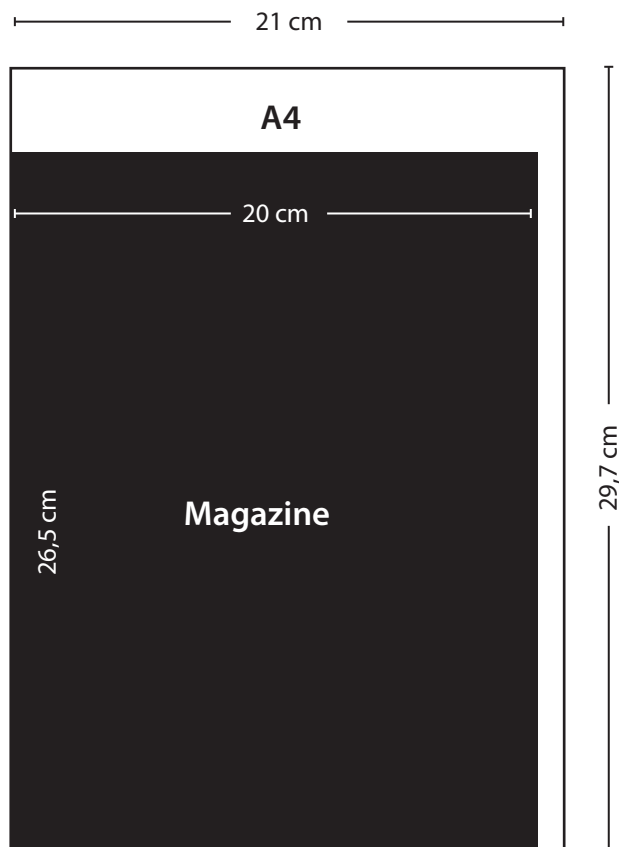
Estes formatos mantem-se proporcional.

O formato 20x26,5 cm é um formato pequeno e cabe dentro de um formato A4 ocupando uma boa parte do mesmo. É um formato rentável, com estas medidas consegue-se evitar grandes desperdícios de papel. Aproxima-se da forma de um quadrado, o que favorece as imagens ao alto e ao baixo.

Para se evitar mais custos, o ideal é escolher um formato que proporcione maior poupança e maior aproveitamento do papel de impressão. Estas poupanças conseguem-se utilizando por exemplo um formato normalizado (*Série A*). (Ver Fig. 1)

A revista Visão inicialmente partilhava do formato 20x26,5cm, mas resolveu-se ampliá-lo para as dimensões 21x28 cm, justificando assim um maior aproveitamento do papel.

Figura 1: Relação entre o formato *magazine* e o formato A4



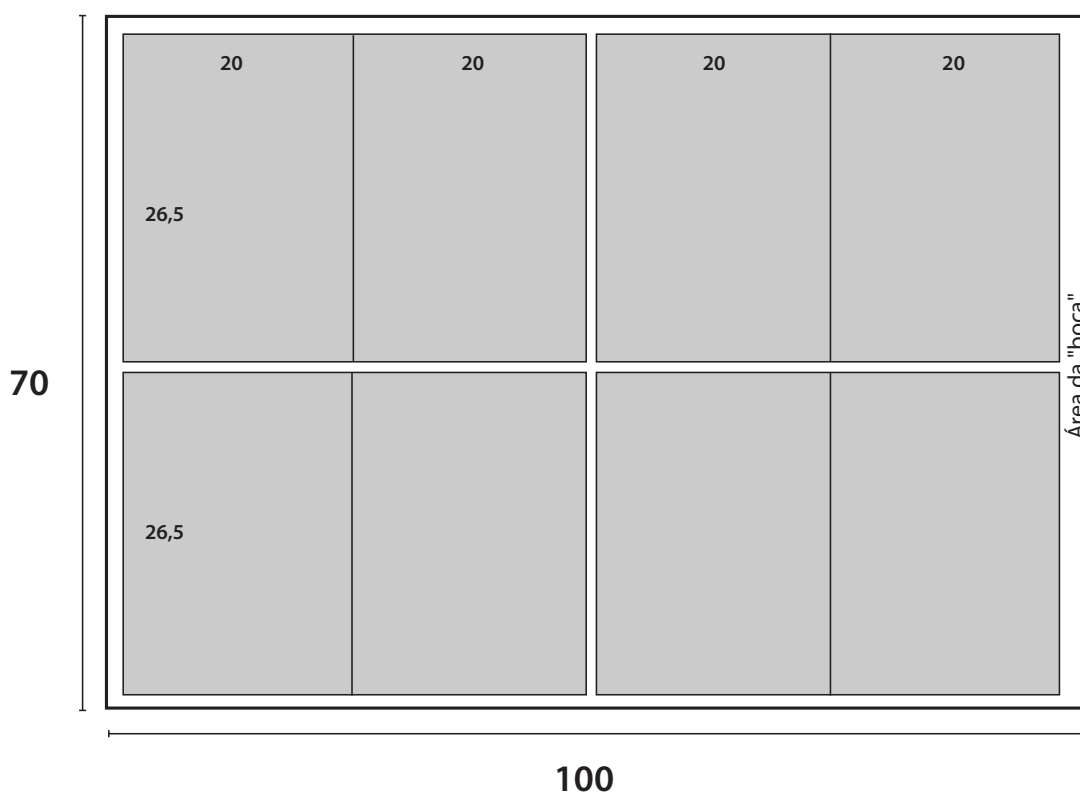
Para se visualizar e se perceber o que se quer demonstrar acerca do aproveitamento do papel, apresenta-se na figura seguinte, uma imposição (distribuição) das páginas numa folha de impressão **70x100 cm**.

No exemplo, as páginas são impressas em máquinas folha-a-folha. (Ver Fig. 2)

Sabendo-se à partida, que as revistas (*news magazine*) são impressas em máquinas de offset rotativa ou em máquinas de rotogravura (utilização de papel em bobine), onde o processo é diferente.

Se por exemplo, o formato do projecto possuisse as dimensões 25x30 cm, não seria possível ser impresso no papel 70x100 cm. Porque as suas dimensões ultrapassavam a área máxima de impressão. A folha de impressão tem à volta uma margem reservada que não pode conter nenhum grafismo (mais ou menos dois centímetros).

Figura 2: Imposição de 16 páginas na folha 70x100 cm



A área da "boca" marca a posição de entrada do papel na máquina de impressão. Esta é uma área destinada à deslocação do papel pelas pinças da máquina. Deve ter no mínimo dois centímetros de margem.

Durante o século XX vários países da Europa e do mundo adoptaram o sistema *ISO 216* (base métrica decimal), excluindo-se o Estados Unidos da América e o Canadá que adoptam outros formatos como o *Letter*, *Legal* e o *Folio* que utilizam como base métrica a polegada (sistema duodécimo).

A vantagem do sistema *ISO* ser proporcional é poder redimensionar um formato de documento para o outro formato sem perder parte da imagem. O sistema também dispõe de mais duas séries a **B** e a **C**.

A **série B** é usada em cartazes, livros (por exemplo o formato B5), documentos padronizados, passaportes e cartões de identificação.

B0 (1000 × 1414 mm);
B1 (707 × 1000 mm);
B2 (500 × 707 mm);
B3 (353 × 500 mm);
B4 (250 × 353 mm);
B5 (176 × 250 mm);
B6 (125 × 176 mm);
B7 (88 × 125 mm);
B8 (62 × 88 mm);
B9 (44 × 62 mm);
B10 (31 × 44 mm).

A **série C** é usada principalmente nos envelopes.

C0 (917 × 1297 mm);
C1 (648 × 917 mm);
C2 (458 × 648 mm);
C3 (324 × 458 mm);
C4 (229 × 324 mm);
C5 (162 × 229 mm);
C6 (114 × 162 mm);
C7 (81 × 114 mm);
C8 (57 × 81 mm);
C9 (40 × 57 mm);
C10 (28 × 40 mm).

GRELHAS E LAYOUT

As grelhas são divisões geométricas da página, apesar de não ser visível é determinante na qualidade do projecto gráfico.

É usada como auxílio na organização dos elementos gráficos na página, de modo a projectar um aspecto visual racional, agradável e interessante.

A sua construção deve ser pensada em *spread* (par – ímpar), porque independente do *layout* o leitor vê as páginas (pares e ímpares) como um todo.

Existem inúmeras possibilidades de se construir grelhas, para cada projecto é necessário um tipo de grelha adequado.

Uma página sem grelhas ou com grelhas pequenas oferece maior liberdade de organização, em contrapartida, a relação que se cria entre os conteúdos é reduzida.

(Ver Fig. 3)

Layout entende-se como sendo o aspecto visual da página.

É a estrutura base da disposição dos vários elementos gráficos.

Antes de se desenvolver as grelhas de um projecto é importante saber se o trabalho terá só texto, imagem, ou ambos (sendo que as imagens podem ser grandes ou pequenas).

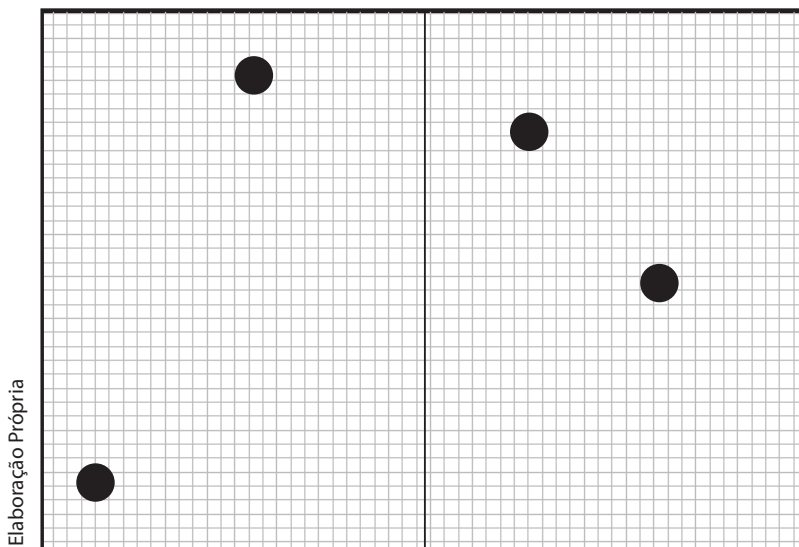
A estrutura do *layout* é composta por: grelhas, margens, manchas de texto, colunas, numerações de páginas e espaços brancos.

Um *layout* pode adquirir mais ou menos estruturas consoante a exigência do projecto.

Nos manuscritos e nos primeiros livros impressos com caracteres móveis (incunábulo) já demonstravam a preocupação de recorrer às grelhas para a dispor os textos e as ilustração na página.

Nesta época, as grelhas eram muitas vezes marcadas sobre os próprios suportes de impressão (papiro, pergaminho, papel e etc.).

Figura 3: Página com grelhas reduzidas



A organização da informação é fundamental para o equilíbrio da página. Para esse efeito o melhor é utilizar grelhas como recurso, o seu uso proporcionará consistência estrutural, equilíbrio e força ao aspecto visual.

O princípio da construção das grelhas passa por definir as margens. Margens pequenas criam mais tensão entre o conteúdo e o limite da página.

Divide-se a página em colunas de dois, três, quatro, cinco, seis, etc. Do mesmo modo divide-se a página horizontalmente. Na junção da divisão vertical e horizontal da página surgem entre elas os módulos. Estas partes de intercepção entre as duas divisões vão garantir níveis de continuidade nas páginas. Por fim junta-se a informação na página tirando partido das grelhas. (Ver Fig. 4A e 4B)

Figura 4A: Grelhas com 2x4 e 3x6 módulos

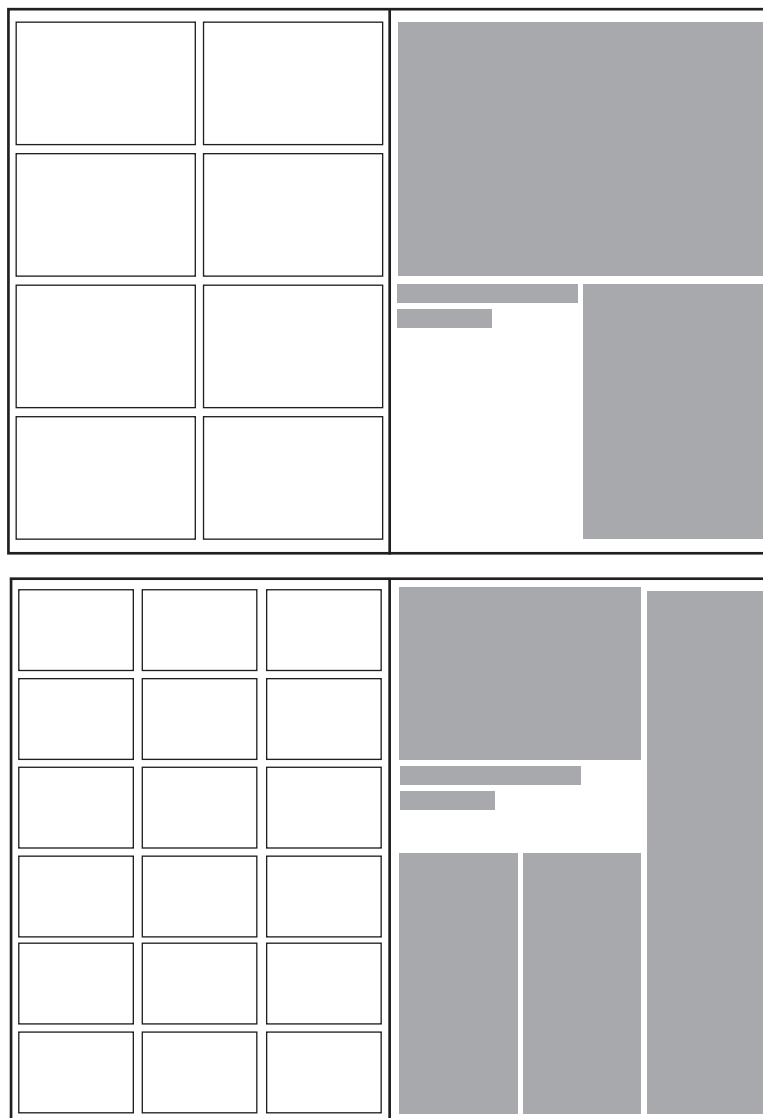
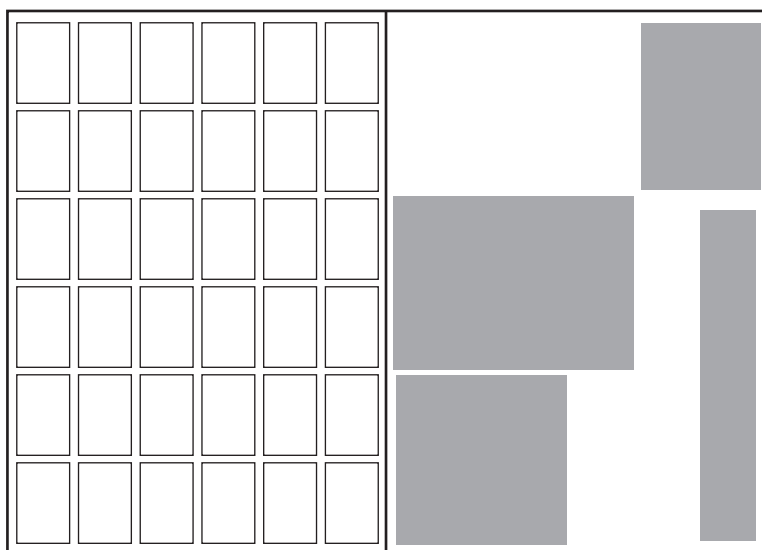
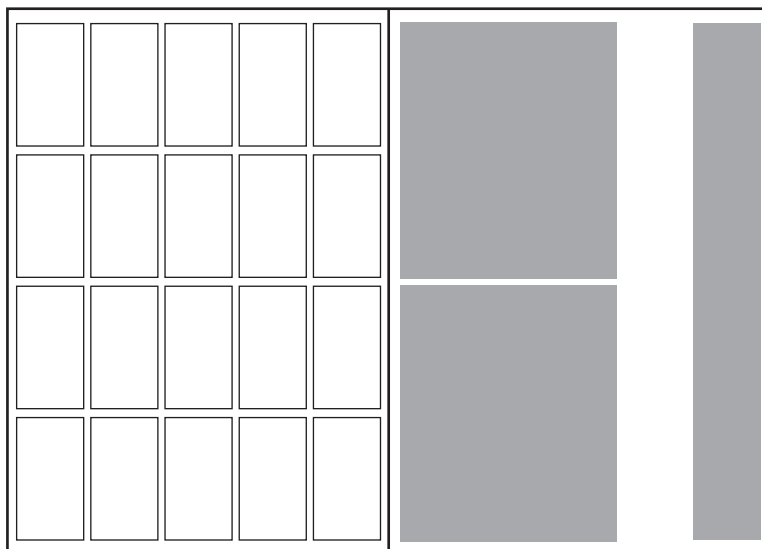
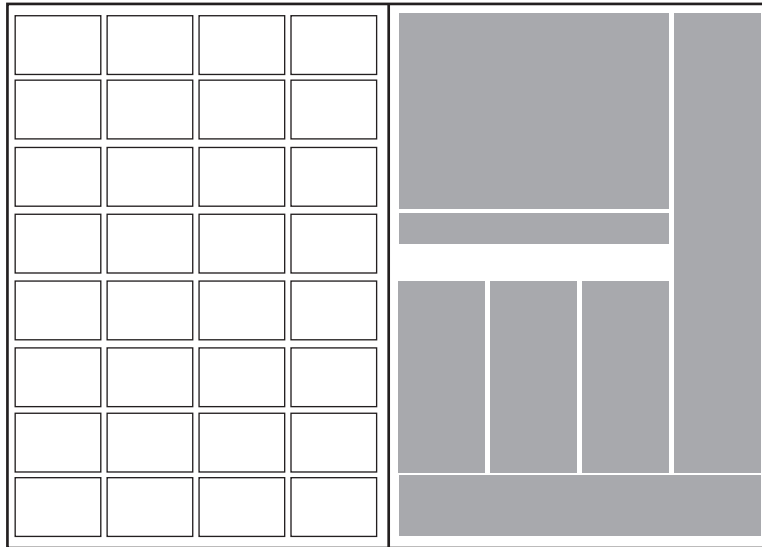
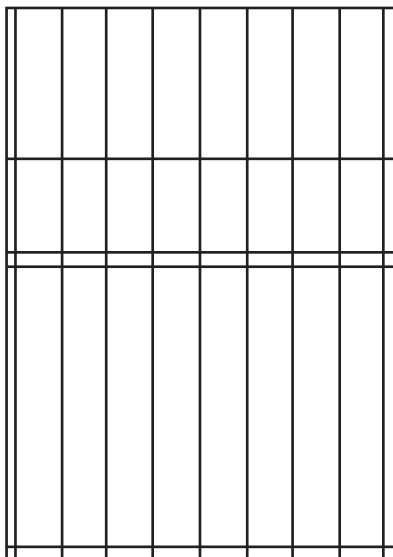
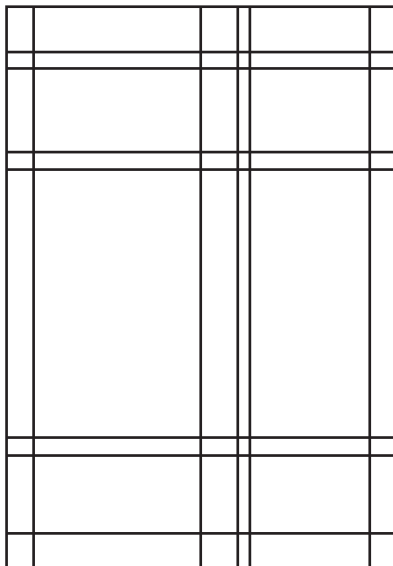
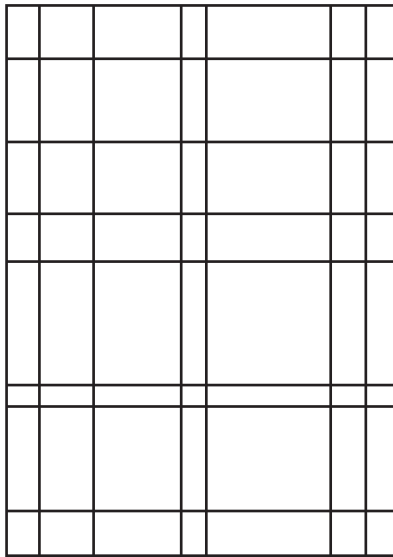


Figura 4B: Grelhas com 4x8, 5x4 e 6x6 módulos



Verifica-se a presença da grelha na relação de alinhamento entre os grafismos. O recurso à grelha oferece à composição da página mais coerência, solidez, ritmo e seqüência.



As grelhas nos projectos gráficos foram usadas exaustivamente pelos *designer* da Escola Suíça. Emil Ruder e Josef Müller-Brockmann impulsionaram o seu uso no *design* após a Segunda Guerra Mundial.

Layout simétrico e assimétrico

A composição do *Layout* pode dinamizar o aspecto geral da página. Uma página pode ter uma composição simétrica ou assimétrica.

A **simetria** caracteriza a divisão central do espaço por uma linha ou eixo imaginário obtendo duas partes semelhantes (forma uma imagem espelhada). Esta divisão pode ser feita por linhas verticais, horizontais ou diagonais. A simetria está presente nos objetos, nos animais, nos vegetais, nos minerais e também nas pessoas. Simetria bilateral é um espaço que quando dividido em duas partes, ambas apresentam a mesma forma, peso, harmonia e semelhança.

A simetria foi também aplicada nas artes, os pintores usavam-na em composições plásticas, tal como os arquitectos nas suas construções (exemplo das igrejas).

Layout simétrico: Composição estática transmite um espírito mais conservador.

Torna-se assimétrico as formas que apresentam lados diferentes.

Layout assimétrico: Composição dinâmica transmite uma sensação de modernidade. (Ver Fig. 5 e Fig. 6)

Figura 5: *Layout* simétrico

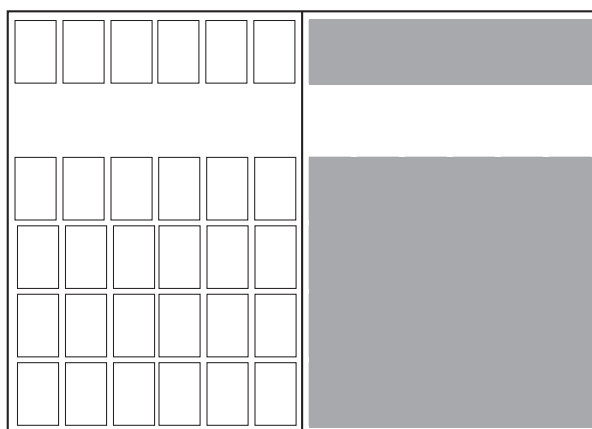
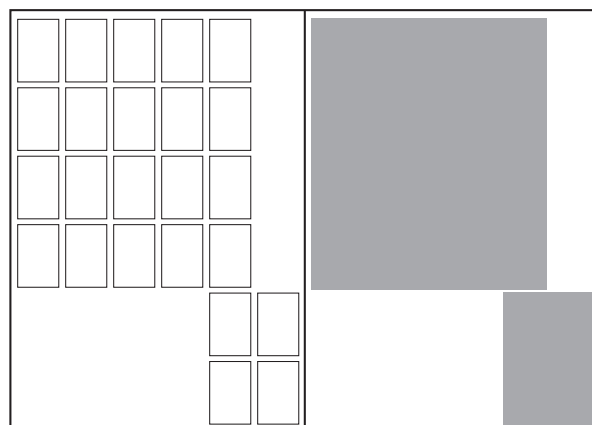


Figura 6: *Layout* assimétrico



Layout fixo e variável

Tal como a composição (simétrica e assimétrica), o *layout* pode ser **fixo** (mantendo o ritmo visual ao longo de uma publicação) ou pode ser **variável** (criando diferentes ritmos e dinamismos visuais de página para página). (Ver Fig. 7A e 7B)

Figura 7A: *Layout fixo*

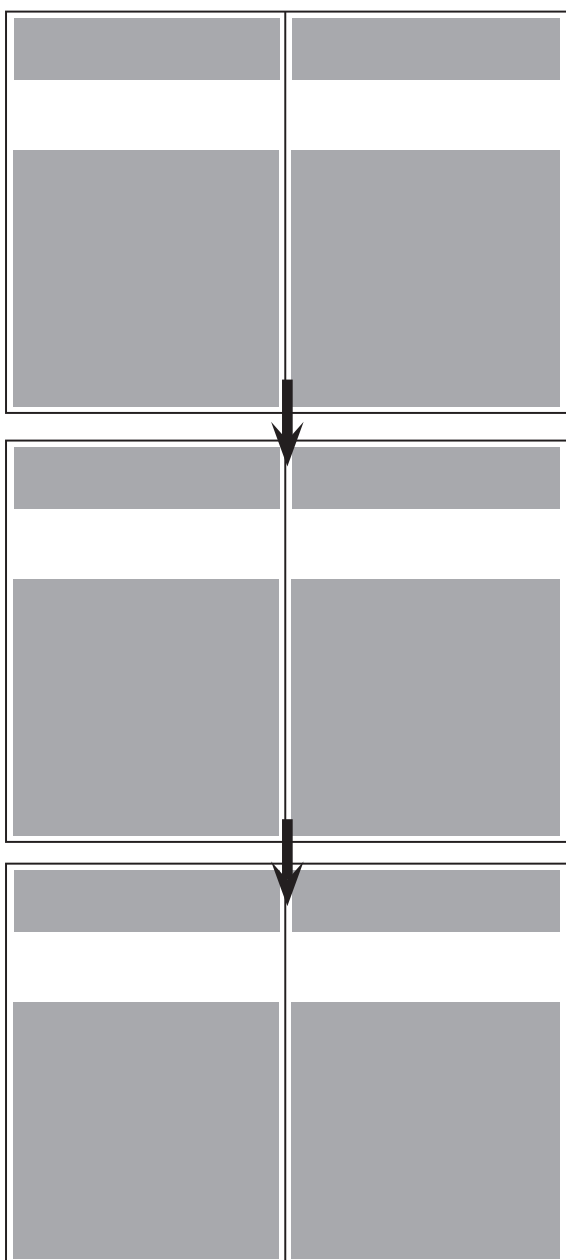
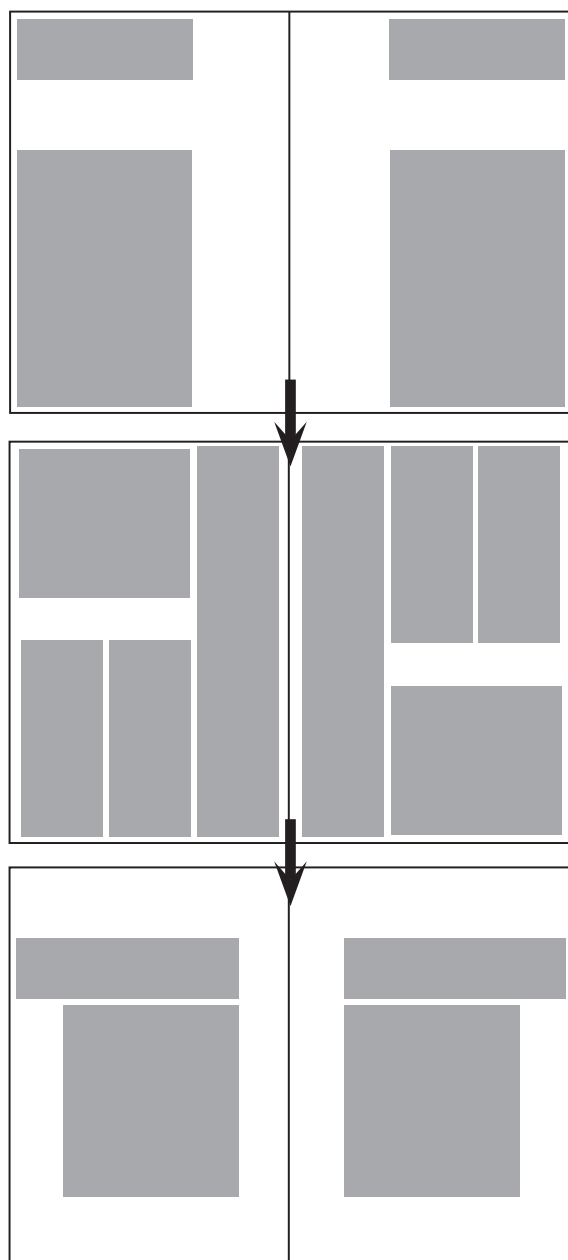


Figura 7B: *Layout variável*



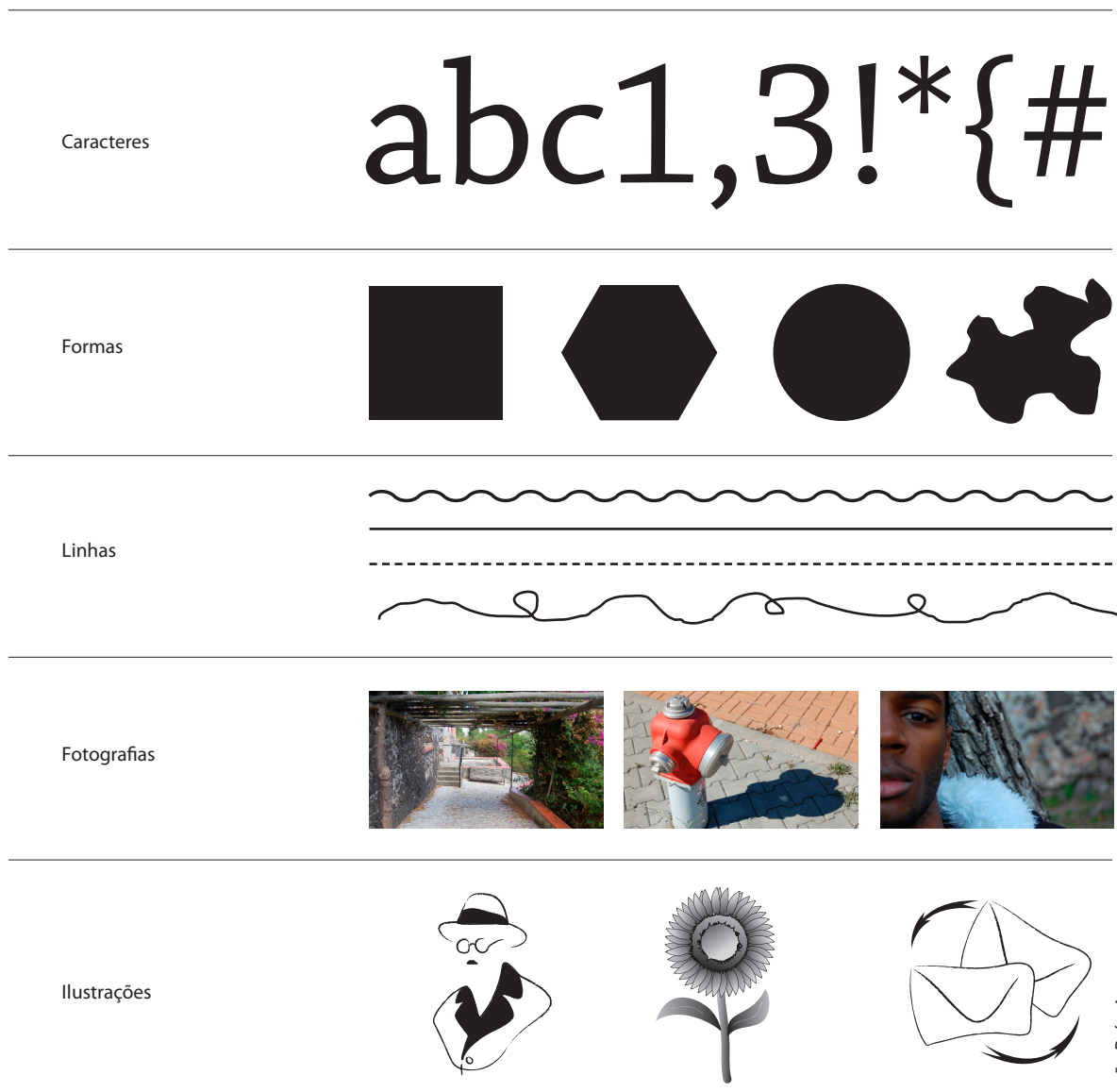
ELEMENTOS GRÁFICOS

Elemento gráfico é aquilo que se utiliza no projecto para de algum modo comunicar ou simplesmente decorar a página. Num projecto podemos restringir apenas a um número reduzido de elementos gráficos, como por exemplo só caracteres e imagens.

No caso das *news magazine* é frequente recorrer-se a vários elementos para exemplificar/ clarificar uma ideia. Sendo que o principal elemento gráfico é o carácter, tudo o resto são elementos complementares que reforçam a ideia transmitida pelo texto.

Os elementos gráficos que se encontra nas *news magazine* são: textos (caracteres, símbolos), fotografias, infografias, ilustrações, formas, linhas, manchas e cor. (Ver Fig. 8)

Figura 8: Alguns elementos gráficos



Tipografia

A tipografia deriva das palavras gregas *typos* (forma) e *graphein* (escrita), é um método de escrita/registo com tipos.

Definição (era da composição manual):

É a composição de texto por via de símbolos alfabéticos, numéricos e de pontuação com o intenção de reproduzi-las.

ou

Definição (era da composição digital):

“Tipografia deve entender-se como o estudo aprofundado dos tipos, famílias de letra e da sua correcta utilização no arranjo gráfico de conteúdos de texto em projectos de *design* de comunicação”. (Luís Moreira – Ergonomia Definições, p. 8.)

Existem tipos de letras que foram desenhados essencialmente para um género específico de publicação e ou para servir um determinado tipo de texto. Para tal, a tipografia deve possuir determinadas características para cada caso. Por exemplo, para o títulos (robusto), legendas (tipo que permita reduções mantendo-se legível), texto principal (bem legível).

A sua escolha é feita em função do estilo da publicação.

Existem milhares de tipografias com características totalmente diferentes.

Uma tipografia pode ser boa para um trabalho e má quando aplicada noutra. Isto porque, as suas características não foram preparadas para transmitir informação (apesar de partilharem a mesma função) num outro tipo de suporte, num outro estilo de publicação, daí terem comportamentos diferentes.

Anatomia do tipo

A anatomia ou nomenclatura básica do tipo é no fundo dar nome às várias partes que constituem a estrutura tipográfica. (Ver Fig. 9)

Corpo: tamanho do caracter.

Altura-x: altura das minúsculas.

Ascendentes: parte da letra acima da altura "x".

Descendentes: parte da letra abaixo da linha da base.

Linha base: linha de apoio das letras.

Haste: traço vertical ou diagonal.

Serifa: prolongamento das hastes.

Terminal: finalização da letra.

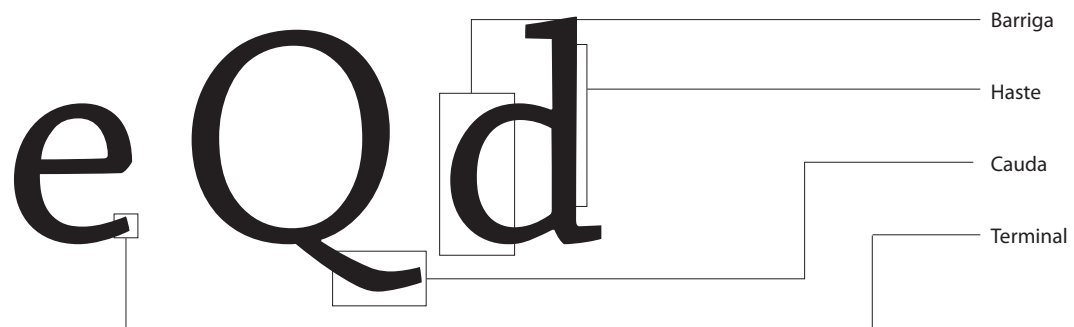
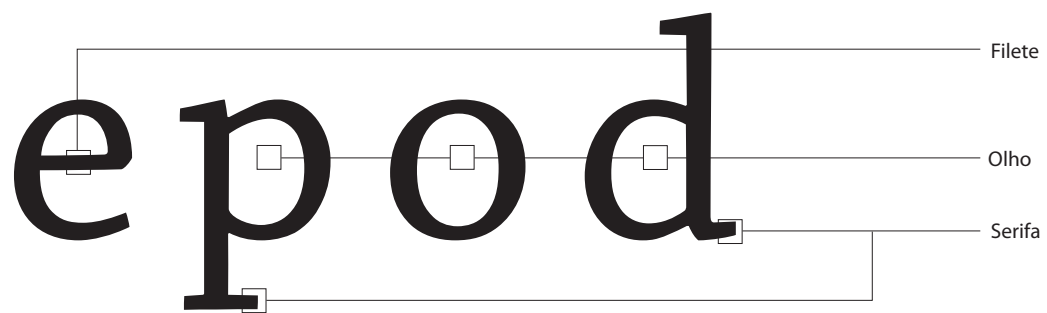
Olho: espaço vazio da letra.

Eixo: linha imaginária da inclinação da letra.

Filete: linha horizontal da letra.

Barriga: parte curva da letra (b p d q).

Figura 9: Anatomia do Tipo



Família de tipos

“Uma família de tipos é um grupo de tipos unidos por características visuais semelhantes. Os membros de uma família (tipos) assemelham-se, mas também têm as suas características visuais próprias. Os tipos dentro das famílias são constituídos por diferentes pesos e larguras”. Cit. por SAMUEL PEREIRA, (Rob Carter, 1999).

É importante que se faça uma escolha adequada. A tipografia é o principal elemento do *design* de comunicação, e como tal é aquele que mais caracteriza a publicação. A primeira passo é escolher uma família de tipo que contenha inúmeros “pesos” ou variantes (*thin, light, regular, italic, bold, versais e versaletes, etc.*), o que vai permitir uma maior flexibilidade de destaque recorrendo apenas à diferença de “peso”. (Ver Fig. 10)

Figura 10: Família Chaparral Pro





Italic



Italic Caption



Italic Display



Italic Subhead



Semibold



Semibold Caption



Semibold Display



Semibold Subhead



Semibold Italic



Semibold Italic Caption



Semibold Italic Display



Semibold Italic Subhead



Bold



Bold Caption



Bold Display



Bold Subhead



Bold Italic



Bold Italic Caption



Bold Italic Display



Bold Italic Subhead



Principais classificações tipográficas

Ao longo do tempo e da evolução da tipografia, vários autores preocuparam-se em organizar os tipos que surgiam a cada instante. Houve várias propostas de classificação que agrupavam desenhos de letras por características semelhantes.

Por exemplo em:

1742 – A famosa *Table des Proportions des Differens Caracteres de L'imprimerie* (Tabela de diferentes proporções de caracteres de impressão) de Pierre Simon Fournier. A classificação da tabela de *Fournier* era feita pela semelhança dos corpos dos caracteres.

1921 – *La lettre d'Imprimerie* (Letra para impressão), de Francis Thibaudeau, adoptou a forma das terminações das serifas como o único critério de classificação.

1952 – Classificação de Maximilien Vox (é a extensão da classificação de Thibaudeau).

Entre outros...

Surgem constantemente novos tipos e com novos desenhos. Desta vez a classificação é feita, em particular com os tipos mais utilizados nas publicações editoriais, segundo a tradição anglo-saxónica, baseando-se na evolução tipográfica.

Estas dividem-se nos seguintes grupos: **com serifas clássicas, transição, modernas, egípcias e letras sem serifas**. Analisaremos o eixo da forma redonda, serifas e variação de espessura do tipo. (Ver Fig. 11)

Figura 11: Características das classificações tipográficas

	<p>Clássicas – O eixo da forma redonda do tipo é inclinado; o contraste entre espessuras é reduzida, as serifas são marcadas</p>	<p>Melior, Galliard, Goudy, Trump Mediaeval, Stone Serif, Caslon, Janson, Bembo, Sabon, Minion</p>
	<p>Transição – O eixo da forma redonda é vertical, serifas são finas e planas com acabamento agudo, contraste entre espessuras é notável</p>	<p>Century, New Century Schoolbook, Baskerville, Utopia, Cheltenham, New Caledonia, Meridien</p>
	<p>Moderna – O eixo da forma redonda do tipo é vertical, as variações de espessura são muito acentuadas, as serifas são muito finas</p>	<p>Didot, Bodoni, Walbaum, Filosofia, Mondial</p>
	<p>Egípcias – O eixo da forma redonda é vertical, possui desenhos simples com serifas espessas, contraste entre espessuras é reduzida</p>	<p>FF Scala, Chaparral, Vendetta, Rockwell, Triplex serif, Oficina serif, Claredon</p>
	<p>Sem Serifas – O eixo da forma redonda do tipo é vertical, ausência de serifas. Contraste entre espessuras é praticamente nula</p>	<p>Dax, Scala sans, Meta, Helvetica, Akzidenz Grotesque, Franklin Gothic, News Gothic, Univers</p>



Personalidade do tipo

Como foi referido anteriormente, a tipografia é dos elementos que mais caracteriza uma publicação, em especial, o jornal. Nomeadamente o título que possui uma forte presença na página, pelo seu destaque, corpo em maior dimensão, é ela que assume o papel de atribuir a personalidade à publicação ou à parte da publicação (secção).

Quando se procura uma tipografia para um trabalho, a primeira coisa a fazer é observá-la e de seguida analisa-se o seu desenho e forma. É nestes aspectos que se encontra a personalidade do tipo.

A personalidade do tipo é uma apreciação subjectiva.

Pretende-se evidenciar a preocupação que se deve ter ao escolher uma tipografia para um projecto, evitando passar uma ideia/imagem contrária ao que é realmente o "espírito" da publicação. Os outros elementos utilizados e o próprio aspecto e tratamento da página devem também ser devidamente analisadas.

abc

Gill Sans Ultra Bold, Pesada, Robusta

abc

Brush Script, Pessoal

abc

Hiragino Mincho Pro, Elegante

abc

Neutraface 2 Display, Frágil

abc

Matura Mt Script Capitals, Rústica

abc

Dispatch, Moderno

abc

Curlz, Animada, Alegre

ABC

Mesquire Std, Assustada

abc

Market Felt, fofinha

abc

Wc Roughtrad Bta, Agitada

abc

Edwardirn Script ITC, Requitada

ABC

Lithos, Inexpressiva

Fotografia

A fotografia é muito importante para vitalizar a notícia de uma publicação. A importância da tipografia e da imagem depende do tipo de publicação.

Inicialmente os jornais publicavam fotografias a preto e branco. A partir dos anos 70 as fotografias a cores ganharam maior expressão na área editorial.

Dentro do fotojornalismo destacam-se os temas:

Sociais: Incluem-se fotografias políticas/ sociais, de economia e negócios, acontecimentos que abrangem as manifestações, tragédias, etc.

Desportivas: Registos de momentos da modalidade (jogo de futebol, por exemplo).

Culturais: Incluem-se fotografias de eventos musicais, teatro, festas populares, etc.

Nas publicações podem também juntar-se outros géneros de fotografia como o retrato, paisagem, moda ou mesmo fotomontagem.



Fonte de Imagem utilizada (22-08-2012)

http://4.bp.blogspot.com/-e8iYdDktr04/TXqsM-SEVII/AAAAAAAAAPCU/3RQvF0C3I7g/s1600/Tsunami%2Bdamage_mosque_2.jpg



Fontes de Imagens utilizadas (22-08-2012)
<http://trama fotografica.files.wordpress.com/2010/09/15.jpg>
<http://edgblogs.s3.amazonaws.com/fazcaber/files/2011/11/06796546.jpg>



Fontes de Imagens utilizadas (22-08-2012)

<http://1.bp.blogspot.com/-yEk8K7qmiwU/Tc7t6j1hykl/AAAAAAAAAEk8/5qb09-mFGYw/s1600/final+ta%25C3%25A7a2.JPG>

http://www.neopix.com.br/blog/wp-content/uploads/2011/07/0743_TV_slide_IMG_4705.jpg

A fotografia de moda é encenada e preparada ao detalhe, ao contrário do fotojornalismo.



Fontes de Imagens utilizadas (22-08-2012)

<http://modanabaixada.files.wordpress.com/2012/07/jason-wu-apresenta-look-in-black-and-white-repaginado-para-a-megatendc3aancia-clc3a1ssico-nova-dc3a9cada-domc3adnio-da-moda-fonte-lovely-lissy.jpg?w=529&h=793>

Infografia

Infografia é a representação gráfica de informação.

Utiliza recursos gráficos (ilustrações, diagramas, fotografias, mapas ou combinação destes elementos) acompanhados de texto breves que contextualizam a explicação de um acontecimento ou de um esquema.

O objectivo da infografia é tornar a informação mais compreensível ao leitor.

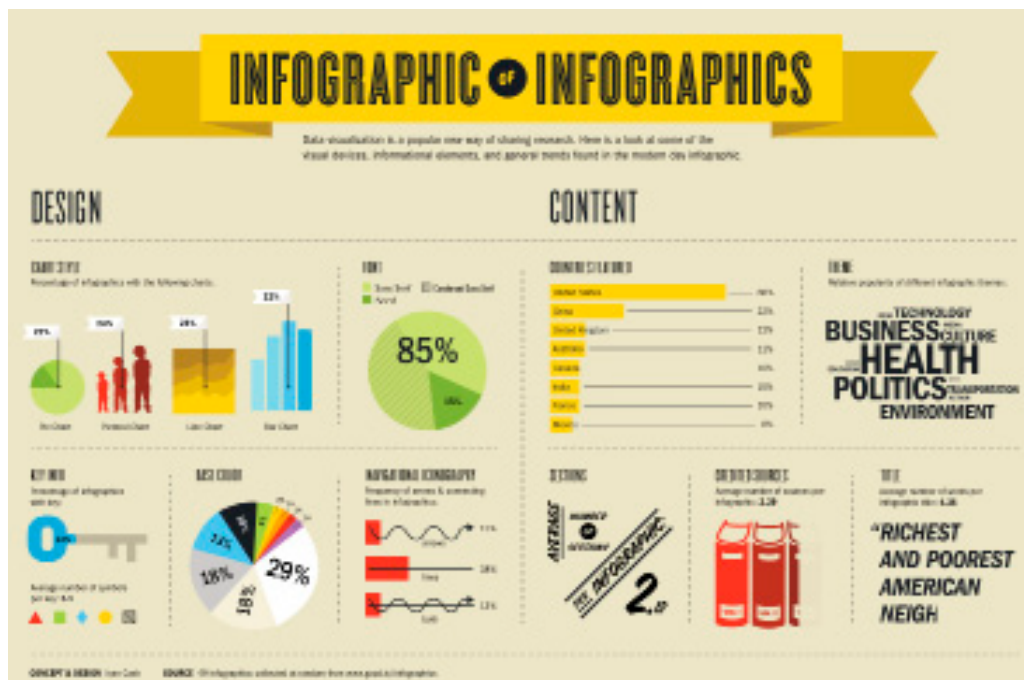
Quando um assunto é demasiado complexo (ou seja, possui muitos pormenores) para ser descrito via texto, opta-se pela infografia como uma hipótese visualmente mais clara e alucidativa. É frequente a sua utilização, inicialmente, no *design* de jornais e mais tarde nas revistas.

São frequentes as representações do corpo humano, dos animais, das plantas, das máquinas, das evoluções quantitativas de diversos assuntos e de reconstituições de tragédias ou outros factos.

Um dos primeiros registos da infografia têm origem na pré-história, que representavam mapas pintados numa parede, encontrados na antiga cidade de Çatal Hüyük, Turquia, e também na cartologia, desenhos de mapas e de planetas criadas por cartógrafos.

Entre várias personalidades destaca-se o multifacetado Leonardo da Vinci.

Da Vinci elaborou vários desenhos pormenorizados no estudo de embriões, anatomia do corpo humano e de alguns animais, máquinas voadoras, e outros engenhos como a bicicleta que hoje se conhece.

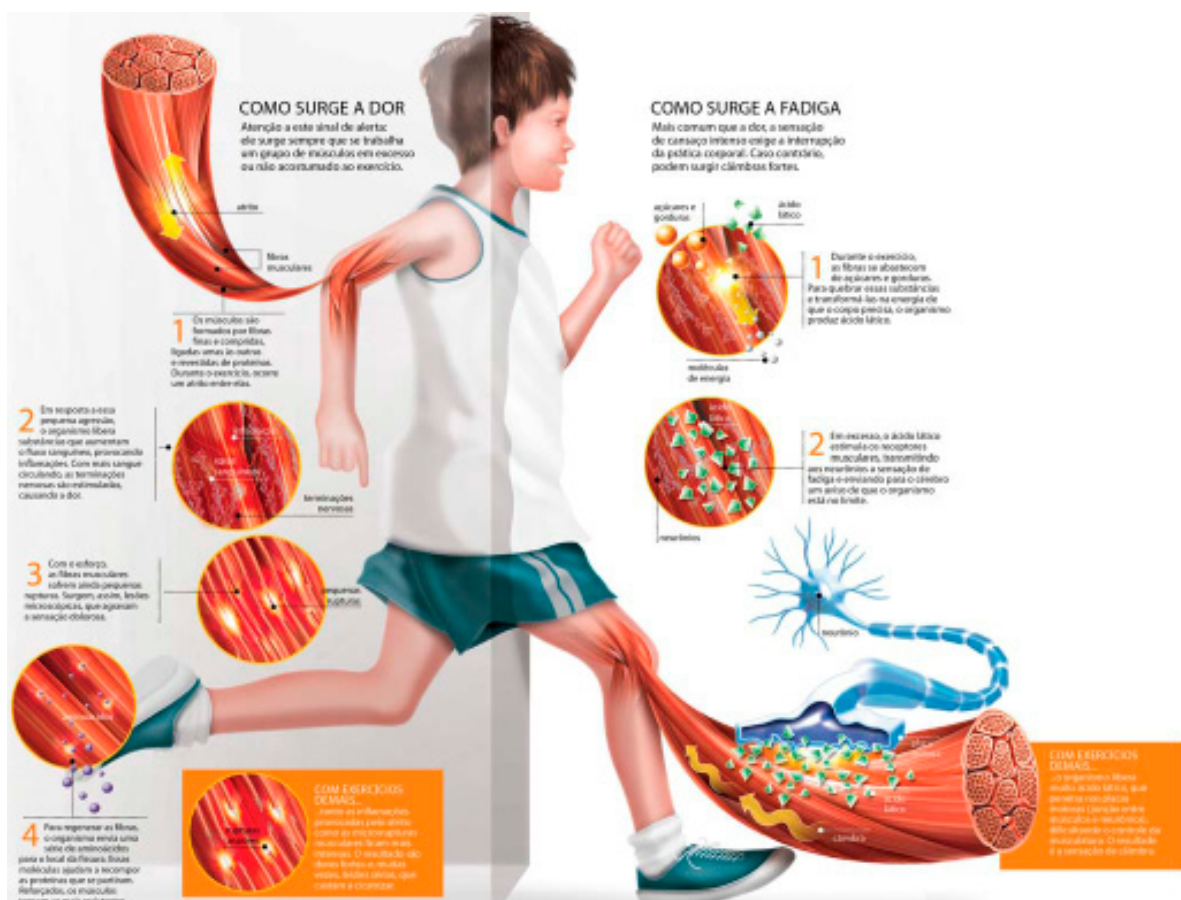


A utilização de gráficos de barras ou "queijo" é comum na comparação de valores.

Fonte de Imagem utilizada (22-08-2012)

<http://www.dotpod.com.ar/wp-content/uploads/2011/04/infografia-de-infografias.png>

A infografia pode conter pequenas infografias que explicam os pormenores do esquema principal.



Fonte de Imagem utilizada (22-08-2012)
<http://revistaescola.abril.com.br/img/ed-fisica/novaescola226-surgedorfadiga.jpg>

La ballena Franca

Es una de las 12 especies que hoy se extinguen. Necesita protección urgente y adecuada, con 100 especies de ballenas afectadas por el tráfico de ballenas, la ballena Franca es una de ellas. En 1966 se le prohibió cazar y desde entonces se ha prohibido cazarla. En 1993 se le prohibió cazar y desde entonces se ha prohibido cazarla.

CELULA DE IDENTIDAD

Se trata de una especie de ballena que vive en el océano Atlántico y el Pacífico. Se caracteriza por su gran tamaño y por su capacidad de migrar largas distancias.

Nombre científico	<i>Balaena borealis</i>
Nombre común	Ballena Franca
Orden	Cetacea
Familia	Balaenidae
Género	<i>Balaena</i>
Especie	<i>B. borealis</i>

EL CICLO VITAL

El ciclo vital de la ballena Franca es largo y complejo. Incluye etapas como la reproducción, el crecimiento y la migración.

¿A DÓNDE EMIGRA?

La ballena Franca migra entre el Atlántico Norte y el Atlántico Sur. Durante el verano se congrega en aguas frías para reproducirse, y durante el invierno migra hacia aguas más cálidas.

Una vida e irresponsable

La ballena Franca tiene una vida larga y una reproducción lenta. Esto hace que sea especialmente vulnerable a la explotación humana.

EL BARRIL

El barril es un objeto que se utiliza para medir el volumen de los líquidos. En el caso de la ballena Franca, se utiliza para medir el volumen de su leche.

EL ALMORZADO

El almorzado es un tipo de comida que se consume durante el día. En el caso de la ballena Franca, se refiere a su alimentación.

EL PUEBLO

El pueblo es un grupo de personas que viven en un mismo lugar. En el caso de la ballena Franca, se refiere a su población.

¿A DÓNDE EMIGRA?

La ballena Franca migra entre el Atlántico Norte y el Atlántico Sur. Durante el verano se congrega en aguas frías para reproducirse, y durante el invierno migra hacia aguas más cálidas.

EL ACEITE FABULOSO

MARRUECOS - TRADICIÓN BERBER

Producción

Los Berberes han desarrollado una tradición milenaria de producción de aceite de argán. Este proceso incluye la recolección de las nueces, su lavado y su trituración para extraer el aceite.

1. Se recolectan las nueces de la planta de argán.
2. Se lavan las nueces para eliminar la sal.
3. Se trituran las nueces para extraer el aceite.
4. Se filtra el aceite para eliminar las impurezas.
5. Se almacena el aceite en recipientes adecuados.

Argán

El árbol de argán es una especie endémica de Marruecos. Sus frutos contienen las nueces que se utilizan para producir el aceite de argán.

Ubicación

El árbol de argán crece en las montañas de Marruecos, en particular en la región de Agadir. Este tipo de cultivo es tradicional en esta zona.

Cooperativas

Las cooperativas de productores de aceite de argán han surgido para mejorar las condiciones de vida de los agricultores y garantizar la calidad del producto.

Usos

El aceite de argán tiene múltiples usos, tanto en la alimentación como en la cosmética. Se utiliza para cocinar, para hacer salsas y para cuidar la piel.

Distribución

El aceite de argán se distribuye en todo el mundo. En España, se utiliza principalmente en la cocina y en la cosmética.

Fontes das imagens utilizadas (22-08-2012)
<http://www.malofiej20.com/wp-content/uploads/2012/03/INFO-BALLENA.jpg>
<http://lasotrasinfografias.files.wordpress.com/2011/05/eelarbolargan.jpg>

Ilustração

As ilustrações são desenhos que têm como função acompanhar e interpretar uma informação ou simplesmente decorar. Pode-se utilizar várias técnicas, estilos e misturas, como por exemplo, pinturas, colagens, texturas, etc.

Existem vários estilos de ilustração. O estilo utilizados numa publicação devem ter em conta o público alvo. A fotografia e infografia também são ilustrações.

É comum encontrar-se ilustrações nos livros infantis, pois estas dotam os livros de animação e cor tornando-os mais atractivos.

Os jornais e revistas utilizam as ilustrações para acompanharem o texto, como por exemplo as caricaturas de figuras públicas.

Várias áreas profissionais utilizam a ilustração para visualizar o estudo de um produto ou de uma ideia.

Publicações que introduzam ilustrações tornam a informação mais aliciante, e com isso, é mais provável que o leitor se interesse pela notícia.





Design e consumo conscientes

Sentir um propósito onde antes era apenas um objeto é o primeiro passo para a mudança de comportamento. A mudança de comportamento começa quando o consumidor percebe que o produto que está comprando tem um propósito além de apenas satisfazer uma necessidade física.

Em um mundo onde a sustentabilidade não é apenas uma palavra de moda, mas uma realidade, os consumidores estão cada vez mais conscientes e exigentes. Eles não compram apenas produtos, eles compram histórias, valores e impactos. Isso significa que as empresas precisam criar produtos que não apenas atendam às necessidades físicas dos consumidores, mas também ofereçam benefícios sociais e ambientais.

Essa mudança de comportamento é impulsionada por vários fatores, incluindo a preocupação com o meio ambiente, a busca por produtos mais saudáveis e a valorização da ética empresarial. Os consumidores estão se tornando mais ativos e participativos no processo de compra, buscando informações e avaliando o impacto social e ambiental das empresas.

Essa mudança de comportamento é impulsionada por vários fatores, incluindo a preocupação com o meio ambiente, a busca por produtos mais saudáveis e a valorização da ética empresarial. Os consumidores estão se tornando mais ativos e participativos no processo de compra, buscando informações e avaliando o impacto social e ambiental das empresas.

Essa mudança de comportamento é impulsionada por vários fatores, incluindo a preocupação com o meio ambiente, a busca por produtos mais saudáveis e a valorização da ética empresarial. Os consumidores estão se tornando mais ativos e participativos no processo de compra, buscando informações e avaliando o impacto social e ambiental das empresas.

Essa mudança de comportamento é impulsionada por vários fatores, incluindo a preocupação com o meio ambiente, a busca por produtos mais saudáveis e a valorização da ética empresarial. Os consumidores estão se tornando mais ativos e participativos no processo de compra, buscando informações e avaliando o impacto social e ambiental das empresas.

Essa mudança de comportamento é impulsionada por vários fatores, incluindo a preocupação com o meio ambiente, a busca por produtos mais saudáveis e a valorização da ética empresarial. Os consumidores estão se tornando mais ativos e participativos no processo de compra, buscando informações e avaliando o impacto social e ambiental das empresas.



Essa mudança de comportamento é impulsionada por vários fatores, incluindo a preocupação com o meio ambiente, a busca por produtos mais saudáveis e a valorização da ética empresarial. Os consumidores estão se tornando mais ativos e participativos no processo de compra, buscando informações e avaliando o impacto social e ambiental das empresas.

Fontes das imagens utilizadas (22-08-2012)
<http://getuliodelphimeditorial.files.wordpress.com/2010/07/i-36.jpg>
<http://efetive.files.wordpress.com/2011/06/ed16.jpg>



As ilustrações infantis geralmente possuem cores fortes e alegres para despertar a atenção dos mais novos.

As caricaturas comuns de uma publicação juntam informação, ironia e exagero para estimular o humor do leitor e o seu interesse pela notícia.



Fonte de Imagem utilizada (22-08-2012)

<http://william.com.br/blog/wp-content/uploads/2011/11/carlos-lupi-2.jpg>

Cor

"A cor é uma percepção visual provocada pela acção de um feixe de fotão sobre células especializadas da retina, que transmitem através de informação pré-processada no nervo óptico, impressões para o sistema nervoso". <http://pt.wikipedia.org/wiki/Cor> (22-08-2012)

A cor só existe em função da luz.

No universo predominam muitas cores, mas a visão humana consegue perceber apenas uma pequena parte do espectro eletromagnético, que se encontra entre os 400 e os 700 nanómetros (nm).

Nanómetro é a unidade de medida do comprimento de onda de luz visível. (Ver Fig. 12)

Figura 12: Espectro visível ao ser humano



Significado da cor

As cores podem transmitir várias sensações ou ideias. O ponto interessante de quando se fala da cor, é conhecer os significados que lhes são atribuídos. Os significados podem variar consoante a cultura, país ou religião.

Branco: pureza, inocência, paz, simplicidade.

Preto: morte, medo, mistério, formalidade.

Cinza: elegância, humildade, respeito, sutileza.

Vermelho: paixão, raiva, amor, perigo, fogo.

Azul: harmonia, infinito, tranquilidade, liberdade, saúde.

Verde: natureza, primavera, fertilidade, esperança; vida.

Roxo: concentração, optimismo, felicidade.

Rosa: luxúria, sensualidade, feminilidade, desejo.

Violeta: espiritualidade, criatividade, sabedoria, dor.

Laranja: energia, criatividade, equilíbrio.

Castanho: sólido, seguro, calmo.

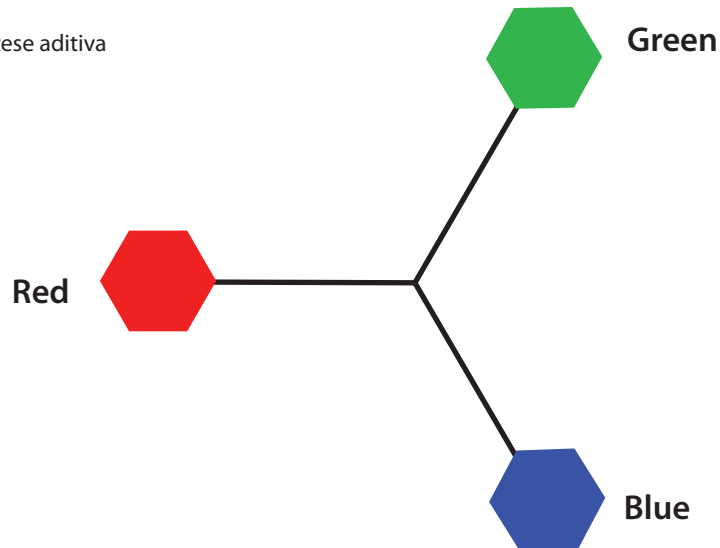
Os dois sistemas cromáticos a reter:

RGB – *Red* (vermelho), *Green* (verde) e *Blue* (azul).

CMYK – *Cyan* (cião), *Magenta*, *Yellow* (amarelo) e *Black* (preto).

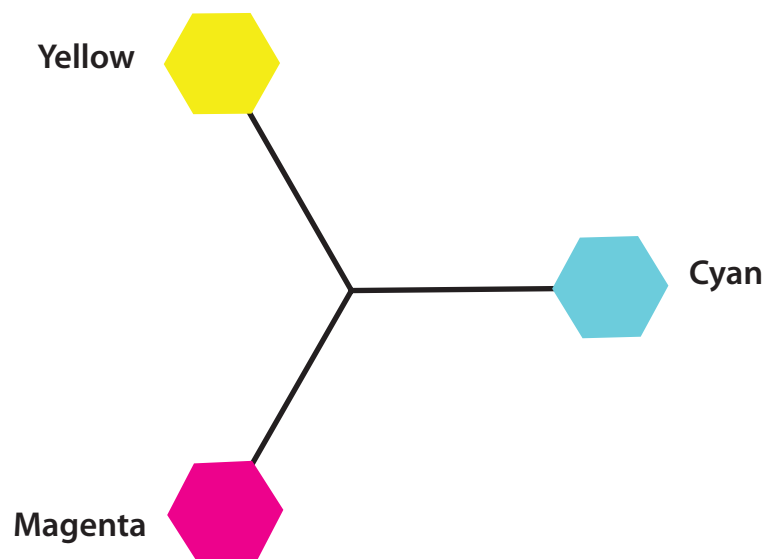
RGB, Síntese aditiva – A sobreposição de **luzes** das três cores origina a cor branca. Chama-se aditiva porque adiciona luz. É um sistema direccionado para ecrãs, monitores de computadores, lanternas, etc. *RGB* são as cores primárias deste sistema. (Ver Fig. 13)

Figura 13: Síntese aditiva



CMYK, Síntese subtrativa – A mistura de **tintas** das cores *CMY* origina o preto. Chama-se subtrativa porque retira luz. É um sistema direccionado para a impressão gráfica. *CMYK* são as cores primárias deste sistema. As cores primárias são indecomponíveis (não se decompõem). (Ver Fig. 14)

Figura 14: Síntese subtrativa



Combinações de cores

O círculo cromático representa as cores visíveis pelo olho humano.

Junta os dois sistemas de cores que permitem reproduzir milhares de cores. (Ver Fig. 15)

Por vezes, existem dificuldades em escolher e também combinar cores para utilizar num trabalho. Para minimizar essas dificuldades pode-se, a partir do círculo cromático, fazer algumas combinações possíveis que garantem relações harmoniosas entre elas.

Alguns métodos de combinação: (Ver fig. 16)

Analogia (cor ao lado);

Complementaridade (oposta);

Triângulo (três cores);

Quadrado (quatro cores);

Pentágono (cinco cores);

Cores quentes;

Cores frias;

e **diferentes percentagens da mesma cor.**

Figura 15: Círculo cromático

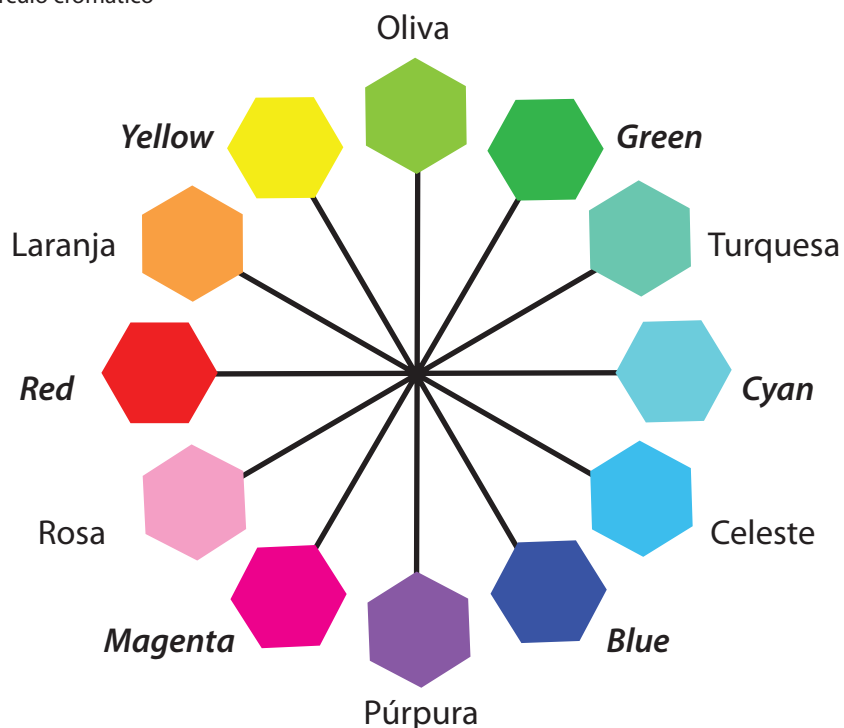
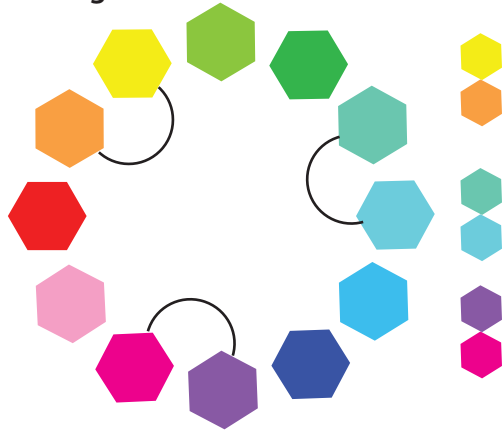
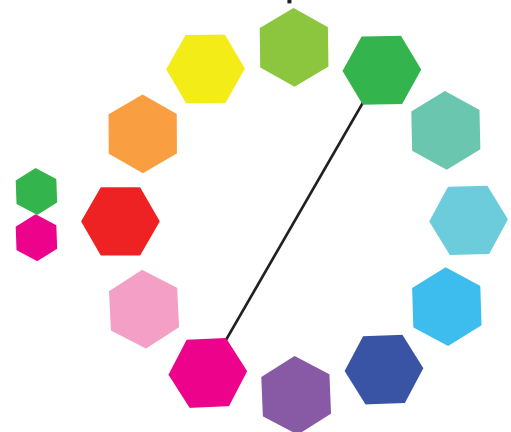


Figura 16: Combinações de cores

Analogia



Complementaridade



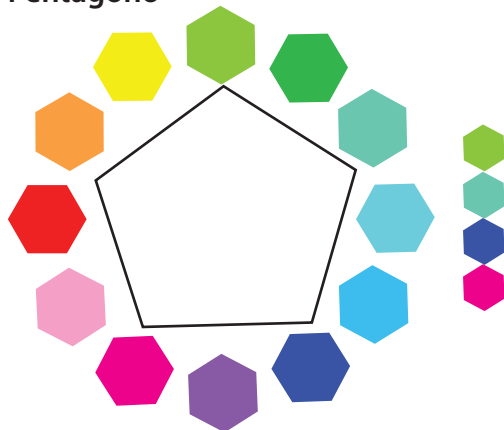
Quadrado



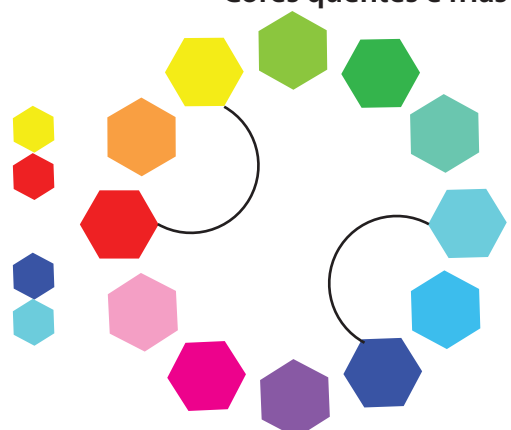
Triângulo



Pentágono



Cores quentes e frias



Elaboração Própria

Gestão de cores

"Entende-se por gestão de cor como a tecnologia digital necessária para alcançar a uniformização da cor entre todos os dispositivos intervenientes na reprodução gráfica: os de *input* (máquinas fotográficas, *scanners*), os de *display* (ecrãs de computador) e os de *output* (impressora de provas de cor, gravadora de chapas *CTP*, impressora offset). Os sinais que cada dispositivo recebe é ajustado de modo a que a cor percebida permaneça constante. (Luís Moreira – Arte final digital, p. 34.)

Quando se visualiza um trabalho no ecrã do computador nota-se cores vibrantes reproduzidas pelo modo *RGB*. Após a sua impressão, verifica-se que as cores perderam a saturação e o brilho.

Isto acontece porque a gama de cores reproduzíveis pelo modo *RGB* é mais alargada que o modo *CMYK* (cores *RGB* devem ser convertidas em *CMYK*) e também porque as configurações cromáticas do programa não são as adequadas.

O que se deve fazer é harmonizar/ minimizar os espaços de cor entre os dois modos nos programas gráficos.

No InDesign, Illustrator e no Photoshop ir a: **Edit > Color Settings.**

Selecciona-se a opção **Advanced Mode** e escolher: **Europe Prepress 2**, esta definição responde a quase todos os problemas. (Ver Fig. 17)

No *RGB*, mantém-se o **Adobe RGB (1998)**, é perfil mais indicado.

Para o *CMYK*, o perfil vai depender da gráfica e do tipo de papel com que se trabalha. Para a Europa, o recomendado é o **Europe ISO Coated FOGRA 27**.

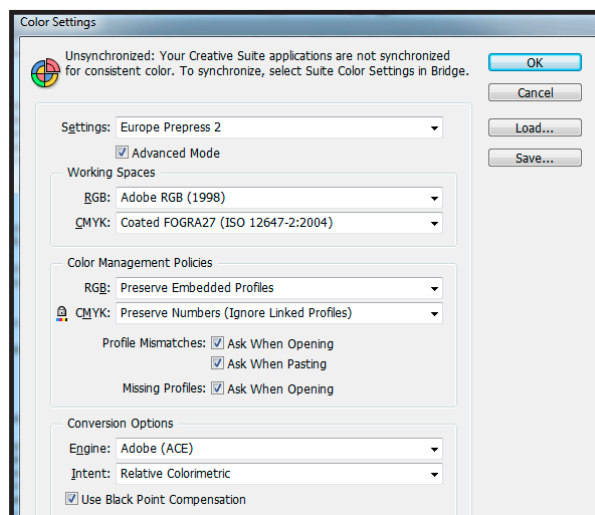
Europe ISO Coated FOGRA 27, para impressão em papéis couché.

Uncoated FOGRA 29, para impressão em papéis não couché.

Web Coated FOGRA 28, para impressão em máquinas rotativas.

Para se usar este **Color Setting** noutros programas, clicar em **Save** e atribuir um nome.

Figura 17: Janela *Color Setting*



No Photoshop, a maneira adequada para se converter imagens *RGB* para *CMYK* é ir a: **Edit > Convert to Profile**, escolher **Coated FOGRA27** e não **Image > Mode > CMYK**.

Na janela **Convert to Profile** (Indesign e Photoshop), na opção **Intent**, estão disponíveis 4 modelos diferentes de conversão de cores fora de gama para as cores *CMYK*. (Ver Fig. 18)

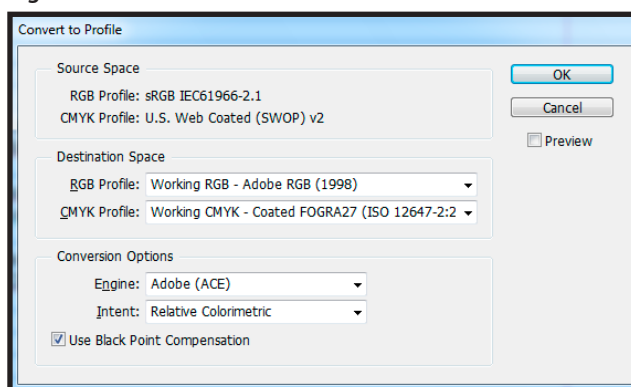
Perceptual – Ajusta as cores de modo a preservar a relação proporcional entre elas.

Saturation – Ajusta as cores ficando com o maior grau de saturação possível.

Relative Colorimetric – Ajusta apenas as cores fora de gama colocando-as no limite das cores reproduzíveis.

Relative Colorimetric – Ajusta as cores fora de gama para o limite das cores reproduzíveis e ajusta todas as cores em função da correcção automática do ponto branco. (Luís Moreira – Arte final digital, p. 37.)

Figura 18: Janela *Convert to Profile*



Quando se trabalha com perfis de cor (*RGB* ou *CMYK*), surgem questões colocadas pelos programas.

Podem aparecer as seguintes janelas:

No Indesign

Profile or Policy Mismatch – Aqui pode-se manter os perfis originais ou ajustar ao *color settings* que se está a usar. **Adjust the document to match current color settings**

No Photoshop

Missing Profile – Quer dizer que o documento que se pretende abrir não tem um perfil de cor associado. Atribuir o perfil que se está a usar, **working RGB**.

Profile Mismatch – Quer dizer que o documento que se pretende abrir tem um perfil diferente do que se está a usar. Pode-se converter para o que se está a usar.

Seleccionar a opção **Convert document's colors to the working space**.

ESTRUTURA DA PUBLICAÇÃO

A estrutura de uma revista é o modo de como ela se apresenta e ordena as informações tratadas. Dentro de uma estrutura existem secções (categorias de informação) que permitem agrupar conteúdos de informação da mesma natureza num espaço comum. Para o caso, analisar-se a estrutura de uma *new magazine*, como exemplo.

As secções permitem localizar o leitor no contexto da informação.

Cada publicação pode estruturar-se da sua forma. Mas, se se observar com atenção duas revistas da mesma tipologia, chega-se à conclusão que existe uma linha estrutural comum que é seguida por ambas.

Essa linha comum define-se como estrutura base da revista. A estrutura base pode ser vista como o "esqueleto da revista", é indispensável na sua apresentação.

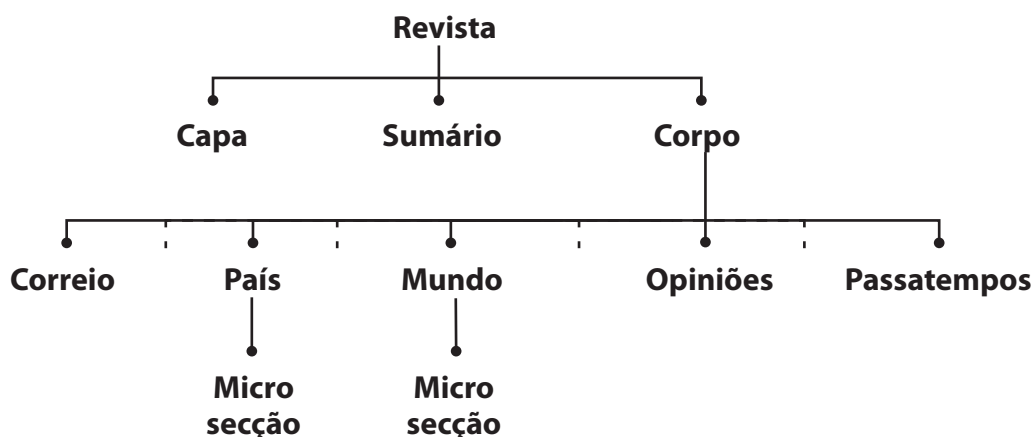
A **estrutura base da revista** é composta por: capa; sumário, corpo da revista.

Dentro do **corpo da revista** encontram-se as secções principais (mundo, país, economia, etc.); correio do leitor; espaço de opinião dos colaboradores da revista e passatempos. Dentro das secções principais podem surgir as chamadas "micro-secções" (notícias curtas que servem para quebra o ritmo da leitura) um espaço com menos massa de texto. Exemplo de uma estrutura. (Ver Fig. 19)

No caso dos jornais, é comum juntar-se a esta estrutura o editorial (esta secção é reservada muitas vezes aos comentários do director). O editorial e as secções de opinião têm um tratamento gráfico diferente do corpo da notícia, isto para dar ao entender que é um espaço opinativo e não informativo.

A publicidade encontra-se ao longo revista.

Figura 19: Estrutura base da revista



Para se observar a estrutura de uma *news magazine* existente, resolvi digitalizar uma edição da revista Time (como exemplo, edição 22 de Agosto de 2011). Aqui o objectivo é ver a sua organização, quais as secções que a constitui e como trata os diferentes elementos gráficos. Desta forma tem-se uma precepção geral da estrutura de uma *news magazine*.

Esta revista semanal é publicada nos Estados Unidos da América mas, também possui outras filiais pelo mundo. Como a Time Europe (publicada em Londres), Time Asia e Time Canada (publicada em Toronto). Na impressa, a Time é a revista semanal com maior circulação em todo o mundo. A sua primeira edição foi publicada no dia 3 de março de 1923. Esta revista é uma das mais conceitadas revistas de notícias do mundo.

A estrutura da Time divide-se em: Capa; Sumário; *Inbox* (correio); *Briefing* que engloba a secção *World* (Mundo), *United States* (País), *Economy* (Economia), *Health & Science* (Saúde & Ciência) e *Milestone*; *Comentary* (Comentários de colaboradores); *Business* (Negócios) e *Culture* (Cultura) que engloba *Art* (Arte), *Television* (Televisão) e *Books* (Livros); *Global Adviser* (Consultor mundial); *The Awesome* (Impressionante) e *10 Questions* (10 Perguntas). (Ver Fig. 20)

Figura 20: Estrutura da revista Time

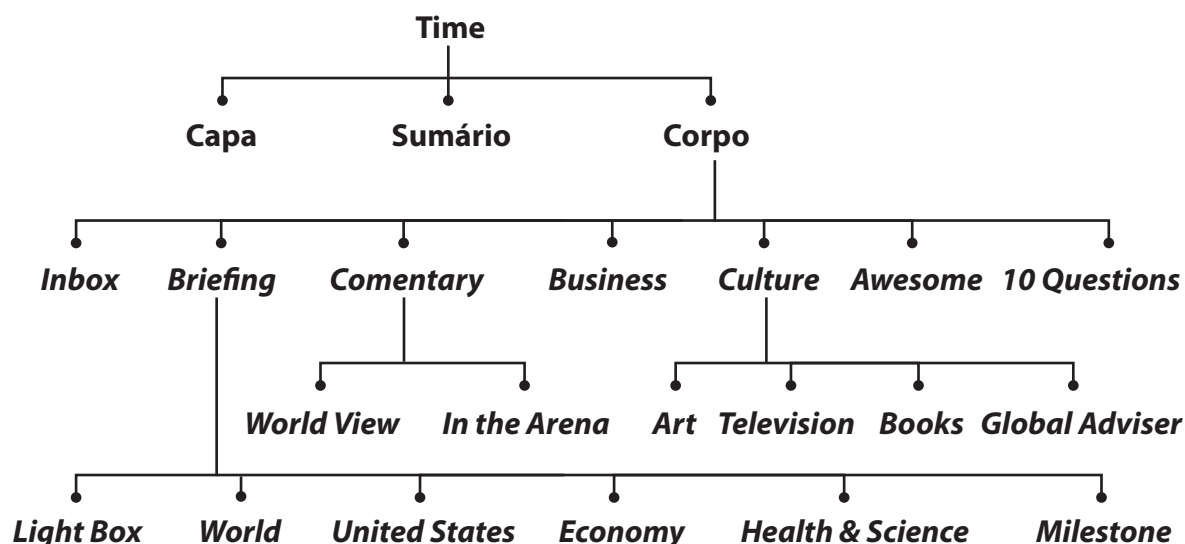




Figura 21: Comparação entre as capas da Time e da Newsweek

Capa

A capa é o rosto da publicação. É possível conhecer o tipo de revista pela apresentação da capa. Cabe à capa ser atractiva o suficiente para despertar a atenção e a curiosidade das pessoas.

O título da publicação pode ser tratado de vários modos. Pode-se escolher um tipo serifado ou sem serifa; em caixa alta ou em caixa baixa; com cor fixa ou variável com a edição e com a possibilidade de ser introduzida numa caixa.

Normalmente as capas são impressas separadas do miolo, porque a gramagem do seu papel é diferente (gramagem superior). Enquanto que a gramagem do miolo ronda as noventa gramas a capa aproxima-se das cento e cinquenta. O papel pode ser brilhante ou *mate* (sem brilho). A capa pode apresentar-se com modura. Pode conter apenas o título da notícia principal (corpo grande) ou ter juntamente alguns destaques num corpo inferior.

As fotografias podem ser a cores ou a preto e branco, podendo por vezes sofrer alterações a nível cromático na pós-produção (tratamento de imagens).

As fotografias podem e devem ser assinadas pelo seu autor. (Ver Fig. 21)

É frequente a presença de ilustrações e fotomontagens na capa.

A publicidade também pode estar presente na capa.

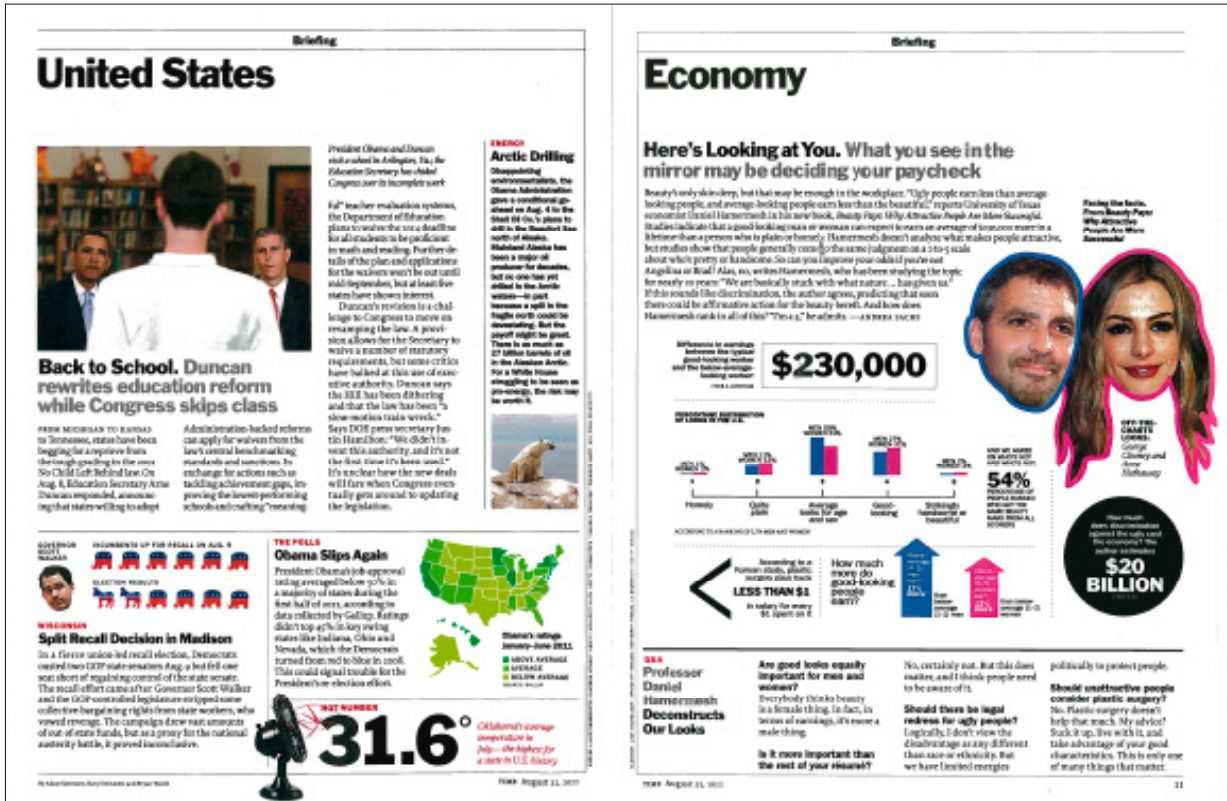


Figura 24: Páginas da secção United States e Economy

United States / Estados Unidos

Esta secção junta cinco notícias, sendo que a principal ocupa metade da página, em três colunas. O título e o lead ocupam três linhas, o que é marca uma forte presença na página, destacam-se das outras notícias (com menor expressão). O texto principal é alinhado à esquerda, a imagem ocupa duas colunas e está acompanhada de uma legenda.

O texto das duas notícias, em baixo, estão numa só coluna, ambas acompanhadas de infografias. As notícias estão separadas por filete verticais e horizontais.

Na coluna do lado direito, o texto é formatado a bold e sem serifas, ao contrário das restantes.

Economy / Economia

A secção Economy partilha de dois assuntos na mesma página. O texto do assunto principal está numa coluna única, acompanhado de infografias coloridas e imagens com cabeças recortadas e contornadas a cor.

No "pé" da página, está mais um assunto, que ocupa um quarto da página, são perguntas (bold) e respostas (regular).

As duas páginas são separadas por molduras extremamente finas, mantêm-se coerentes entre si (espaços branco, formatação de texto, hierarquia de informação), mas organizam os conteúdos de modo diferente. (Ver Fig. 24)

Figura 26: Sub-seção *Television*

The Culture

Television



Tie Me Animals Down, Sport. Beware of the gonzo nature-TV presenter

By Andrew Marshall

WITH A TRIBUTE ANNIVERSARY of the death of Steve Irwin, the Australian wildlife presenter finally opened by a wispiness he'd while filming on the Great Barrier Reef. If he both was a shark, but in manner surprised nobody. There was no danger of a shark attack in his world: powder and muckable for TV.

For years, the pet and presenter preached his pleasure has become the standard way to nature programs to produce cheap dramatic footage—ready TV with claws. Turn on any channel and you'll see Irwin look at his hand animals. They believe they know of nature, while much might remember the presenter's wit finally with it, teaching our children to both love and subjugate creatures already pushed to the brink of extinction.

Irwin's beloved masterpiece was the British broadcaster and naturalist David Attenborough. Once whispering so as not to disturb his subjects, Attenborough eventually reveals the wonders of the natural world and our place in it. He doesn't set out to domesticate his study our animals.

Today's presenters are different. Animal Planet's slogan is "Stunningly with animals. Instead, we invade their habitats and, when they don't take notice, we breed them vicious."

This is the apparent strategy of Animal Planet's *Into the Wild*. A pride of lions howls for "aggressive toward people" must learn to grow accustomed to researchers as a lion's best resource—evolve. "If they don't calm down," says Irwin, "they will be destroyed." Calm down? They're wild animals. They're calm enough when you leave them alone. But try telling that to the show's host boy lion, a Canadian animal trainer called Dave Salzman. He approaches us on all terrain vehicle and into about acclimating the lions to humans—by repeatedly agitating them. "Right now, they're problem cats," Salzman exclaims, "because of their perception of what humans are." In this case, a whinnying lion is a quiet bite.

Even National Geographic's "tempting people to care about the planet since 1985" aren't here animals. An episode of its *Monster Fish* shows American biologist Debraj Dasgupta would suggest South American anguilla fish can make pond where anglers pay to catch them. That's conservation?

All this poses a dilemma for parents. Where do children learn an appreciation of nature? By father look out to sea, which I find, but today even the best educational many parents, this one included, would see most nature TV, where they find the body of animal attacks of Discovery Channel's recent *Shark Week*, or a show like *Survive Brothers*, in which Florida reptile trader Robin Kenney explains wild animals under the guise of the any ordinary people to suspect "that right in this place we call earth." My son won't be watching him.

Is there a connection between TV's obsession with anguishing animals and our capacity to destroy them and their habitats? Possibly. We demand shows and were soon anguishing ourselves the last few years past. Through nature TV, we're now demanding all wild creatures to make us feel better about presidential that destruction. "People come first," says Salzman as he gazes at elephant, and for ever he's right. On this planet, only nature humans are allowed to roam free. ■

TIME August 15, 2011

Television/ Televisão

Television é uma Sub-seção da *Culture*.

Nesta secção são divulgadas notícias relacionados com filmes, séries, etc.

Análise gráfica

O título da sub-seção, o título da notícia, o *lead* e a assinatura do jornalista estão formatadas numa tipografia sem serifa e a **bold**. Destacam-se entre si pela cor e pelo tamanho.

No texto principal, o primeiro parágrafo não tem capitular, provavelmente por se encontrar próximo do título, lead e assinatura do jornalista, que já têm muita presença, o que é escusado utilização da capitular nesta situação. Estão alinhados à esquerda e ocupando 3 colunas.

Os parágrafos seguintes, estão marcados com entradas.

A imagem alusiva ao tema ocupa a largura de duas colunas

No "pé" da página, estão o nome do título da publicação, e a data da edição (22 de Agosto de 2011).

O espaços brancos, áreas sem grafismos, são zonas de descanso visual. (Ver Fig. 26)



Figura 27: *Spread* da secção *World*

World/ Mundo

Pode-se afirmar, que o assunto de capa é o mais aguardado entre as notícias. Geralmente são assuntos marcantes e de grande impacto social, pela positiva ou pela negativa.

O assunto de capa ou tema de capa situa-se nas páginas centrais da revista, são temas de grande desenvolvimento e por isso ocupava no mínimo duas páginas e pode chegar às seis ou mais páginas.

A notícia abre com uma grande imagem sobre o *spread* (página esquerda – direita). A imagem é acompanhada de pouco texto, resumindo-se ao título, *lead*, legenda da imagem, assinatura do jornalista e assinatura do fotógrafo. (Ver Fig. 27)



Figura 28: Seção Health & Science e Milestones

Health & Science/ Saúde & Ciência

A imagens são dispersas pelas páginas de modo a criar equilíbrio (as imagens têm um peso visual muito forte). Imagens pequenas e recortadas tornam-se mais expressivas.

Para além do preto, o vermelho prevalece nas páginas. O vermelho é muito utilizado nos antetítulos e em pequenos destaques. (Ver Fig. 28)
Os filetes são excelentes separadores de informação, são discretos e funcionais.

Conclusão das análises

A Time usou *Layout* flexíveis/ variáveis que se adaptam à necessidade de ter mais ou menos notícias por página. Utilizou *layout* de três e de quatro colunas.

Como se observou, a Time usa cerca de três tipografias diferentes e as suas variantes para tratar o texto. Possui imagens ao alto e ao baixo e também imagens recortadas, o que proporciona dinâmica na relação com o texto e dá origem aos espaços brancos.

Nas cores, prevalecem o preto e o vermelho (o ideal é usar no máximo três cores). A hierarquia das notícias destaca-se pela dimensão que ocupam na página.

Coerência, unidade, continuidade e harmonia estrutural são alguns dos princípios necessários a serem seguidos para uma excelente concepção gráfica.

Publicidade

A publicidade é uma área destinada à difusão de serviços e produtos de uma organização com vista na persuasão do público alvo.

A publicidade está presente em vários objectos de *design*, incluindo as publicações editoriais.

Antes de se publicar um produto/serviço numa publicação o anunciante faz um estudo de mercado para conhecer o tipo de leitor que se interessa pela publicação.

O estudo tem em linha de conta o género, a faixa etária e o estatuto social do leitor.

Deste modo, o anunciante tem mais probabilidade de fazer chegar o seu produto ao público pretendido.

A publicidade é indispensável para o sucesso de um produto.

A publicidade é introduzida quando as páginas já estão devidamente paginadas.

A introdução da publicidade na página pode ser feita à medida da mancha de texto ou ao corte (excede as medidas do documento, *bleed*). (Ver Fig. 29)

Antes de se publicitar algum trabalho (imagem) deve-se consultar as dimensões para cada áreas de publicidade. As dimensões são facultadas pelo departamento responsável da publicação.

A publicidade pode ocupar várias dimensões na página.

Antes de paginar, o paginador tem um plano onde verifica se as páginas que vai paginar vão ter ou não publicidade. Se as páginas incluírem publicidade, ele saberá qual a área que ocupa e reserva o espaço destinado à mesma. (Ver Fig. 30A, 30B, 30C)

Figura 29: Extensão da publicidade na página

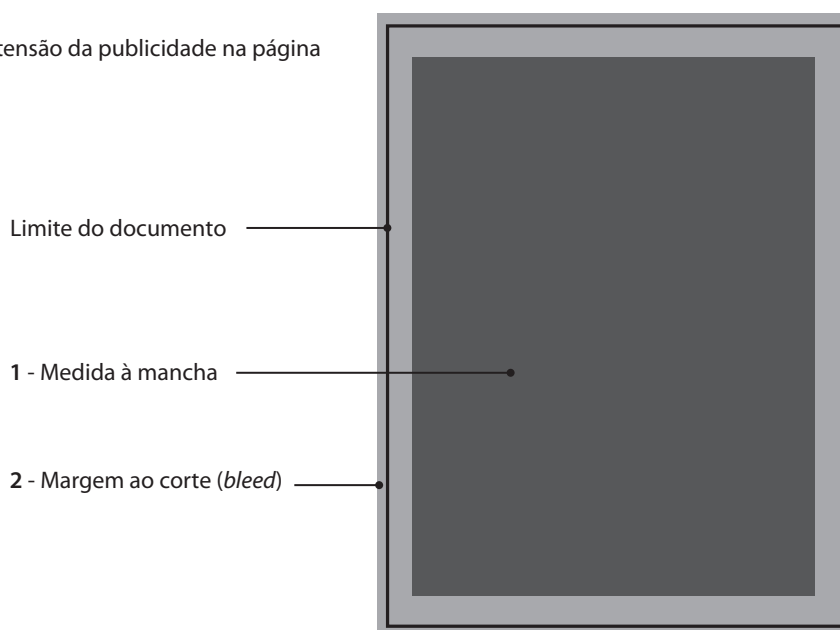
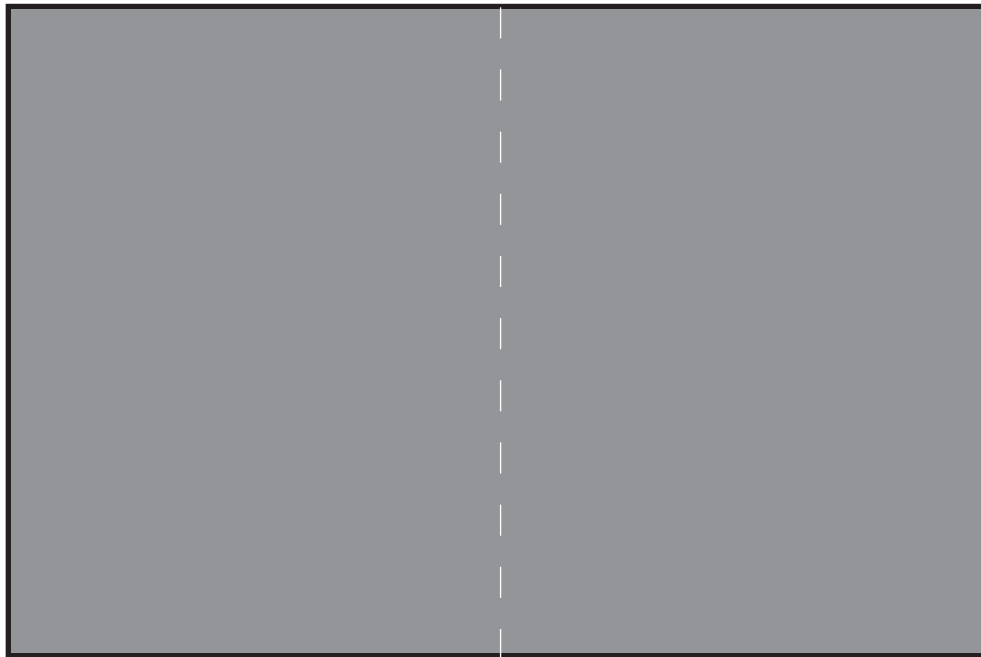


Figura 30A: Áreas de publicidade na página

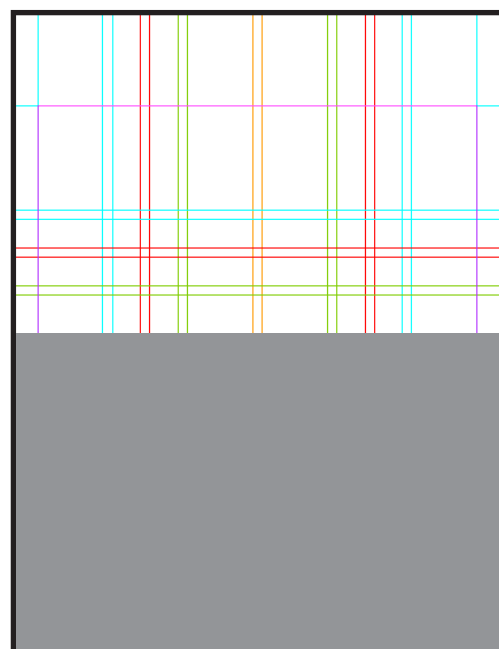
Página Dupla



Página Inteira



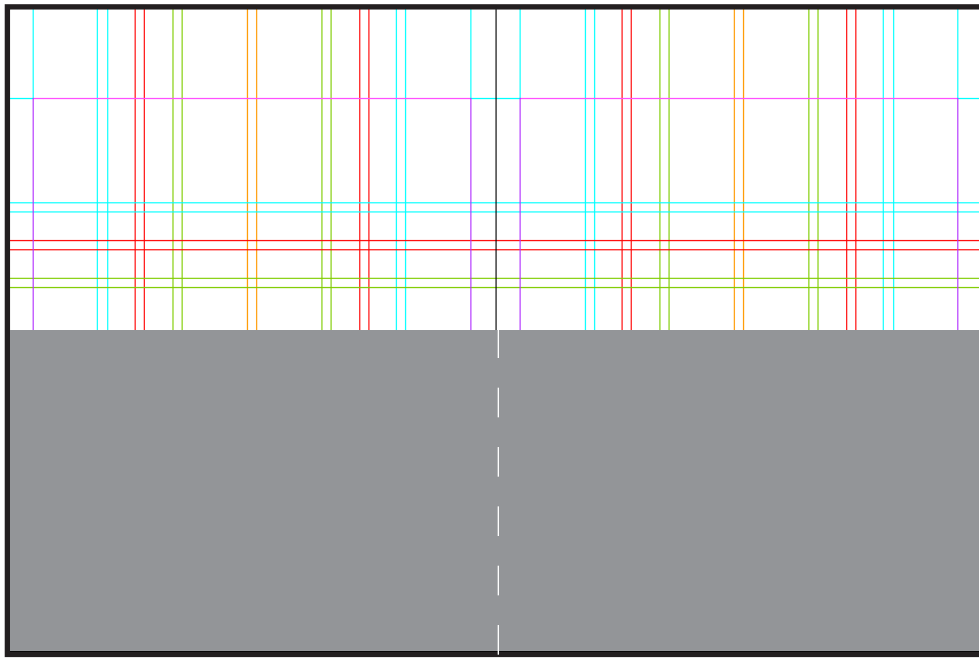
1/2 Página ao Baixo



Elaboração Própria

Figura 30B: Áreas de publicidade na página

1/2 Página Dupla



Rodapé Duplo

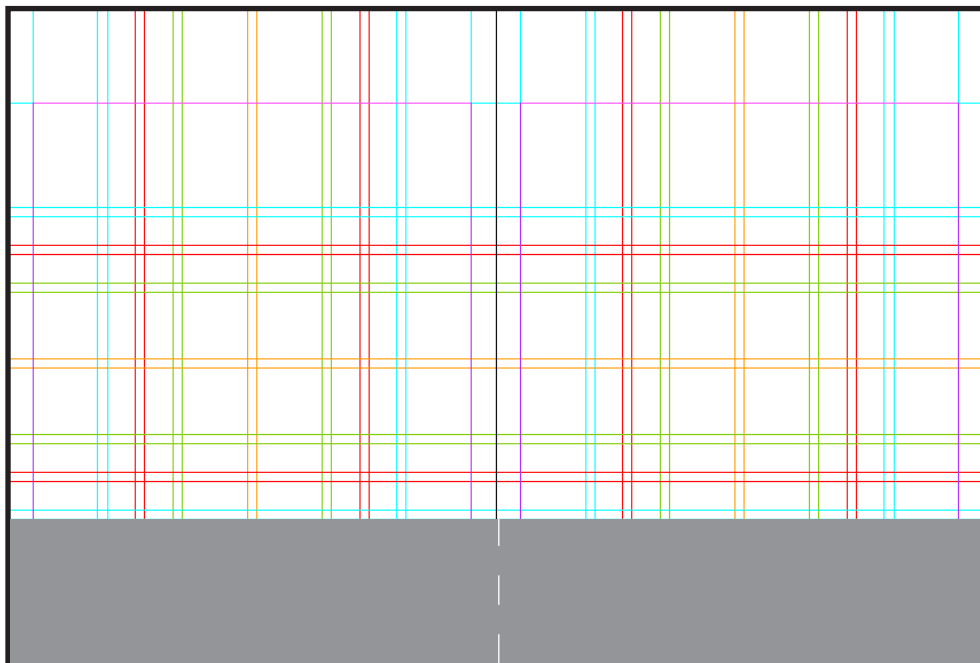
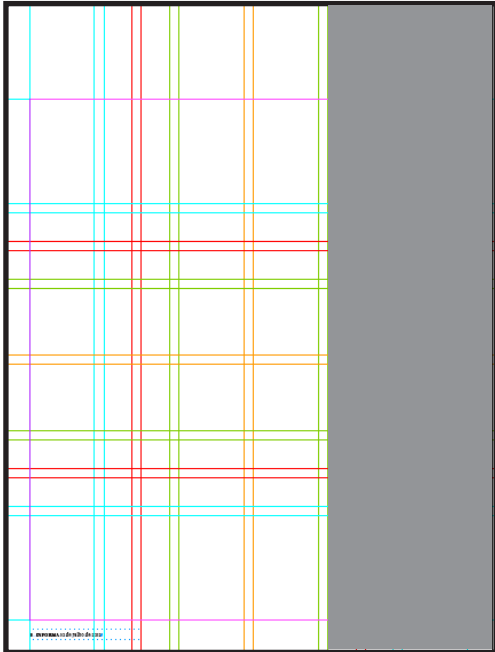
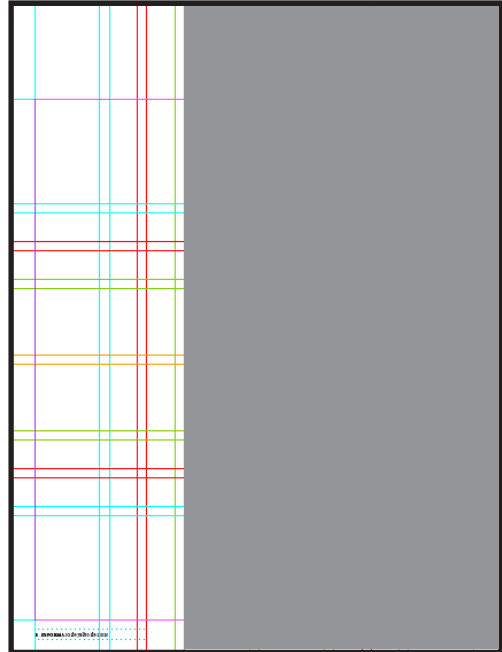


Figura 30C: Áreas de publicidade na página

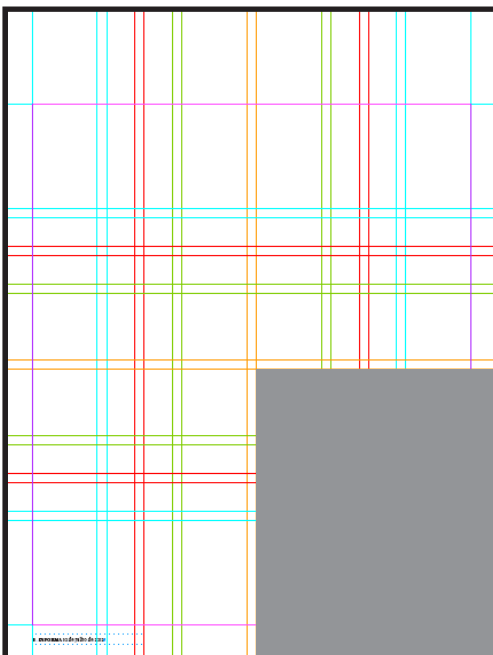
1/3 Página ao Alto



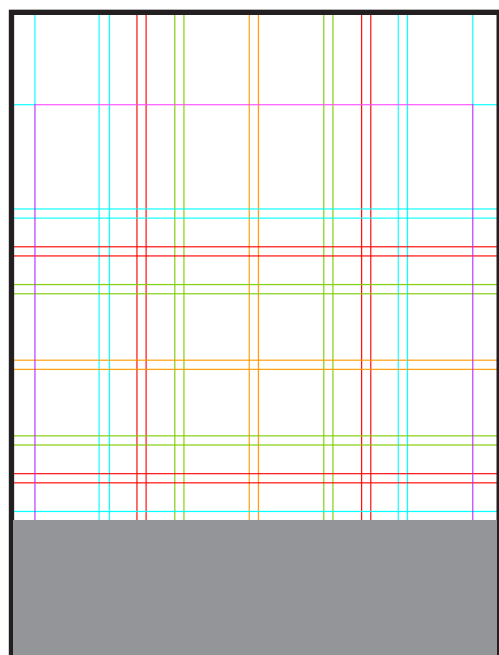
2/3 Página ao Alto



1/4 Página



Rodapé



Elaboração Própria

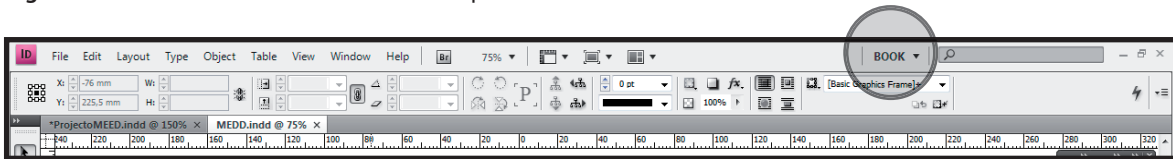
UTILIZAÇÃO DO PROGRAMA INDESIGN

As pré-definições do programa uma vez alteradas não necessitam de alterações sempre que o programa é aberto.

Já com o programa Indesign aberto, surge uma caixa que deve ser ignorada seleccionando a opção **Don't show again** para que esta caixa não volte a aparecer quando se abre o Indesign.

É necessário ter-se as ferramentas para o trabalho. Ir a: **Window > Workspace,** escolher **Book.** (Ver Fig. 31)

Figura 31: Escolha de ferramentas de trabalho para Book

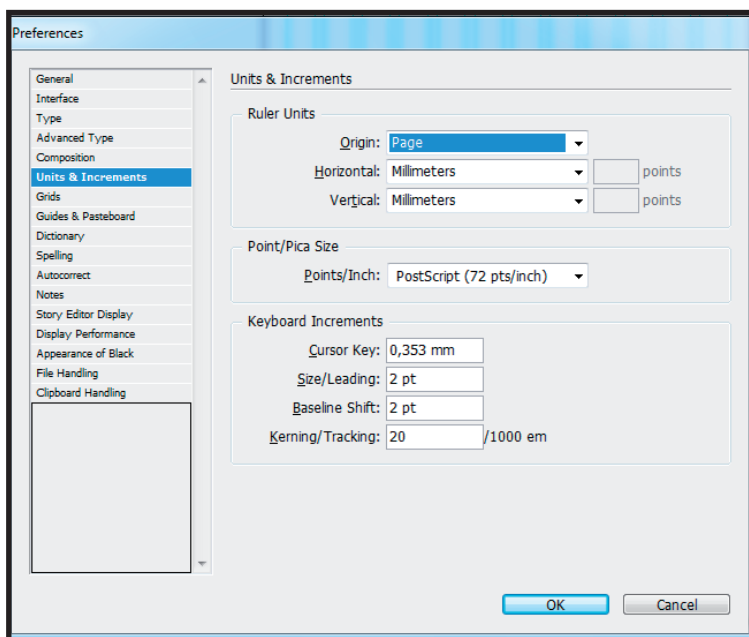


Para alterar a unidade de medida da régua horizontal e vertical. (Ver Fig. 32)
 para PC indo a: **Edit > Preferences > Unit & Increments (ctrl+k)**
 para MAC indo a: **(Apple) > Preferences > Unit & Increments (cmdt+k)**

Origin: escolhe-se **Page**, para que o ponto '0' da régua comece em cada página e não de forma contínua pelas duas páginas.

Horizontal e Vertical: escolher **Milimeters** (milímetros "mm"). E clicar em **OK.**

Figura 32: Alteração da unidade de medida



Definir formato e margens

Criar um novo documento indo a: **File > New > Document**; define-se a altura e a largura da nossa página.

Number of page: Escolhe-se três páginas (pode-se adicionar ou remover páginas).

Activa-se **Facing Pages**, para se ter as páginas lado-a-lado.

Master Text Frame adiciona uma caixa de texto em cada página. Esta opção é desnecessário para o caso porque em revista e jornal usa-se várias caixas de texto na página.

Neste caso as medidas serão **200 mm** de largura e **265 mm** altura.

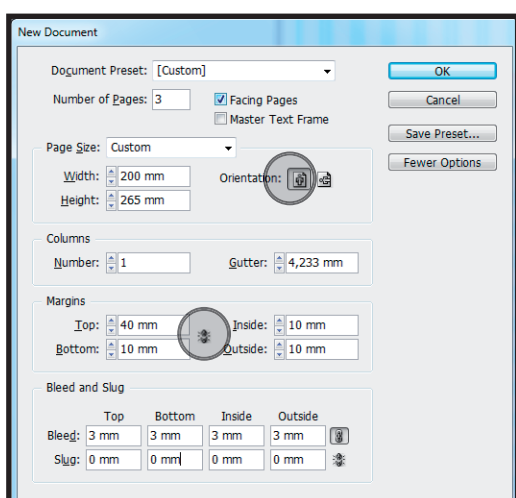
Orientation: Escolher vertical.

Margins: Desactivar o cadeado, para que as medidas que se adiciona numa margem não se repitam nas outras. **40 mm** para a cabeça da página e **10 mm** para as restantes. Posteriormente será necessário fazer-se o ajustes destas medidas.

Bleed: é a área de extensão dos elementos gráficos (imagens, por exemplo) utilizados na página e que se expandem para além dela. **3 mm** é suficiente.

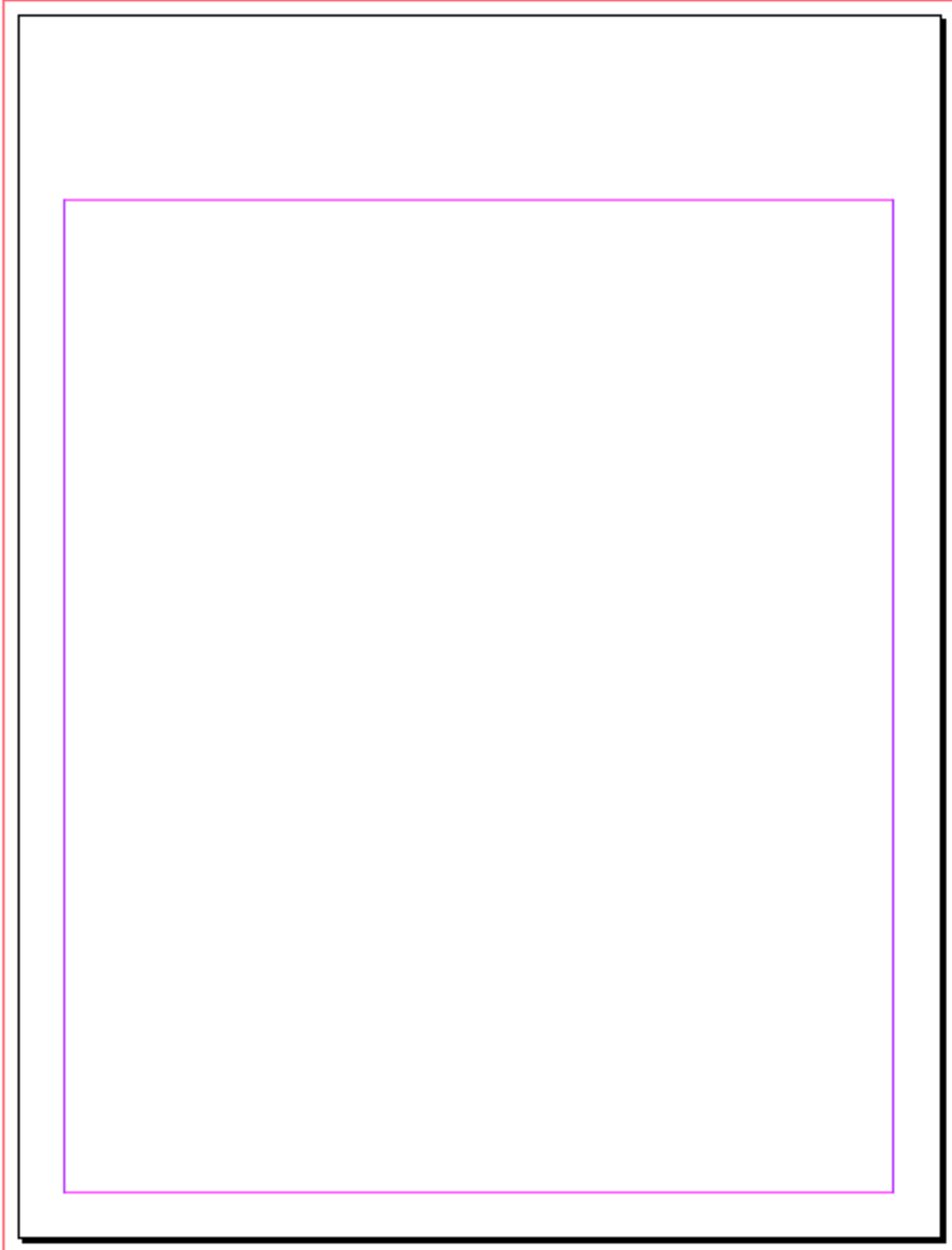
Caso se pretenda utilizar estas mesmas definições noutros trabalhos pode-se gravá-las como **Preset > Save Preset**, e dá-se ao documento um nome identificativo para mais tarde encontrá-lo em **Document Preset**. Fazer **OK**. (Ver Fig. 33)

Figura 33: Definição do documento



Ver aspecto final da página (Ver Fig. 34)

Figura 34: Aspecto página



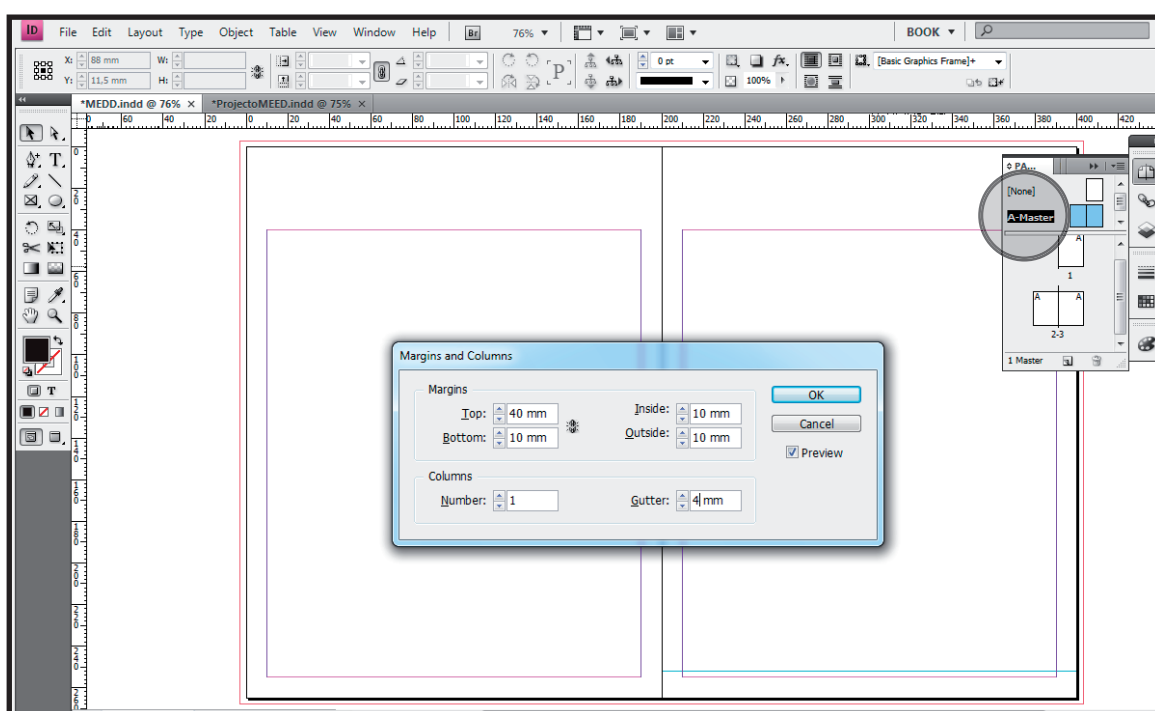
Após se ter as páginas com as margens definidas, se se quiser alterá-las, Ir a **Window > Page**.

Para alterar as margens do *Spread* (página esquerda e direita) de forma igual e em simultâneo, Seleccionar a opção **A-Master**.

Ir **Layout > Margins and Columns**, onde se faz os ajustes necessários.

Para alterar os números de forma mais rápida, basta premir a tecla **Shift** e em simultâneo clicar nas medidas, este procedimento faz com que as medidas se alterem de 10 em 10 mm. (Ver Fig. 35)

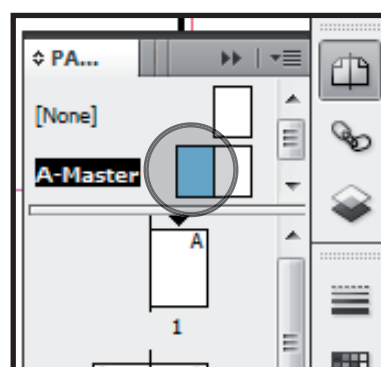
Figura 35: Caixa *Margins and Columns*



Se seleccionar apenas uma das páginas **Master** e ir a **Layout > Margins and Columns**, vai verificar que as margens alteram-se apenas nas páginas esquerdas do documento (neste caso). (Ver Fig. 36)

Tudo o que se faz na *Master* aparece nas páginas do documento. A *Master* é muito útil quando se tem grafismos que se repetem em todas as páginas, como por exemplo a numeração das páginas.

Figura 36: Alteração das margens da página esquerdas



Alguns exemplos de tipografia que podem resultar bem como texto corrido e como título numa *news magazine*. (Não existem regras na escolha da tipográfica, aqui a preocupação é meramente de legibilidade e de gosto)

Para Texto Corrido

Palatino

Utopia

Perpetua

News Gothic

Sabon

Para Título (variantes negros)

Cronos Pro

Rockwell

News Gothic

Helvetica

Chaparral

Definir o tipo

Como está-se a falar de revista, sugere-se uma tipografia com "altura x" baixa, o que vai permitir um maior número de caracteres por linha. Uma vez que as colunas das revistas são muito estreitas, quando comparadas às colunas dos livros.

A legibilidade é um factor – chave na escolha da tipografia, seguindo-se de uma família completa (com inúmeros pesos/ variantes para responder a cada caso).

Pode-se e deve-se usar um tipo ideal para cada situação: tipo de leitura imediata (títulos) e tipo de leitura em contínuo (texto corrido).

É frequente o uso de inúmeros tipos de letras num mesmo texto. No entanto, essa combinação (entre dois e três tipos diferentes, seria o ideal) deve ser feita com bom senso e cada uma delas deve ser utilizada de forma adequada.

Por exemplo, se se usar um tipo serifado combinado com um tipo sem serifas pode ter um excelente resultado, tal como um tipo leve um tipo pesado.

Estes são contrastantes inconfundíveis. É de se evitar escolher tipos muito parecidos ou demasiadamente diferentes.

Para o exercício, como é uma *news magazine*, opta-se por um tipo serifado para o texto corrido (corpo da notícia), o que vai transmitir alguma seriedade à revista. (Esta é uma observação subjectiva)

Para o título, opta-se por um tipo robusto, sem serifas e para o texto corrido um tipo serifado. Criando desta forma uma combinação interessante entre tipo com e sem serifa.

Texto corrido: **Utopia**

Título: **Helvetica Neue LT Std.** (Ver Fig. 37)

Figura 37: Tipografia escolhida para exercício

Utopia

Helvetica

Tratamento do texto

Para se ter uma boa leitura é necessário ter um texto bem tratado. Não basta escolher uma boa tipografia, isso é apenas o início de uma boa escolha. A tipografia deve receber os devidos tratamentos para a função que se destina. Como tal, a fonte não pode ser nem grande nem pequena demais, deve ser claramente legível (legibilidade) e proporcionar uma leitura cómoda e fluida ao longo da página ou das páginas (leitabilidade).

Deve-se controlar o espaçamento entre caracteres e palavras, aplicar a entrelinha adequada de modo a proporcionar uma passagem tranquila e imediata de uma linha para a linha seguinte e não criar linhas demasiadamente extensas (no máximo +/- 85 caracteres por linha).

A composição do texto e a relação com outros elementos gráficos na página são preocupações que se deve ter em atenção, porque são elas que vão complementar e reforçar a imagem geral da página oferecendo a harmonia desejada.

"Uma composição tipográfica deve ser especialmente legível e visualmente envolvente, sem desconsiderar o contexto em que é lido e os objectivos da sua publicação".

(Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Tipografia>, 12-07-2012)

A tipografia utilizada deve ser funcional.

Legibilidade – A legibilidade é a identificação imediata dos caracteres isoladas do texto.

Leitabilidade – A leitabilidade (também é legibilidade) é a identificação dos caracteres no texto. Isto é, consegue-se relacionando a tipografia escolhida, com o corpo do tipo, entrelinha, alinhamento, hifenização, com a justificação, espaçamento, extensão da linha de texto, grelha e a quantidade de texto na página.

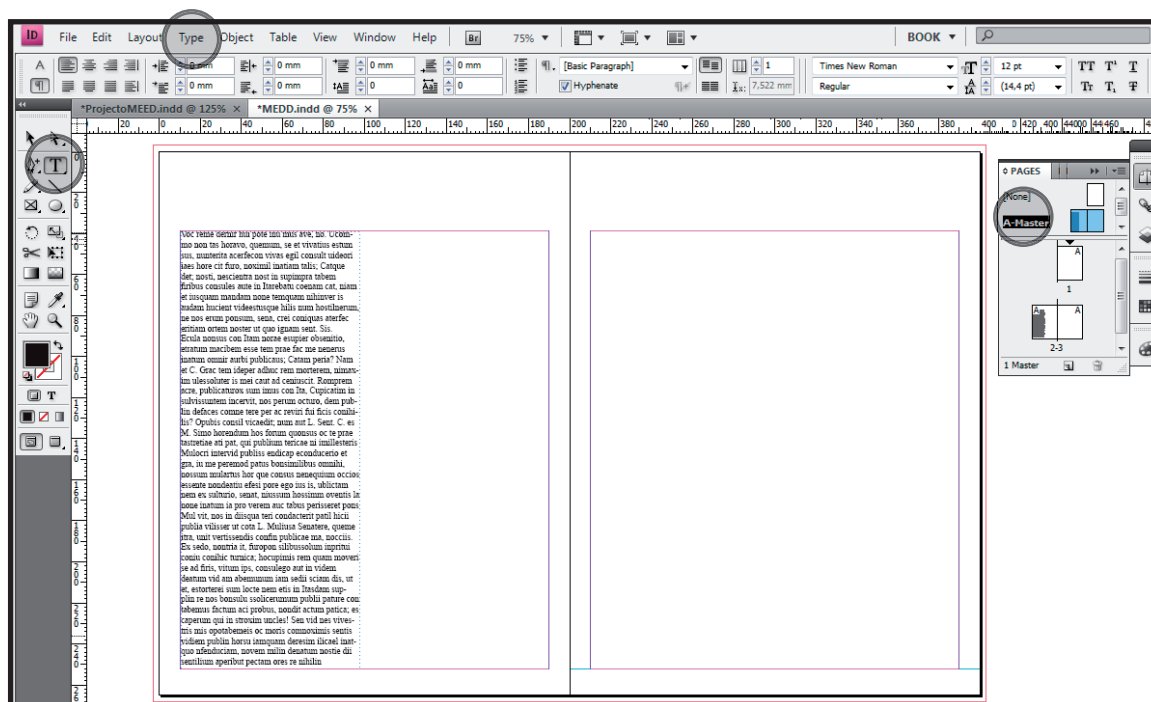
Definir corpo e entrelinha

Depois de se escolher o tipo para o texto corrido, o próximo passo é combinar o corpo do tipo com a entrelinha, de forma a preservar a legibilidade e a leiturabilidade.

Os próximos passos serão feitos na **Master**.

Seleccionar a ferramenta de texto e criar uma caixa dentro da mancha de texto. Com a caixa ainda seleccionada: Ir a **Type > Fill With Placeholder Text**, irá preencher a caixa com um texto – exemplo. O conteúdo do texto não é importante, serve apenas para definir o corpo e a entrelinha do texto principal (texto corrido). (Ver Fig. 38)

Figura 38: Usar a função *Fill With Placeholder Text*



Altera-se o tipo **Times New Roman**, que vem por defeito, para **Utopia** (se não tiver disponível escolher outro tipo semelhante).

Dicas:

- 2 cliques consecutivos (selecciona a palavra)
- 3 cliques consecutivos (selecciona a linha)
- 4 cliques consecutivos (selecciona o parágrafo)
- 5 cliques consecutivos (selecciona o texto todo)

O passo seguinte é definir o corpo do tipo.

Como foi referido anteriormente, a fonte não pode ser nem muito grande ou pequena, tem de ser claramente legível e proporcionar uma leitura cómoda e fluida.

Com todo o texto seleccionado, experimenta-se vários corpos. Chega-se aos **8,5 pt** (Pontos, unidade de medida dos tipos), um tamanho aceitável.

Para a entrelinha define-se **11 pt**. Esta entrelinha faz com que as linhas não se sobreponham e também não fiquem demasiadamente afastadas ao ponto de criar barras brancas entre as linhas.

Para se ter uma boa relação entre corpo e entrelinha, o ideal é adicionar à entrelinha mais **1,5 pt** (no mínimo) da "altura x" do tipo.

Por exemplo: se se tiver um corpo **9 pt**, a entrelinha poderá ser no mínimo **10,5 pt**, desta forma consegue-se proporcionar uma leitura cómoda. (Ver Fig. 39)

Nota: Para verificar o tamanho do tipo convém imprimir o trabalho.

Figura 39: Relações entre corpo e entrelinha

<p>8,5 pt > 11 pt (Ideal)</p>	<p>Ecula nonsus con Itam norae esupier obsenitio, etratum macibem esse tem prae fac me nenerus inatum omnir aurbi publicaus; Catam peria? Nam et C. Grac tem ideper adhuc rem morterem, nimaxim ulessoluter is mei caut ad cenuscit. Romprem acre, publicaturox sum imus con Ita, Cupicatum in sulvissuntem incervit, nos perum octuro, dem publin defaces comne tere per ac reviri fui ficis conihilis? Opubis consil vicaedit; num aut L. Sent. C. es M. Simo horendum hos forum quonsus oc te prae tastretiae ati pat, qui publium tericae ni imillesteris Mulocri intervid publiss endicap econducerio et gra, iu me peremod patus bonsimilibus omnihi, nossum mulartus hor que consus nenequium occios essente nondeatiu efesi pore ego ius is, ublictam nem ex sulturio.</p>
<p>8,5 pt > 9 pt (Apertada)</p>	<p>Ecula nonsus con Itam norae esupier obsenitio, etratum macibem esse tem prae fac me nenerus inatum omnir aurbi publicaus; Catam peria? Nam et C. Grac tem ideper adhuc rem morterem, nimaxim ulessoluter is mei caut ad cenuscit. Romprem acre, publicaturox sum imus con Ita, Cupicatum in sulvissuntem incervit, nos perum octuro, dem publin defaces comne tere per ac reviri fui ficis conihilis? Opubis consil vicaedit; num aut L. Sent. C. es M. Simo horendum hos forum quonsus oc te prae tastretiae ati pat, qui publium tericae ni imillesteris Mulocri intervid publiss endicap econducerio et gra, iu me peremod patus bonsimilibus omnihi, nossum mulartus hor que consus nenequium occios essente nondeatiu efesi pore ego ius is, ublictam nem ex sulturio, senat, niussum hossimm oventis la none inatum ia pro verem auc tabus perisseret pons Mul vit.</p>
<p>8,5 pt > 14 pt (Afastada)</p>	<p>Ecula nonsus con Itam norae esupier obsenitio, etratum macibem esse tem prae fac me nenerus inatum omnir aurbi publicaus; Catam peria? Nam et C. Grac tem ideper adhuc rem morterem, nimaxim ulessoluter is mei caut ad cenuscit. Romprem acre, publicaturox sum imus con Ita, Cupicatum in sulvissuntem incervit, nos perum octuro, dem publin defaces comne tere per ac reviri fui ficis conihilis? Opubis consil vicaedit; num aut L. Sent. C. es M. Simo horendum hos forum quonsus oc te prae tastretiae ati pat, qui publium tericae ni imillesteris Mulocri intervid publiss.</p>

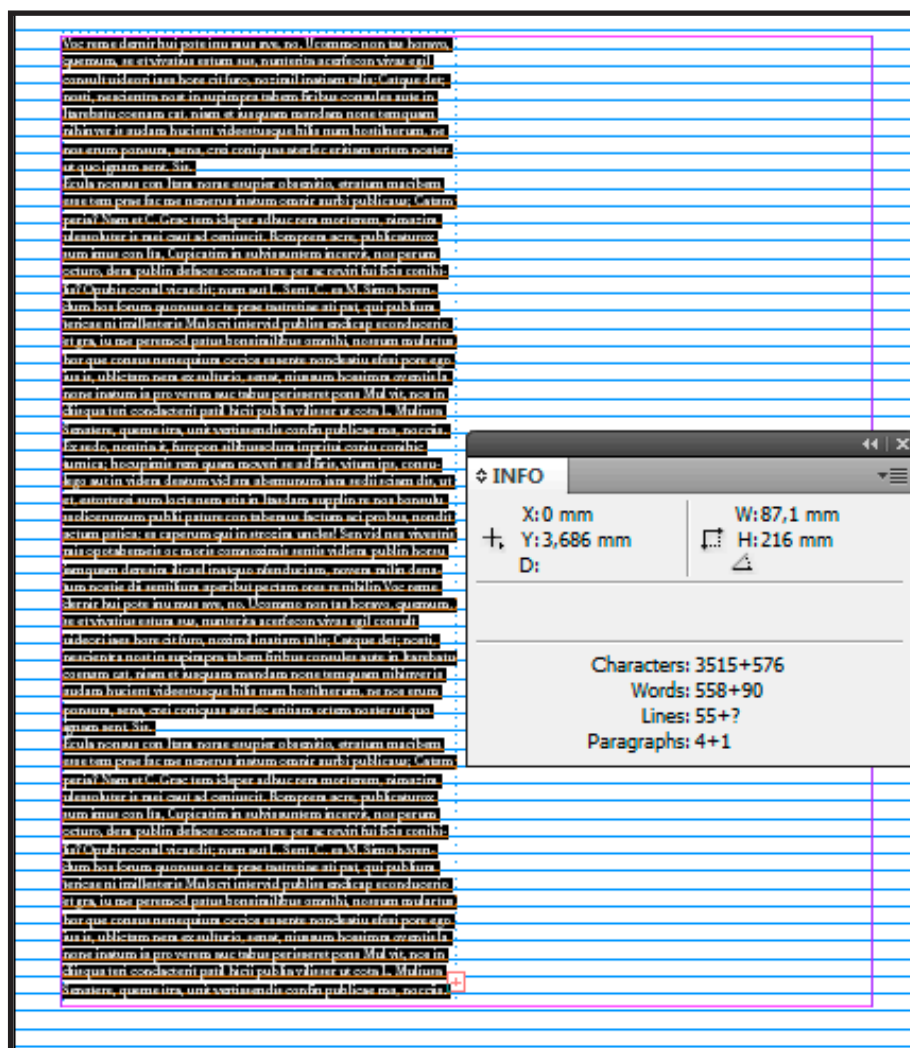
Grelhas complexas

Aqui cria-se uma grelha desenvolvida pelo *designer* Karl Gerstner para revista Capital. As guias dividem a página na vertical e na horizontal. São muito úteis na organização dos elementos gráficos e também na inclusão de publicidade na página.

Existem com certeza outros métodos para se chegar à mesma finalidade. O que se vai usar é o método que considero mais simples e rápido.

Para se construir a grelha deve-se ter o número de linhas ímpar. Ir a **Window > Info**, para saber o número de linhas seleccionados. A janela *Info* dá-nos informações sobre o número de caracteres, número de palavras, número de linhas e o número de parágrafo seleccionados. (Ver Fig. 42)

Figura 42: Informações da caixa de texto

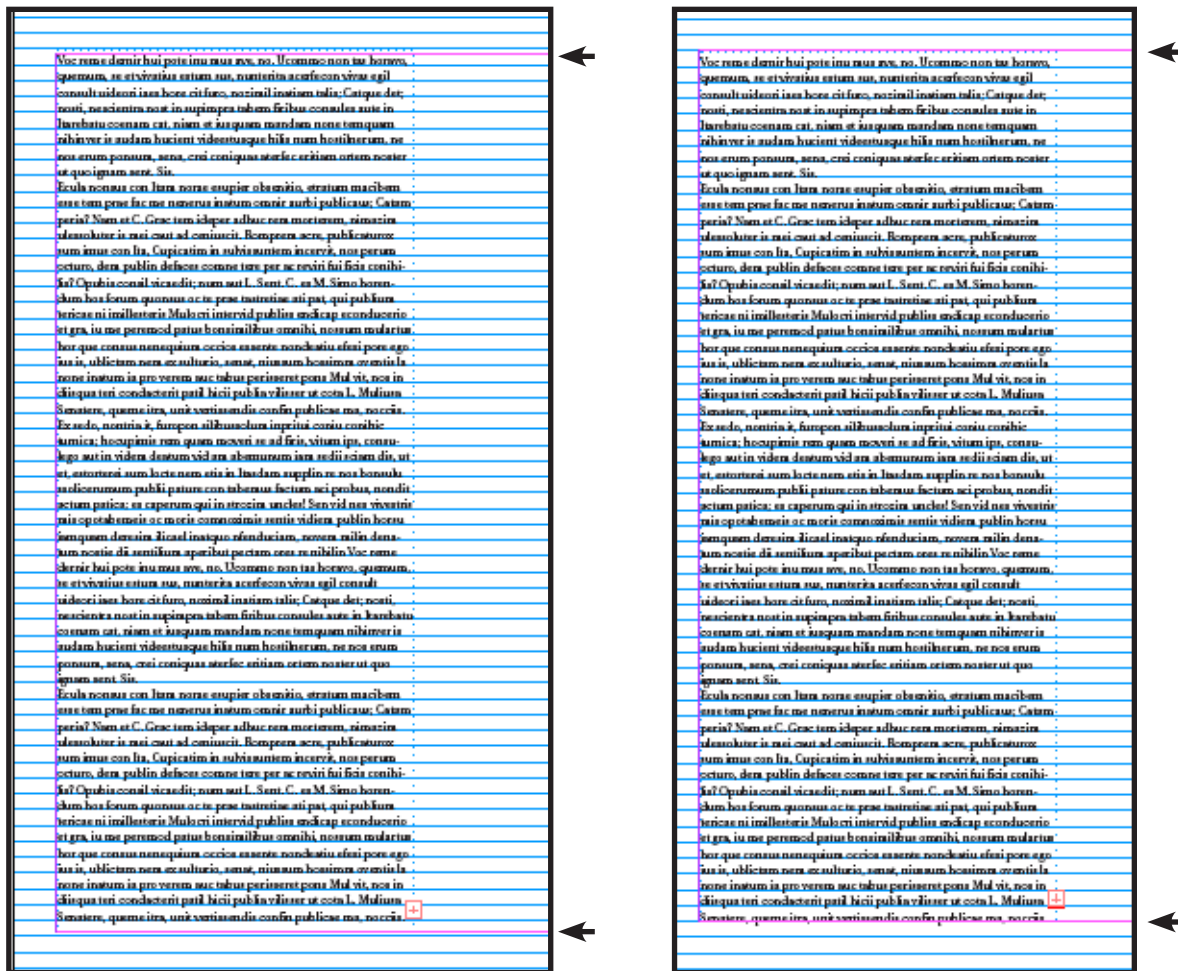


A caixa de texto tem 55 linhas, um número ímpar, este número resulta. Mas existe um problema, as margens superiores e inferiores não assentam sobre a *Baseline Grids*. Deve-se alterar as medidas das margens de modo a baterem certo com a *Baseline Grids*.

Com a *Master* seleccionada ir a: **Layout > Margins and Columns**, e alterar os valores das margens *Top* e *Bottom* até assentarem sobre a *Baseline Grids*. Pode ser necessário recorrer às milésimas.

Após experimentar várias medidas, chegou-se às 38,8 mm para *Top* e 12,76 mm para *Bottom*. (Ver Fig. 43)

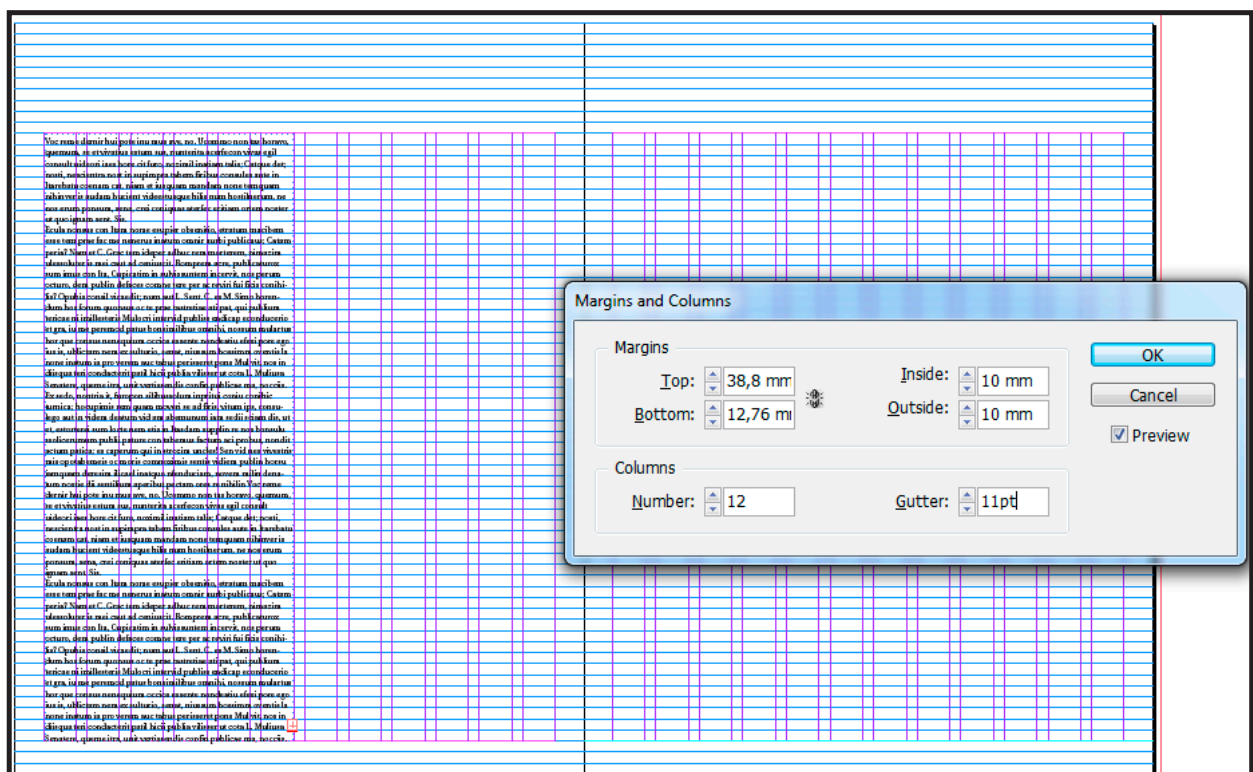
Figura 43: Margens desalinhadas e alinhadas à *Baseline Grids*



De momento, têm-se o tamanho do tipo e a entrelinha definida e a grelha acertada. Agora dividir-se a grelha em 12 colunas.

Ir a: *Layout > Margins and Columns*, no número de colunas coloca-se **12**, e no **Gutter** (espaço entre colunas) coloca-se **11 pt**, que é a medida da entrelinha. O programa vai converter os **11 pt** para milímetros (*mm*). (Ver Fig. 44)

Figura 44: Grelhas com 12 colunas



Este sistema permite usar colunas de 2, 3, 4 e de 6.

Para mudar o número de colunas da caixa de texto vai-se à barra horizontal do programa e alterar a medida do **Gutter** para **11pt** ou clicar no **botão direito do rato > Text Frame Options** alterar em **Number**.

Desta forma mantem-se a caixa de texto, variando apenas o número de colunas. (Ver Fig. 45A, 45B e 45C)



Figura 45A: Caixa de texto em 2 colunas

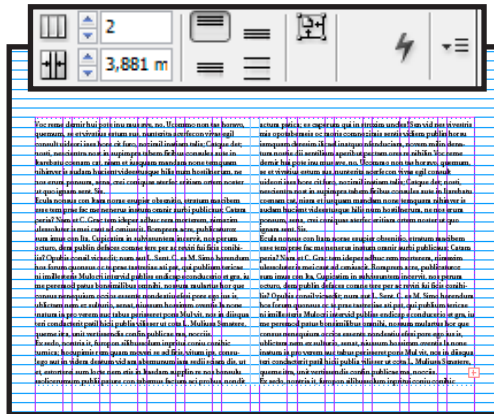


Figura 45B: Caixas de texto em 3 colunas

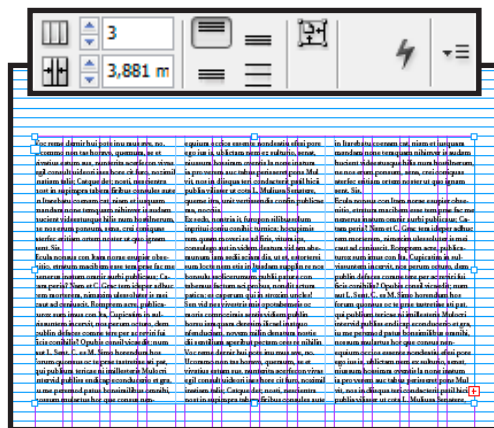
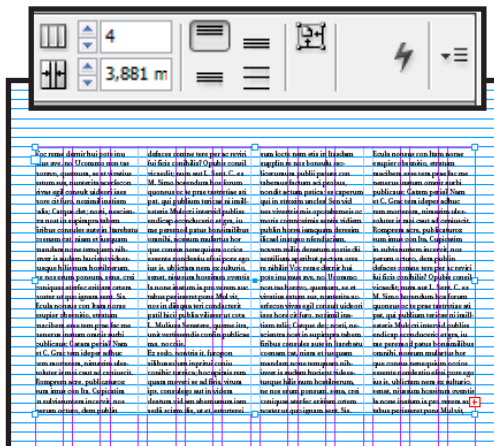


Figura 45C: Caixas de texto em 4 colunas

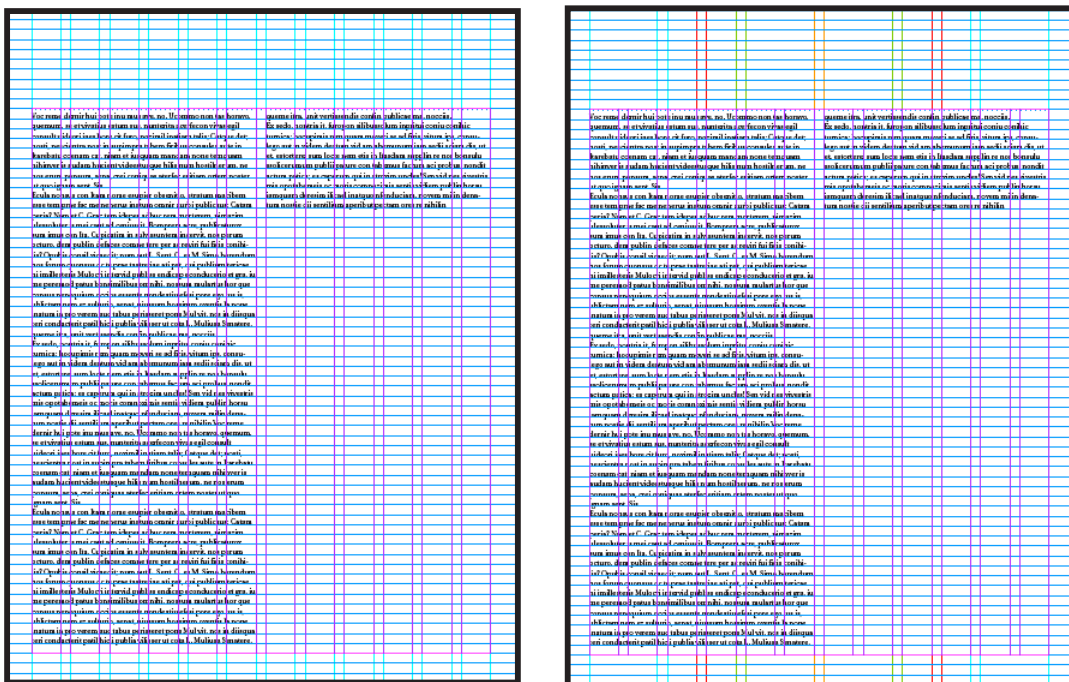


Para finalizar a parte das grelhas, basta colocar as guias nas páginas e diferenciá-las com cores, a fim de distinguir as divisões que se está a usar.

Ir a: Layout > Create Guides, cria-se na margem divisões verticais e horizontais. O número de colunas já se sabe que são 12, e altera-se o **Gutter** para 11 pt, na opção **Fit Guide To**: o que se quer é ajustar as guias à margem e não à página, **Ok**.

Após ter-se as guias, o próximo passo será colori-las. Selecciona-se a guia do centro. **Ir a: Layout > Rules Guides**, escolher a cor **Gold, Ok**. Apaga-se as guias que se encontram ao lado da **Gold**. Selecciona-se as próximas (ao lado da **Gold**) usando a tecla **Shift** para manter a selecção e vai-se novamente a **Layout > Rules Guides**, escolhe-se a cor **Grass Green**. As seguintes cores são **Red** e **Cyan** e apaga-se as restantes. Repetir o processo na outra página. Podem ser escolhidas outras cores. (Ver Fig. 46)

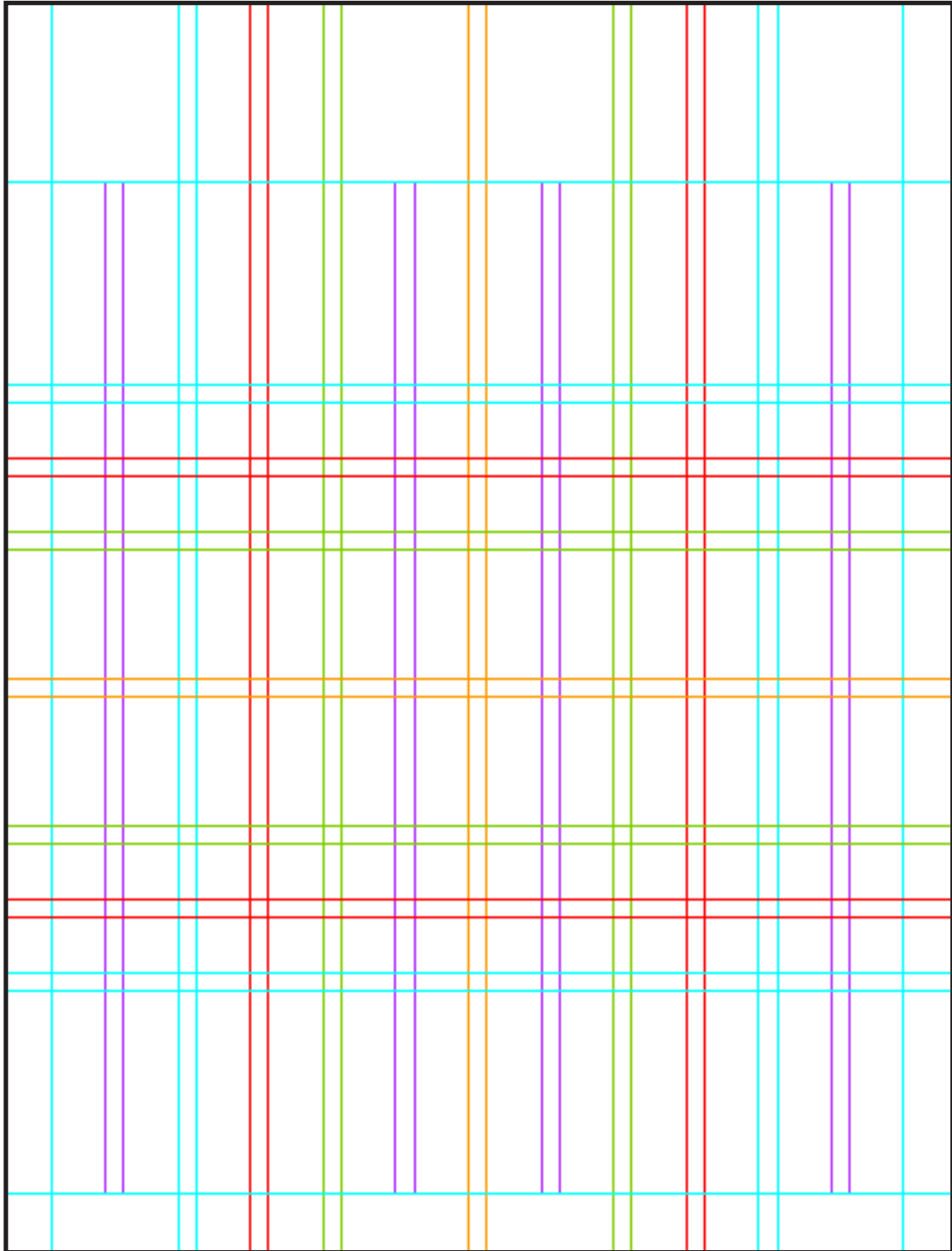
Figura 46: As guias verticais, iniciais e coloridas



As guias verticais já estão prontas, faltam as horizontais. Seguimos o mesmo processo, se se dividir a margem por 12, verificamos que as guias não batem certo com a **Baseline Gris**, o que deve fazer é encontrar um número próximo do 12 que dê certo. Experimentei o 13, também não bate certo e o 14 assenta na perfeição. Avançamos com o 14 e não nos podemos esquecer de seleccionar no **Fit Guide To: margem** e definir o **Gutter** com 11 pt, **Ok**. As cores são as mesmas utilizada no processo anterior.

Para ver melhor as guias pode-se ocultar as colunas clica-se no **Lado direito do rato > Grids & Guides** e seleccionar a opção **Guides in Back**. Também esconde-se a **Baseline Grids** seleccionando a opção **Hide Baseline Grids**. (Ver Fig. 47)

Figura 47: Aspecto final da grelha



Uma vez concludida a grelha, deve-se fazer duas páginas mestras, uma com as 12 colunas, e outra sem as 12 colunas (é só copiar a mestra e retirar as colunas). Isto porque há momentos em que é muito necessário orientar-se pelas colunas e outros menos.

Então faze-se o seguinte: selecciona-se a **A-Master** e vai-se ao **Menú** da janela **Page** e escolhe-se **Duplicate Master Spread "A- Master"**; duplica a mestra.

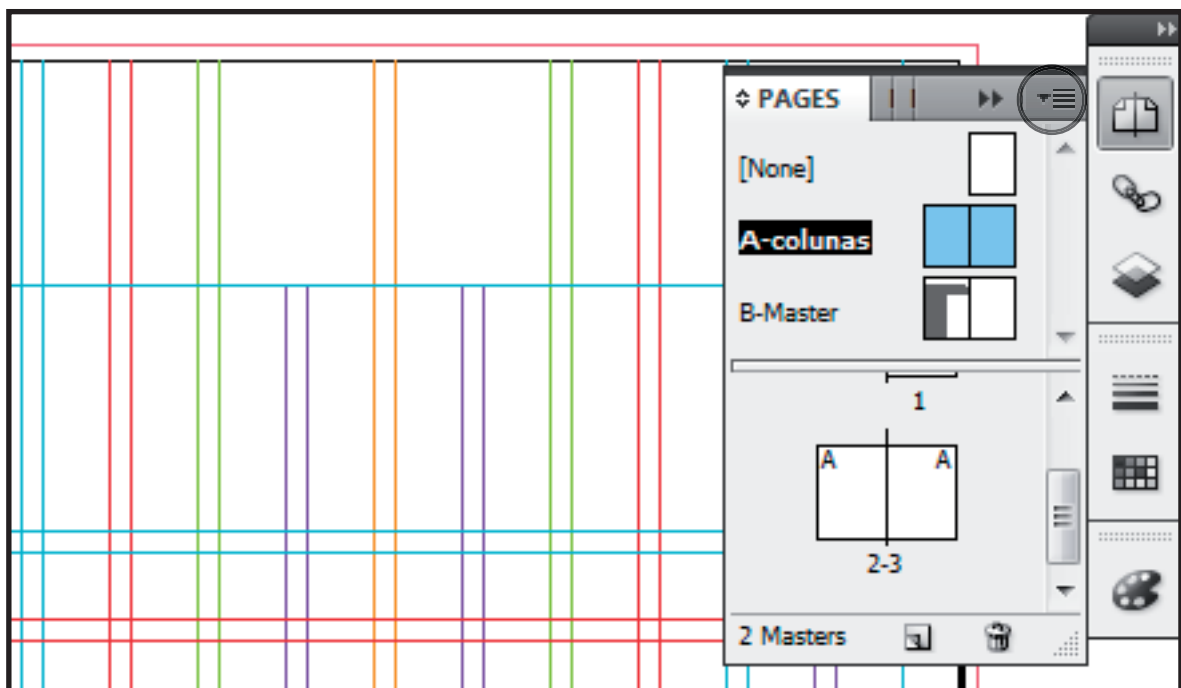
Selecciona-se novamente a mestra **A-Master** e vai-se ao **Menú Page**, escolhe-se a opção **Master Options For "A- Master"** e muda-se o nome **Master** para **Colunas, Ok**.

Apaga-se a caixa de texto que foi usado até agora. (Ver Fig. 48)

Selecciona-se a nova Master, **B-Master**, vai-se a **Layout > Margins and Columns** e no número de colunas coloca-se **1**.

Assim fica-se com duas mestras, uma com 12 e outra com 1 coluna.

Figura 48: Duplicação das páginas mestras



Estilos de parágrafos

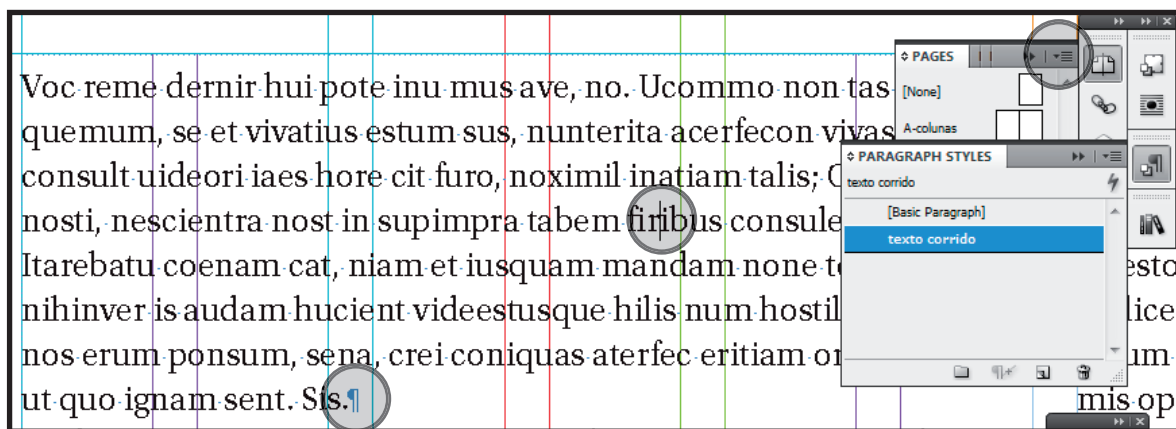
Criar-se de seguida um estilo de parágrafo do texto corrido. O estilo de parágrafo consiste basicamente em guardar as formatações do texto (o nome da fonte, o corpo, justificação, a cor, entrelinha, etc..) num só estilo, o que vai permitir poupar imenso tempo na formatação dos textos.

O que se deve fazer é ir à **B-Master** com o texto já configurado, colocar o curso a "piscar" em qualquer linha do parágrafo (não seleccionar a linha, porque se tiver por exemplo, itálicos nessa mesma linha irá se perder quando se aplicar o estilo de parágrafo), **Ir a: Window > Types and Table > Paragraph Styles > Menú do Paragraph Styles** e escolher **New Paragraph Styles** e dar nome **Texto corrido** (assim já se sabe que é o estilo para se aplicar nos textos corridos), activar **Apply Style Selection, Ok**.

O estilo já está gravado na janela dos **Paragraph Styles**, e quando se precisar novamente basta ter o curso no texto e seleccionar o estilo. (Ver Fig. 49)

O sinal de parágrafo é o (¶), para se ver, **ir a: Type > Show Hidden Characters**. Poderá aparecer na janela **Paragraph Styles** o sinal de "+", isto significa que existe no texto um estilo diferente. Pode-se forçar o estilo premindo as teclas **Alt**, mas corre-se o risco de se perder os itálicos.

Figura 49: Criar estilos de parágrafos



Em qualquer parágrafo que se aplique o estilo "texto parágrafo", vai assumir a letra Utopia, corpo 8,5 pt, entrelinha 11 pt, cor preta, etc...

Agora pode-se apagar a caixa de texto da página mestra, para que não se repita em todas a páginas do documento.

Numeração de página

De seguida, vai-se a **Master A – Colunas** e coloca-se a numeração de página. A letra será **Utopia**, corpo **6 pt**, no "pé" da página, alinhado à esquerda. Números pares ficam nas páginas à esquerda e os ímpares à direita.

Escolheu-se o nome da publicação "**Informa**", como exemplo, em caixa alta, e coloca-se a data da saída da publicação "**10 de Julho de 2012**".

Dá-se uma linha de intervalo entre a mancha de texto e a numeração. A caixa de texto da numeração tem a altura da entrelinha, alinha-se o texto ao centro da caixa, Seleccionando o texto, lado direito do rato > **Text Frame Options** > **Align: Center**.

É de reparar que se deixou uma letra antes do título da publicação. A letra "**A**" vai permitir que a numeração das páginas se altere automaticamente.

Para tal, deve-se seleccionar a letra "**A**", tecla direito do rato > escolher a opção **Insert Special Character** > **Markers** > **Current Page Number**.

Afastar a letra "**A**" do título da publicação (a **bold**) com três espaços brancos. (Ver Fig. 50)

Para os números da data "**10 de julho de 2012**" adquirirem o tamanho da caixa baixa deve-se seleccionar os números, ir à barra horizontal seleccionar o símbolo de parágrafo (¶) ir ao **menú** (≡) na barra horizontal > **Open Type** > **Proportional Oldstyle**.

Dar cor ao título da publicação, indo ao **Window** > **Swatches**, escolher a cor ou criar uma nova no Menú **Swatches**.

Copiar a caixa de texto para a página direita (**Alt+Shift** e arrastar), alinhar o texto à direita. Quando se sair da **Master** as páginas estarão devidamente numeradas. (Ver Fig. 51)

Figura 50: Numeração nas páginas mestras (página esquerda e direita)

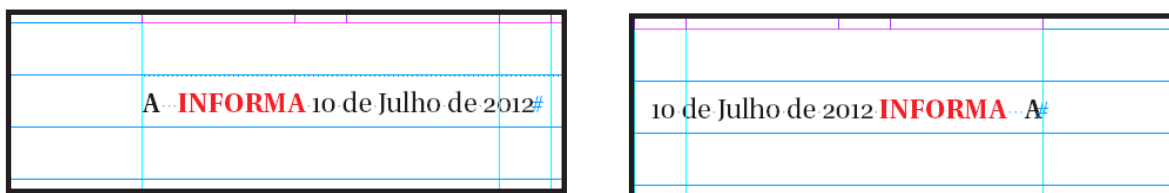
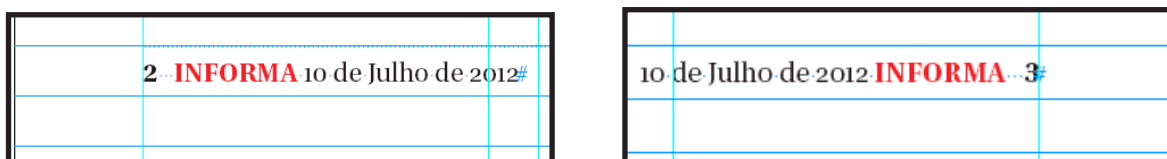


Figura 51: Numeração das páginas (página esquerda e direita)



Numa redacção, onde a revista é feita por vários *designeres*, as páginas mestras são separadas, cada secção é um único documento Indesign, só depois das páginas estarem paginadas junta-se os documentos por ordem e envia-se para a gráfica.

Neste exercício todas as secções estarão no mesmo documento.


Ao título da secção dá-se o nome de **Sociedade**, na página 2, pode ser um outro nome. Pelo nome, supõe-se que esta secção divulgará notícias sobre a sociedade portuguesa.


O tipo é **Helvetica Neue LT Std**, 93 *Black Extended*, 38 pt. (Ver Fig. 52)

Este tamanho é o ideal para marcar a sua presença na página.

Opta-se por deixar o texto em **Title case** (só a primeira letra da palavra fica em maiúscula). Se se quiser alterá-lo de uma só vez pode seleccionar o texto e ir a **Type > Change Case** escolher o desejado.

Na opção **Change Case** pode-se escolher: **Uppercase** (todas em maiúsculas); **Lowercase** (todas em minúscula); **Title Case** (as primeiras letra de cada palavra fica em maiúscula e **Sentence Case** (só a primeira letra da primeira palavra fica em maiúscula).

Deixa-se uma margem de três linha no topo. Alinha-se o texto à base da grelha () , e aplica-se um filete de 1 pt por baixo da palavra.

Para introduzir o filete deve-se seleccionar a palavra e ir ao **menú** () na barra horizontal escolher **Paragraph Rules**.

Escolhe-se a opção **Rule Below** (para o filete por baixo); no **Weight** escolhe-se a espessura do filete **1 pt**; **Color** escolher a cor: preta; no **Type** escolher o tipo de filete; no **Width** para o filete ter a largura da coluna e não a largura do texto escolher: **Column**; e no **Offset**: **2 mm** que será a distância entre o filete e o texto. (Ver Fig. 53)

Para copiar a caixa do título de secção e a numeração de página para a mestra **B-Master** (mestra sem colunas), selecciona-se as caixas copiar (**Ctrl+C**), ir à mestra **B-Master** e colar na mesma posição (**Alt+Shift+Ctrl+V**). Ver aspecto geral da Mestra. (Ver Fig. 54)

Figura 52: Título da secção



Figura 53: Janela *Paragraph Rules*

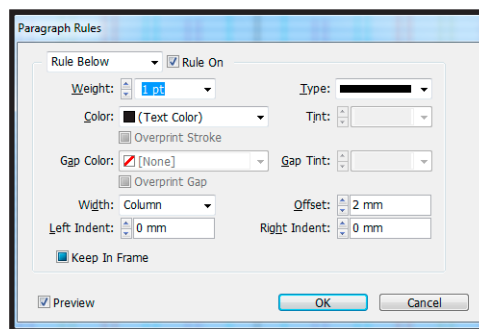
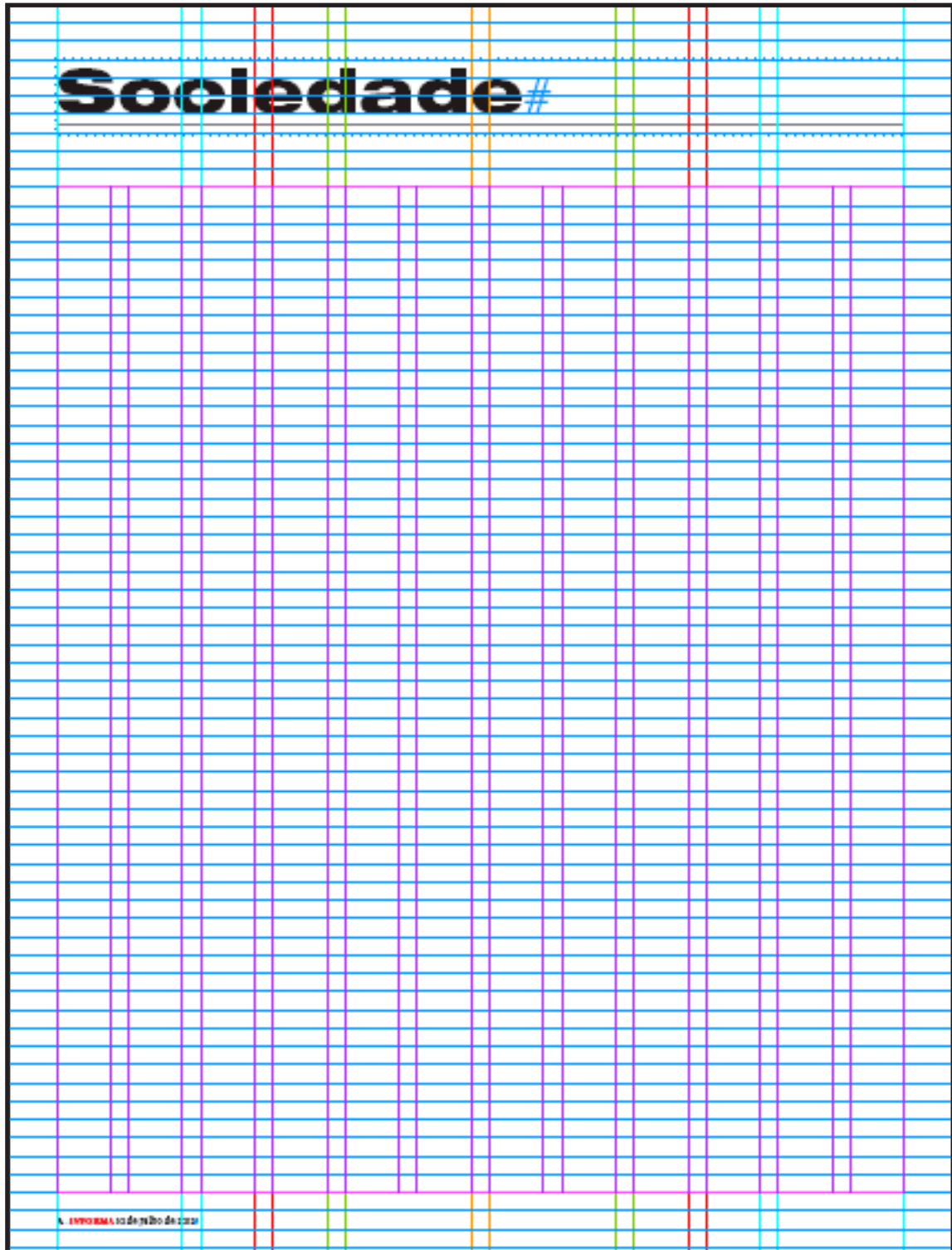


Figura 54: Aspecto geral da mestra



Hierarquia de Informação

Por mais que se queira destacar todas as informações, não pode ser feito. Quando se destaca tudo, nada sobressai. Principalmente quando se tem níveis diferentes de informação (título e texto, legendas, capítulos, número de página, citações, índice, etc.).

Estas são algumas formas de destaque: uso de **fontes** diferentes; o **estilo** (redondo e itálico; normal/ *bold*; **caixa-alta e baixa**; versais e versaletes); **corpo**; **entrelinha**; **alinhamento** (texto alinhado à esquerda, justificado, centrado, alinhado à direita); estilo de **hifenização**; **justificação**; **indentação**; **entrada de parágrafo** ou o uso da **cor**.

Caixa baixa e caixa alta

A caixa baixa consegue ser mais legível do que a caixa alta o que torna mais rápida a sua leitura. Porque possui ascendentes e descendentes o que permite a sua rápida identificação. É o caso das letras "b, d, f, g, h, i, j, k, l, p, q, t, y".

No caso de se usar textos em caixa alta, por exemplo nos títulos, aconselha-se o aumento do **Tracking** (espaçamento entre as letras), desta forma as letras estão mais afastadas entre si, o que possibilita o seu reconhecimento imediato.

Por vezes, aparecem textos em caixa alta no meio de um texto corrido, tais com siglas, séculos, (em numeração romana), nestes casos o ideal é reduzir o corpo para que estes não atrapalhem a fluidez da leitura ou utilizar versaletes da fonte (caso a fonte tenha disponível).

Versais e versaletes

Versaletes são letras com desenho das maiúsculas mas com tamanho das minúsculas. É desaconselhável o uso de versaletes automático disponível nos programas de edição de texto, porque esta opção força a redução do tipo tornando as suas espessuras desproporcionais.

Para se saber se uma fonte tem versaletes verdadeiros, nas suas variantes deve conter as versões SC ou "smallcaps". (Ver Fig. 55)

Figura 55: Versais e versaletes (fonte Tymes)



Importar texto e imagem

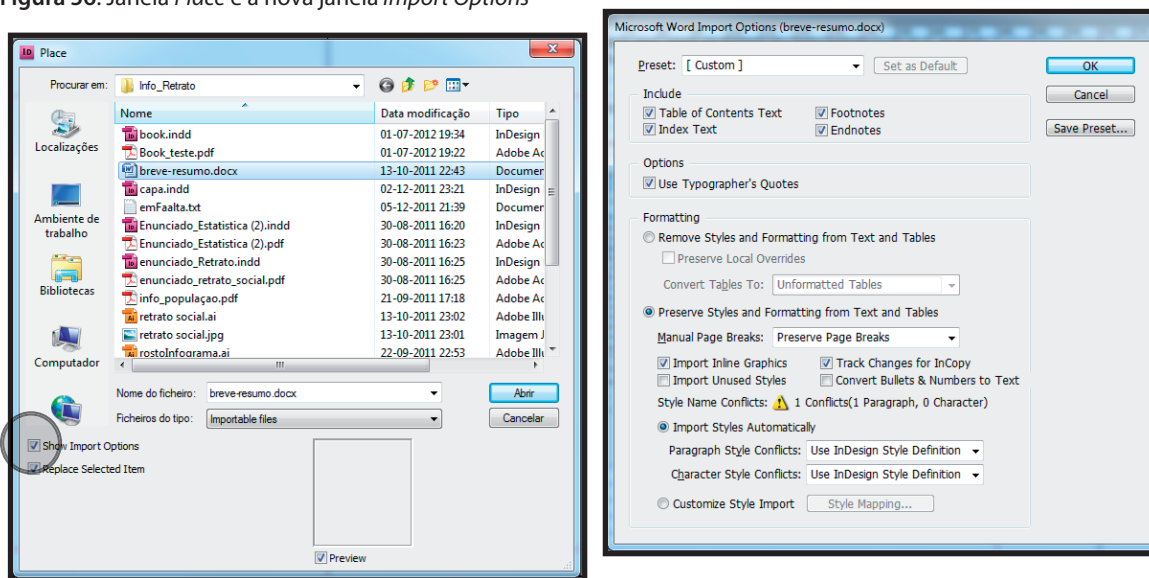
Após ter o documento devidamente preparado, o que se deve fazer é importar o texto e as imagens da notícia para serem distribuídas e tratadas na página.

Para grandes quantidades de texto recomenda-se: **File > Place** e seleccionar o ficheiro pretendido (por exemplo, ficheiro em *Word*). (Ver Fig. 56)

Seleccionar a opção **Show Import Options**, com esta opção activada abrirá de seguida uma nova janela que permite escolher a forma que se quer importar o texto.

Na nova janela, para manter os estilos originais do texto (*bold*, itálicos, cor, etc...) a opção é **Preserve Style and Formatting From Text and Tables** e para eliminá-los seleccionar a opção **Remove Style and Formatting From Text and Tables**. O ideal é manter os estilos.

Figura 56: Janela *Place* e a nova janela *Import Options*



Para importar uma pequena quantidade de texto (só texto da legenda, por exemplo), podemos optar pelo **Copy + Paste**, o princípio de manter os estilos originais é o mesmo.

Mas neste caso, *ir a:*

PC: *Edit > Preferences > Clipboard Handling*, activar a opção **All Informations**

MAC: (Apple logo) *Preferences > Clipboard Handling*, activar a opção **All Informations** e fazer **OK**.

Já se sabe à partida, que as páginas não têm caixa de texto, porque foram definidas sem a opção **Master Text Frame** activada.

Ainda com o texto visível no cursor, pode-se clicar em qualquer lugar da página.

Se optar por criar de imediato várias caixas de texto basta, pressionar a tecla **Alt** e criar o número de caixas pretendidas.



Despejar a caixa de texto



Despejar à caixa de texto já criada



Criar caixa e dizer qual é a próxima caixa (+**Alt**)



Colocar texto criando novas páginas **Shift** + Clique

Para ocultar a **Baseline Grids** e as **Guides** para ver melhor o texto, clica-se com botão direito do rato > **Grids & Guides** > **Hide Baseline Grids** e escolher **Hide Guides**.

Nota-se no canto inferior direito da caixa, um sinal de mais "+", isto quer dizer que tem mais texto escondido. (Ver Fig. 57)

Figura 57: Caixa de texto na página



O texto utilizado serve apenas de exemplo, não tem qualquer tipo de relação com o conteúdo em causa. Fonte: [http://www.infopedia.pt/\\$texto-dramatico](http://www.infopedia.pt/$texto-dramatico) 20/07/2012, 22h00

De momento temos três páginas, uma página e um *Spread*. As revistas não têm folha de rosto (caso dos livros), então remove-se a primeira página do documento. Para tal, primeiro selecciona-se a página 2, ir ao *Menú* da janela **Page > Numbering & Selections Options: Start Page Numbering At: 2** (número de página a iniciar), **Ok**. Agora pode-se apagar a página 1. As páginas 2 e 3 continuam lado a lado.

Estilos de parágrafos e de caracteres

Com o texto na página, antes de arrumá-lo, o que se deve fazer é aplicar os estilos dos textos. O texto importado está com a fonte **Calibri, 11 pt e 12,65 pt** de entrelinha (definições que vêm do programa Word). Pretende-se utilizar os estilos anteriormente definidos. Aplica-se o estilo para o texto corrido (disponível na janela *Paragraph Style*) agora é só aplicar em todos os parágrafos.

O estilo "**Texto Corrido**" (Utopia, regular; 8,5 pt de corpo; 11 pt de entrelinha; a preto) aplicado, queremos que o segundo e os seguintes parágrafos tenham entrada de parágrafo. A entrada de parágrafo assinala a entrar num novo parágrafo, assim evita-se criar linhas brancas entre elas, o que quebraria a fluidez da leitura.

Ir a barra horizontal, seleccionar o símbolo de parágrafo (¶), alterar valores de **First Line Left Indent** para **3 mm**.

De seguida, cria-se um novo estilo deste parágrafo, vai-se ao **menú do Paragraph Style > New Paragraph Style**, dá-se um nome que permita identificar o parágrafo, "**Entrada Texto Corrido**"; e activa-se a opção **Apply Style to Selection** (as alterações aplicam-se de imediato). (Ver Fig. 58)

No primeiro parágrafo, adiciona-se uma **Capitular**, de 3 linhas (podem ser mais), a capitular vai marcar o início do texto. Seleccionar a letra da capitular e substituí-la para a fonte **Helvetica, bold**.

Ir à barra horizontal, seleccionar o símbolo de parágrafo (¶), alterar valores de **Drop Cap Number of Lines** para **3**. (Ver Fig. 59)

Grava-se o estilo da capitular, não pode ser nos *Paragraph Styles*, porque a capitular é uma única letra. Grava-se nos **Character Styles** (letras ou palavras devem ser aqui gravadas).

Neste caso, em vez de se ter o cursor a "piscar" selecciona-se a capitular.

Vai-se ao **Window > Type & Table > Character Styles, Menú** da janela *Character Styles > New Character Style*, dar nome "**Capitular**" e activar a opção **Apply Style to Selection**.

A capitular está definida como *Character Style*, mas o que se quer realmente é ter a capitular sempre associada ao primeiro parágrafo. Isto é, quando se aplica o estilo "**Texto Corrido**" queremos que a primeira letra do parágrafo seja a capitular.

Então, coloca-se o cursor a "piscar" no primeiro parágrafo, ir à janela do **Paragraph Styles > New Paragraph Style** dar um novo nome "**primeiro parágrafo**".

Na opção lateral, **Drop Caps and Nested Styles**, associa-se a um estilo de parágrafo um estilo de carácter. Na opção **Character Styles** escolher "**Capitular**", e fazer **OK**. (Ver Fig. 60)

Já estão disponíveis alguns estilos de caracteres e de parágrafos. (Ver Fig. 61)

Resta criar os outros estilos (título, lead, assinatura do fotógrafo, etc...).

Figura 58: Entrada de parágrafo

güísticos (entoação, voz...), expressão corporal, elementos de caracterização dos atores, ou mes como o espaço cénico e os efeitos sonoros.

São categorias do texto dramático a *ação*, com a sucessão e encadeamento de acontecimento *personagens*, que são os agentes da ação; o *espaço* que corresponde ao lugar, ambiente, meio so *tempo* que dá conta do momento do desenrolar da ação.

A estrutura da ação pode ser *interna* ou *externa*. A primeira dá-nos os momentos determinar *personagens e dos antecedentes da ação*, *conflito* (conjunto de peripécias, de acontecimentos

Figura 59: Capitular em 3 linhas

O texto dramático privilegia a dinâmica do conflito, tentando representar as ações e reação pelo *drama* (propriamente dito), graças à presença das personagens. Serve, com frequê cífico a representação e o espetáculo. Por isso o texto teatral obriga à concentração dos linhas de força que garantam um ritmo vivo e uma progressão capaz de prender a atenção do es específica entre autor, ator e público; entre as personagens da obra; entre o palco e a plateia. O ção do espectador

Figura 60: Janela *Drop Caps and Nested Styles*

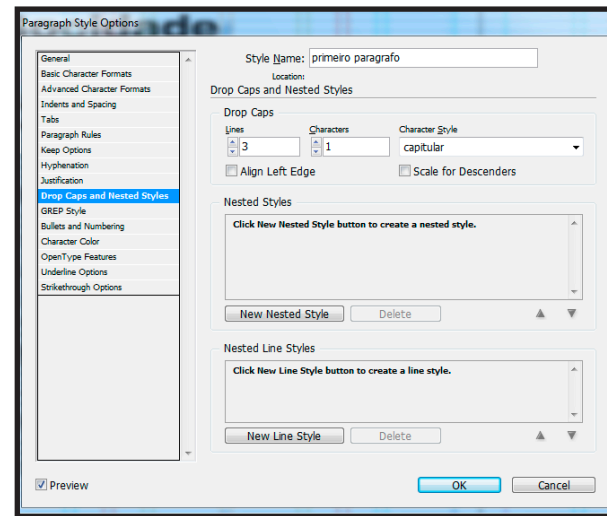
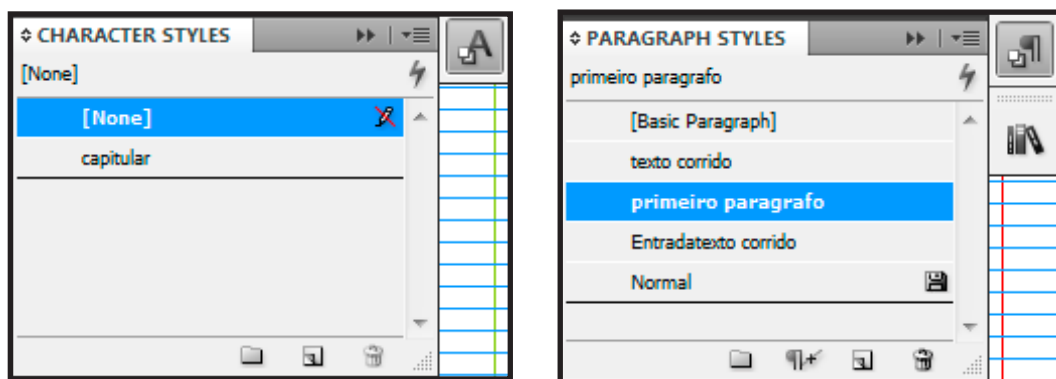


Figura 61: Janela das *Character e Paragraph Styles*



Colunas de texto

Agora, retira-se o título e o *lead* da caixa principal, vão ficar numa outra caixa à parte. Corta-se o título e o *lead* (**Ctrl+X**) e faz-se outra caixa ao lado, para mais tarde serem tratados.

Para se ver as guias horizontais, pode-se ocultar a **Baseline Grids**, clicar com o botão direito do rato, **Grids & Guides > Hide Baseline Grid**.

É preciso ter as colunas das páginas visíveis, se não estiverem, ir à página mestra "A – Colunas" e arrastar a página esquerda sobre a página 2 e arrastar a página direita sobre a página 3.

Cria-se uma página de 3 colunas, pode-se definir na barra horizontal ou clicando no botão direito do rato > **Text Frame Options**, nas colunas escolher **3** e no **Gutter: 11 pt** (medida da entrelinha). Não se quer que as 3 colunas fiquem na mesma caixa, mas sim que estejam separadas. Percebe-se qual será a largura de cada coluna (a largura da primeira coluna ocupa quatro divisões verticais). Fecha-se a caixa de texto e defini-la com 1 coluna. (Ver Fig. 62)

Clica-se no sinal de "+" que está no canto inferior direito da caixa de texto e cria-se mais duas colunas de texto, mas sempre em cima das colunas de referência. (Ver Fig. 63)

Título: Helvetica, black, 36 pt de corpo e 36 pt de entrelinha

Lead: Utopia, Subhead, 12 pt de corpo e 14 pt de entrelinha

Assinatura do jornalista, Helvetica, 77 Bold Condensed, 7 pt de corpo

Gravar o **Título** e o **Lead** como **Paragraph Styles** e a **Assinatura** do jornalista como **Character Styles**.

O título, o *lead* e a assinatura do jornalista estarão desalinhadas da **Baseline Grids**.

Figura 62: Caixa de texto com uma coluna

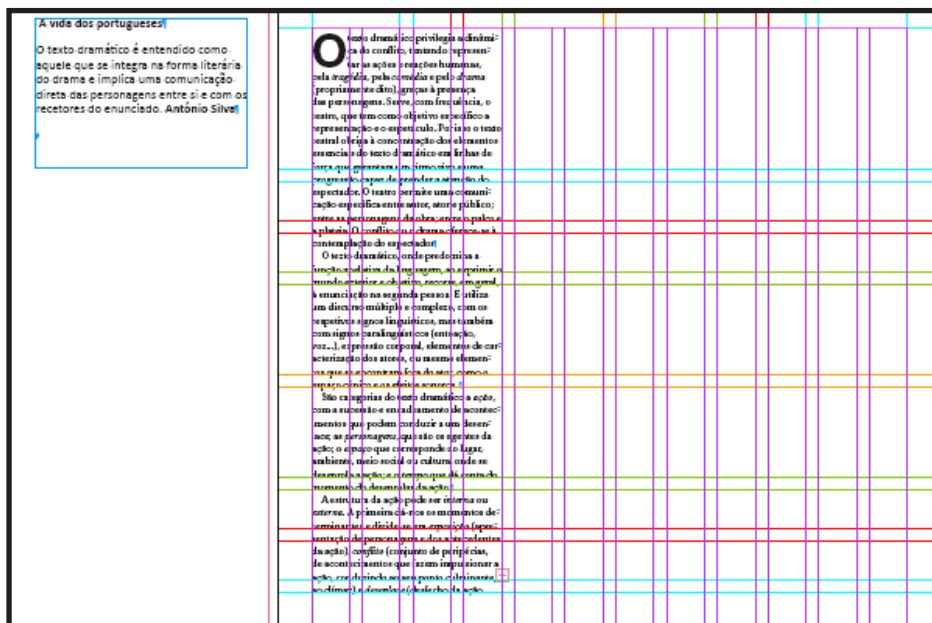
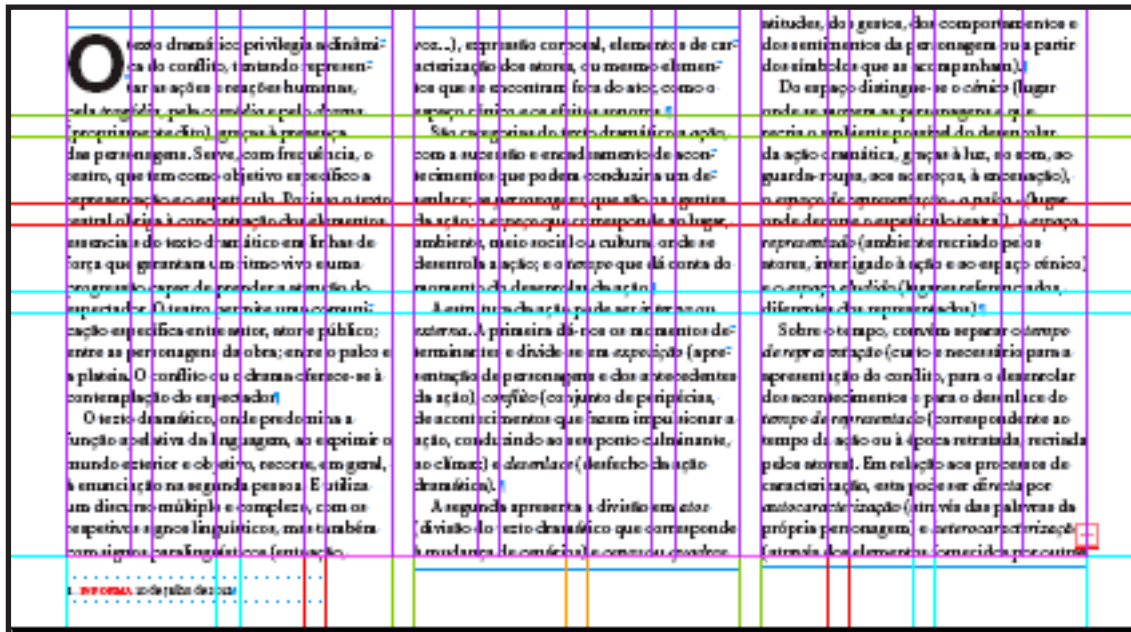


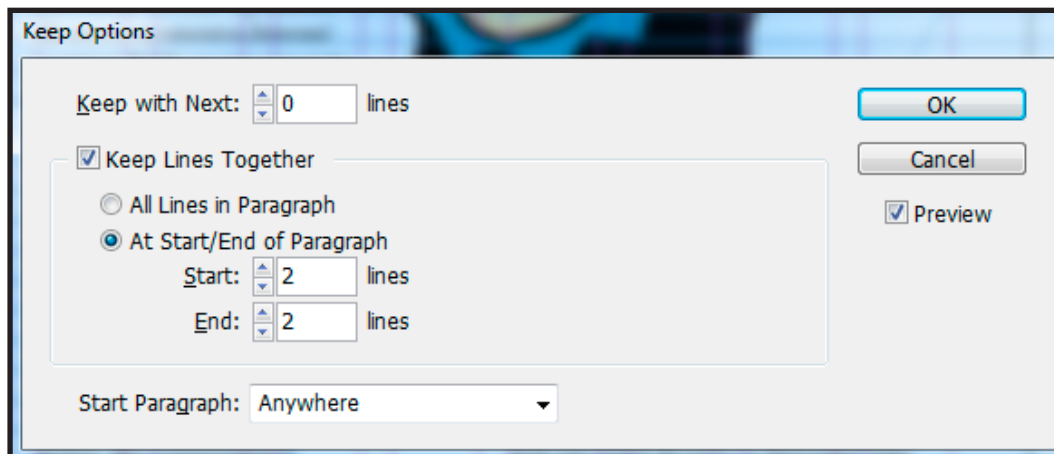
Figura 63: Três caixas de textos



Keep Options

Esta função permite distribuir as linhas dos parágrafos pelas colunas de texto, evitando por exemplo, que a primeira e a última linha do parágrafo fiquem isoladas. Queremos que os parágrafos (no caso de partir linhas pelas colunas) tenham pelo menos duas linhas no início e duas linhas no fim. Ir à barra horizontal, seleccionar o (¶), no menú da barra (≡) e escolher **Keep Options**. (Ver Fig. 64)

Figura 64: Janela Keep Options



Hifenização e justificação

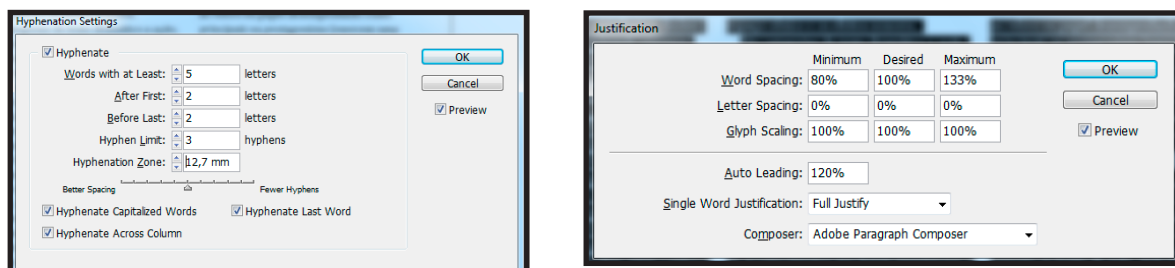
O programa possibilita optar pelo dicionário de hifenização da língua da publicação. Antes de criar a caixa de texto, seleccionar a ferramenta de texto **Type Tool**, ir ao **Character Formatting Controls** e alterar a língua na barra horizontal. A hifenização permite partir palavras segundo o nosso idioma (neste caso, o português). E a justificação permitir controlar espaços brancos entre letras e palavras, criando assim um bloco de texto visualmente mais agradável e com espaços uniformes. Para isso selecciona-se o texto:

Hifenização: ir à barra horizontal, seleccionar o (¶), ir ao menú da barra (¶≡) e escolher **Hyphenation**. Queremos que as palavras compostas com um número mínimo de 5 letras, fique com **duas** letras antes e **duas** letras depois do hífen . E não se quer mais de 3 hífen seguidos.

Justificação: ir à barra horizontal, seleccionar o (¶), ir ao menú da barra (¶≡) e escolher **Justification**. Queremos que o espaço mínimo entre palavras **reduza até 80 %**, deseja-se que se **mantenha** os **100 %**, caso seja necessário, **aumentar até 133 %**. (Ver Fig. 65)

Deixar "0 %" nos espaços entre as letras. Caso seja necessário alterá-lo, o **mínimo** não deve exceder os "-5 %" e o **máximo** não deve ultrapassar os "5 %".

Figura 65: Aplicação de hifenização e de justificação



Distribuição de conteúdos

Depois de ter preparado e ter definido os estilos, pode-se importar (*Place*) as imagens da notícia para serem organizadas na página.

Esta é uma página simples, constituída apenas por uma notícia e uma imagem. Aqui a presença das guias é evidente na organização dos conteúdos. (Ver Fig. 66)

Figura 66: Aplicação de hifenização e de justificação



Agora, na página direita, n.º3, muda-se o nome da secção para **Economia**. Como o nome da secção está na mestra, para se conseguir alterar o nome **Sociedade** para **Economia** deve-se com as teclas **Shift + Ctrl**, em **PC** e **Shift + Cmdt**, para **Mac** pressionadas, clicar sobre o texto **Sociedade**.

Esta secção terá **duas notícias e duas imagens** do mesmo género informativo e na mesma página.

Procura-se outra forma de organização e de tratamento. A notícia principal, em destaque, com duas colunas, ficou com o estilo normal. A outra, fica numa coluna lateral, da parte exterior da página e com outro tipo de letra.

Como se pode reparar o texto da coluna lateral não começa encostado à caixa, isto porque para separar as duas notícias aplicou-se à mesma caixa um indentaçãode **4mm**. Seleccionando o texto todo, ir à barra horizontal (¶), **Left Indent: 4mm**.

Para o título: **Helvetica**, corpo **16 pt**, entrelinha **16 pt**.

Para o texto: **Helvetica**, corpo **7 pt**, entrelinha **9 pt**, e sem entrada de parágrafo, ambos desalinhado da **Baseline Grid**. Criei dois novos **Paragraph Styles** para estes dois novos texto, '**Título Caixa**' e '**Texto Caixa**'. (Ver Fig. 67)

Com a **Pen Tool**, ferramenta disponível na caixa de ferramenta (**Window > Tool**) cria-se um filete de **0,5 pt**.

Figura 67: Página com duas notícias



Espaços brancos

É importante deixar zonas sem informação, esses espaço são áreas de descanso visual, transmitem "leveza" ao aspecto geral da página. Os espaços brancos encontram-se nas margens, nas gudeiras (espaço entre as colunas), nos parágrafos e entre as letras. Por exemplo, na página 2, deixou-se duas linhas entre o lead e o texto principal, e manteve-se a mesma coerência na página 3, entre a imagem e o texto principal. (Ver Fig. 68)

Figura 68: Secções: Sociedade e Economia paginadas

Sociedade



A vida dos portugueses

O texto dramático é entendido como aquele que se integra na forma literária do drama e implica uma comunicação *Assaó*

O texto dramático privilegia a dramatizar as ações e reações humanas, pela *tragédia*, pela *comédia* e pelo *drama* (propriedades), graças à presença de personagens. Serve, com frequência, o teatro, que tem como objetivo específico a representação e o espetáculo. Por isso o teatro tem a obrigação de concentrar os elementos essenciais do texto dramático em linhas de força que garantam um ritmo vivo e um progresso capaz de prender a atenção do espectador. O teatro permite uma comunicação específica entre autor, ator e público; entre as personagens da obra; entre o palco e a plateia. O conflito ou o drama oferece-se à contemplação do espectador.

O texto dramático, onde predomina a função apelativa da linguagem, ao exprimir mundo exterior e objetivo, recorre, em geral, à metalinguagem na segunda pessoa. É feita um discurso múltiplo e complexo, com os respectivos signos linguísticos, mas também com signos paralinguísticos (gestação, voz...), expressão corporal, elementos de caracterização dos atores, ou mesmo elementos que se encontram fora do ator, como o espaço cénico e os efeitos sonoros.

São categorias do texto dramático a ação, com a sucessão e encaadamento de acontecimentos que podem conduzir a um desenlace; as personagens, que são os agentes da ação; o espaço que corresponde ao lugar, ambiente, meio social ou cultural onde se desenrola a ação; e o tempo que dá conta do momento do desenlace da ação.

A estrutura da ação pode ser linear ou não linear. A primeira divide-se em momentos determinantes e divide-se em *exposição* (apresentação da personagem e dos antecedentes da ação), *conflito* (conjunto de peripécias, de acontecimentos que fazem impulsionar a ação, conduzindo ao seu ponto culminante, ao clímax) e *desenlace* (desfecho da ação dramática).

A segunda apresenta a *divisão em atos* (divisão do texto dramático que corresponde à mudança de cenário) e *comos* ou *quadros* (divisão do ato que corresponde à entrada ou saída de uma ou mais personagens) personagens, que na antiguidade grega usavam máscaras para permitir a diferenciação de

Economia

Aumento produtivo

O texto dramático é entendido como aquele que se integra na forma literária do drama *Assaó*



Financiamento Externo

mantém claramente na ação, servindo apenas para funções decorativas) podem, também, ser individuais ou singulares e coletivos. Quanto à composição ou conceção e formulação, as personagens diferem-se como moldadas ou redondas (com capacidade de alterar o comportamento ao longo da ação) ou planas (sem evolução psicológica) e tipos (representantes de um grupo profissional ou social). Em relação aos processos de caracterização, esta pode ser direta por auto-caracterização (através das palavras da própria personagem) e *hetero-caracterização* (através dos elementos fornecidos por outras personagens ou pelo dramaturgo através das didascálias) ou indireta (deduzida a partir das atitudes, dos gestos, dos comportamentos e dos sentimentos da personagem ou a partir dos símbolos que as acompanham).

Do espaço distinguem-se o cénico (lugar onde se movem as personagens e que inclui o ambiente possível do desenlace da ação dramática, graças à luz, ao som, ao guarda-roupa, aos adereços, à cenografia), o espaço de representação - o palco - (lugar onde decorre o espetáculo teatral), o espaço representado (ambiente referido pelas atores, integrado à ação e ao espaço cénico) e o espaço eludido (lugares referenciados, diferentes dos representados).

Sobre o tempo, convém separar o tempo de representação (curto e necessário para a apresentação do conflito, para o desenlace dos acontecimentos e para o desenlace do tempo de representação (correspondente ao tempo da ação ou à época retratada, recitada pelo ator). Em relação aos processos de caracterização, esta pode ser direta por auto-caracterização (através das palavras da própria personagem) e *hetero-caracterização* (através dos elementos fornecidos por outras personagens que se encontram fora do ator, como o espaço cénico e os efeitos sonoros).

São categorias do texto dramático a ação, com a sucessão e encaadamento de acontecimentos que podem conduzir a um desenlace; as personagens, que são os agentes da ação; o espaço que corresponde ao lugar, ambiente, meio social ou cultural onde se desenrola a ação; e o tempo que dá conta do momento do desenlace da ação.

A estrutura da ação pode ser linear ou não linear. A primeira divide-se em momentos determinantes e divide-se em *exposição* (apresentação da personagem e dos antecedentes da ação), *conflito* (conjunto de peripécias, de acontecimentos que fazem impulsionar a ação, conduzindo ao seu ponto culminante, ao clímax) e *desenlace* (desfecho da ação dramática).

A segunda apresenta a *divisão em atos* (divisão do texto dramático que corresponde à mudança de cenário) e *comos* ou *quadros* (divisão do ato que corresponde à entrada ou saída de uma ou mais personagens) personagens, que na antiguidade grega usavam máscaras para permitir a diferenciação de

Imagens utilizadas (30-07-2012)
http://cdn0.sempretops.com/wp-content/uploads/Custos.jpg
http://www.tribunahoje.com/vgmidia/imagens/18226_ext_arquivo.jpg

Acrescenta-se mais uma página, n.º4, muda-se o nome da secção para "Mundo". Nesta secção pretende-se juntar-se notícias de vários países. Está dividida em quatro notícias.

Mais uma vez, verifica-se a utilidade das guias para a distribuição dos conteúdos. Opta-se por colocar em primeira linha de texto os nomes dos países a vermelho. O texto da coluna lateral é mais apertada, dando mais espaço branco à página. É uma opção de organização, deve-se manter a coerência em todas a páginas da publicação.

No "pé" da página, junta-se duas notícias e adiciona-se duas imagens. A primeira imagem ficou dentro de uma caixa e a segunda fora, para evitar ter tantas caixas na página A imagem da atleta ganha mais expressão fora de caixa. Os textos estão em **Helvetica, bold**, corpo e entrelinha a 7 pt. (Ver Fig. 69)

Figura 69: Página com quatro notícias



Imagens utilizadas (28-07-2012)
<http://cdn0.sempretops.com/wp-content/uploads/Custos.jpg>
http://s.glbimg.com/es/ge/f/288x0/2012/02/22/maio_atletismo2_div_30.jpg
<https://encrypted-tbn2.google.com/images?q=tbn:ANd9GcSRbc56u1pe4HFxLf7c1VGP-tlxpVN4DdR0G03ZiGaEpYT4sEMj>

Na secção "Cultura" organiza-se uma notícia em duas páginas, para se perceber como se pode encontrar equilíbrio entre texto e imagem sem perder a sua continuidade. Por vezes, quando se junta outros elementos na nossa publicação as páginas ganham mais vida.

Vamos supor que a notícia é grande (muito texto), o director decide que para esta notícia é necessário duas páginas. O que se deve fazer é distribuir todos os elementos gráficos disponíveis pelas duas páginas, criando equilíbrio entre eles e salvaguardando a fluidez da leitura e os espaços brancos.

Para quebrar visualmente a "massa" de texto, parte-se os parágrafos e de seguida cria-se um estilo de carácter para algumas palavras destacando-as a **bold**.

Na segunda página, cria-se um destaque, texto sem serifa, corpo maior e a vermelho, consegue-se desta forma, quebrar a "massa" de texto dessa página.

Acompanha-se as imagens de uma legenda (convém manter a coêrencia em todas as páginas), como uma possibilidade. Texto sem serifa, título em caixa alta e a vermelho e a descrição em caixa baixa e a preto. (Ver Fig. 70)

Criar estilo de parágrafos e de caracteres dos novos estilos de texto.

Figura 70: Uma notícia em duas páginas

Cultura

Drama em evolução

O texto dramático é entendido como a aquele que se integra na forma literária do drama e implica uma comunicação

De texto dramático é entendido como a aquele que se integra na forma literária do drama e implica uma comunicação

Dramático privilegia a dinâmica do conflito, tentando representar as ações e reacções humanas, pela tragédia, pela comédia e pelo drama (propriedades ditas), graças à presença das personagens. Serve, com frequência, o teatro, que tem como objetivo específico a representação e o significado. Foi isso o teatro teatral obriga à concentração dos elementos essenciais do texto dramático em linhas de força que garantam um ritmo vivo e uma progressão capaz de prender a atenção do espectador. O teatro permite uma comunicação específica entre autor, ator e público; entre as personagens da obra; entre o palco e a plateia. O conflito ou o drama oferece-se à contemplação do espectador.

O texto dramático, onde predomina a função apelativa da linguagem, ao exprimir o mundo exterior e objetivo, recorre, em geral, à metáfora na segunda pessoa. Utiliza um discurso múltiplo e complexo, com os respetivos signos linguísticos, mas também com signos paralinguísticos (entonação, voz...), expressão corporal, elementos de caracterização dos atores, ou mesmo elementos que se encontram fora do ator, como o espaço cénico e os efeitos sonoros.

São categorias do texto dramático a ação, com a sucessão e encadramento de acontecimentos que podem conduzir a um desenlace; as personagens, que são os agentes da ação; o espaço que corresponde ao lugar, ambiente, meio social ou cultural onde se desenrola a ação; e o tempo que dá conta do

WILLIAM SHAKESPEARE
Foi em poesia o mais influente dramaturgo inglês, tão como o maior escritor do idioma inglês

momento do desenrolar da ação apresentação do conflito, para o desenrolar. A estrutura da ação pode ser interna ou externa. A primeira dá-nos os momentos determinantes e decide-se em exposição (apresentação de personagens e dos acontecimentos da ação), conflito (conjunto de participações, de acontecimentos que fazem impulsionar a ação, conduzindo ao seu ponto culminante, ao clímax) e desenlace (desfecho da ação dramática). A segunda apresenta a divisão

As personagens, que na antiguidade grega usavam máscaras para permitir a diferenciação de papéis e distinguir a personagem da pessoa do ator, podem distinguir-se quanto ao relevo ou papel desempenhado como principal ou protagonista (exercem uma função relevante, com a ação a decorrer à sua volta), secundária (participam na ação e em um papel decisivo) e figurantes (fazem intervenções diretas na ação, servindo apenas para funções decorativas); podem,



GRUPO DE TEATRO Encenam hoje um grande peça no teatro Maria II de William Shakespeare

também, ser individuais ou singulares e coletivos. Quanto à composição ou concepção e formalização, as personagens definem-se como modalidades ou realidades (com capacidade de alteração ou comportamento ao longo da ação), pincéis (sem alteração do comportamento ao longo da ação, sem evolução psicológica) e tipos (representantes de um grupo profissional ou social). Em relação aos processos de caracterização, esta pode ser direta por autodescrição (através das palavras da própria personagem) e heterodescrição (através dos elementos fornecidos por outras personagens ou pelo dramaturgo através das diálogos) ou indireta (deduzida a partir dos atitudes, dos gestos, dos comportamentos e dos sentimentos da personagem ou a partir dos símbolos que as acompanham).

Do espaço distingue-se o cénico (lugar onde se movem as personagens e que recree o ambiente possível de desenrolar da ação dramática, graças à luz, ao som, ao grande-ângulo, aos adereços, à iluminação), o espaço de representação - o palco - (lugar onde decorre o espetáculo teatral), o espaço representado (ambiente recreado pelos atores, inserido à ação e ao espaço cénico) e o espaço aludido (lugares referenciados, elementos da representação).

Sobre o tempo, convém separar o tempo de representação (tempo e necessidade para a apresentação do conflito, para o desenrolar dos acontecimentos e para o desenlace do tempo de representação (correspondente ao tempo da ação ou à época recreada, recitada pelos atores). Em relação aos processos de caracterização, esta pode ser direta por autodescrição (através das palavras da própria personagem) e heterodescrição (através dos elementos fornecidos por outras personagens ou pelo dramaturgo através das diálogos) ou indireta (deduzida a partir dos atitudes, dos gestos, dos comportamentos e dos sentimentos das personagens ou a partir dos símbolos que as acompanham).

texto dramático privilegia a dinâmica do conflito, tentando representar as ações e reacções humanas, pela tragédia, pela comédia e pelo drama (propriedades ditas), graças à presença das personagens. Serve, com frequência, o teatro, que tem como objetivo específico a representação e o significado. Foi isso o teatro teatral obriga à concentração dos elementos essenciais do texto dramático em linhas de força que garantam um ritmo vivo e uma progressão capaz de prender a atenção do espectador. O teatro permite uma comunicação específica entre autor, ator e público; entre as personagens da obra; entre o palco e a plateia. O conflito ou o drama oferece-se à contemplação do espectador.

Utiliza um discurso múltiplo e complexo, com os respetivos signos linguísticos, mas também com signos paralinguísticos

O texto dramático, onde predomina a função apelativa da linguagem, ao exprimir o mundo exterior e objetivo, recorre, em geral, à metáfora na segunda pessoa. Utiliza um discurso múltiplo e complexo, com os respetivos signos linguísticos, mas também com signos paralinguísticos (entonação, voz...), expressão corporal, elementos de caracterização dos atores, ou mesmo elementos que se encontram fora do ator, como o espaço cénico e os efeitos sonoros.

São categorias do texto dramático a ação, com a sucessão e encadramento de acontecimentos que podem conduzir a um desenlace; as personagens, que são os agentes da ação; o espaço que corresponde ao lugar, ambiente, meio social ou cultural onde se desenrola a ação; e o tempo que dá conta do momento do desenrolar da ação.

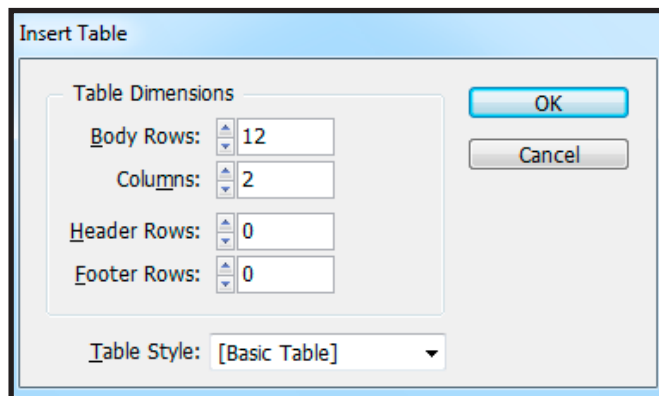
A estrutura da ação pode ser interna ou externa. A primeira dá-nos os momentos determinantes e decide-se em exposição (apresentação de personagens e dos acontecimentos da ação), conflito (conjunto de participações, de acontecimentos que fazem impulsionar a ação, conduzindo ao seu ponto culminante, ao clímax) e desenlace (desfecho da ação dramática). A segunda apresenta a divisão do tempo da ação ou à época recreada, recitada pelos atores).

Imagens utilizadas (31-07-2012)
<http://www.institutodivelas.com/images/stories/actividades/teatro/teatrovincientinas2010.jpg>
http://3.bp.blogspot.com/-6u45n5ETfF0/TWvz4JK345I/AAAAAAAAAJk/_RjwJAioTB8/s1600/william-shakespeare%2Bcarica.jpg

Criar tabelas

Por vezes quando se importa um documento texto, pode conter juntamente uma tabela e temos que tratá-la. Também pode-se criar tabelas no próprio Indesign, basta para isso criar uma caixa de texto com a ferramenta **Text Tool** e ir a **Table > Insert Table**, escolher o número de linhas e o número de colunas. (Ver Fig. 72)

Figura 72: Janela para inserir tabela



Já com com a nossa coluna, deve-se formatá-la. Para seleccionar toda a tabela, com a ferramenta de texto clicar no canto superior esquerdo da tabela, aparecerá a o símbolo (↖), para seleccionar a coluna toda, ir à parte superior da tabela (↓) e para seleccionar uma linha, no lado esquerdo da tabela (→). (Ver Fig. 73)

Escolher o tipo de letra, corpo e entrelinha para o texto e criar um estilo de parágrafo do texto da tabela.

Figura 73: Selecção das colunas e linhas da tabelas

Países	N.º Atletas
Itália	20
Jamaica	15
Japão	13
Jordânia	4
Kiribati	34
Kuwait	56
Laos	34
Lesoto	21
Letônia	32
Libano	12

Países	N.º Atletas
Itália	20
Jamaica	15
Japão	13
Jordânia	4
Kiribati	34
Kuwait	56
Laos	34
Lesoto	21
Letônia	32

Países	N.º Atletas
Itália	20
Jamaica	15
Japão	13
Jordânia	4
Kiribati	34
Kuwait	56
Laos	34
Lesoto	21
Letônia	32

Imagens utilizadas (01-08-2012)

[http://imagens.us/esportes/olimpiadas/olimpiadas%20\(2\).jpg](http://imagens.us/esportes/olimpiadas/olimpiadas%20(2).jpg)

<http://news.providencejournal.com/sports/bolt0820.jpg>

http://rederecord.r7.com/londres-2012/files/2012/03/RafaelNada_tenis_JasperJuinenGettyImages04122011p.jpg

<http://rederecord.r7.com/londres-2012/wp-content/blogs.dir/58/files/conheca-os-atletas-das-olimpiadas-que-lembram-memes-da-internet/meme-9-g.jpg>

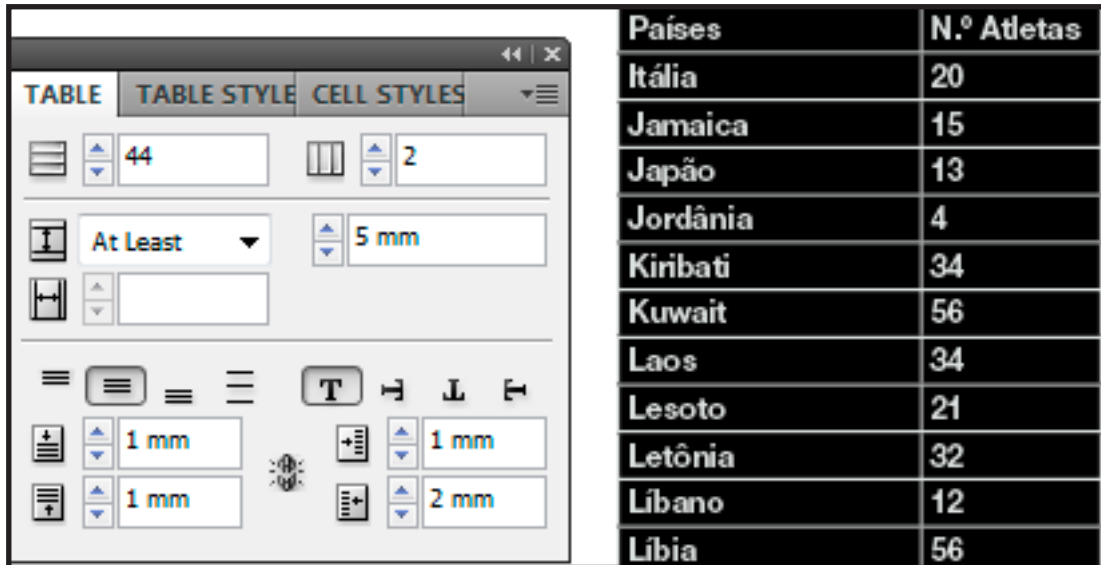
http://www.agitobrasil.com.br/blogs/porondeandei/files/2011/07/estadio_olimpico_de_roma.jpg

<http://wp.clicrbs.com.br/infosfera/files/2012/06/Logo-London2012.jpg>

Definição da tabela

Para controlar os espaços da tabela (espaço à esquerda e à direita, em cima e em baixo do texto; altura e largura da coluna, alinhamento do texto ao "pé", cento ou topo da linha; orientação do texto, adicionar ou remover a colunas e linhas) vai-se a **Window > Type & Table > Table**. (Ver Fig. 74)

Figura 74: Definições da tabela



defini-se o título da tabela como *Header*, é uma forma de distinguir o título do resto do texto, porque mais tarde será útil. Seleccionar a linha e vai-se a **lado direito do rato > Convert to Header Rows**. (Ver Fig. 75)

Figura 75: Header da tabela

Países	N.º Atletas
Itália	20
Jamaica	15
Japão	13
Jordânia	4
Kiribati	34
Kuwait	56
Laos	34

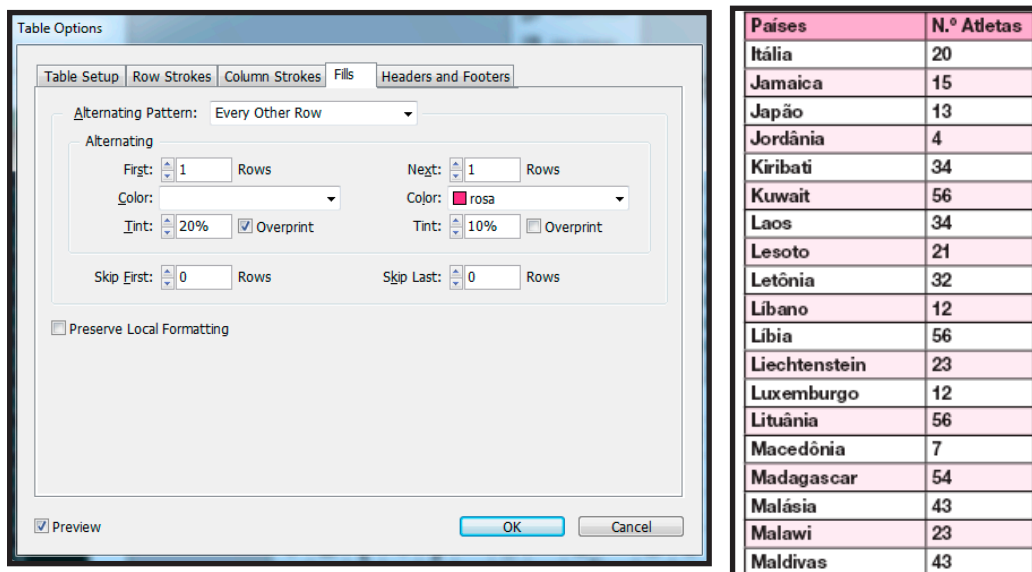
Colorir a tabela

Selecciona-se as colunas ou as linhas e vai-se ao *Swatches* e escolhe-se a cor que se pretende ou cria-se uma nova cor, no menú *Swatches > New Color Swatches*.

Se se preferir colorir a tabela com cores alternadas podemos, vai-se a *Table > Table Options > Alternating Fill*.

Na opção *Alternating Pattern*, escolhe-se *Every Other Row*, linha a linha, e na opção *First*, primeira linha, escolhe-se a cor e a sua percentagem e faz-se o mesmo com a cor seguinte, em *Next*. (Ver Fig. 76)

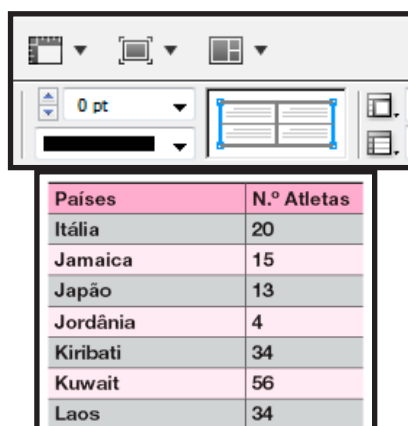
Figura 76: Opções da tabela



Também podem-se seleccionar as espessuras que se deseja e controlá-las individualmente; laterais, superior, inferior e interiores da tabela, bem como escolher o tipo de linha do filete. (Ver Fig. 77)

Após termos a tabela concluída pode-se também, gravar um estilo de tabela, indo a *Window > Type & Table > Table Styles*, ir ao menú da *Table Style* e *New Table Style*.

Figura 77: Selecção de filetes da tabela



Secção "**Correio**", com o título da opinião a **bold**, fonte sem serifa, texto de opinião com a mesma formatação do "texto corrido" sem entrada de parágrafo e assinatura do remetente é alinhado à direita e a **bold**.

Utilização de filetes verticais e horizontais, **0,5 pt** de espessura, para separar os textos e as colunas. O filetes são recursos possíveis de separação de informação, podendo ter estilos e espessuras variadas.

A caixa de informação no "pé" da página, cor cinza claro, ocupa também três colunas e os seus textos são sem serifas e com alguns destaques a **bold**. (Ver Fig. 78)

Figura 78: Secção Correio

Correio

Fogos atrás de fogos
Dinâmica do conflito, tentando representar as ações e reações humanas, pela fragilidade, pela covardia e pelo drama (propriamente dito), graças à presença das personagens. Serve, com frequência, o teatro, que tem como objetivo específico a representação e o espetáculo. Por isso o teatro obriga à concentração dos elementos essenciais do texto dramático em linhas de força que garantem um ritmo vivo e uma progressão capaz de prender a atenção do espectador. O teatro permite uma comunicação específica entre autor, ator e público; entre as personagens da obra.

José Silva, Lisboa

Por isso o teatro obriga à concentração dos elementos essenciais do texto dramático em linhas de força que garantem um ritmo vivo e uma progressão capaz de prender a atenção do espectador. O teatro permite uma grande e bonita comunicação específica entre autor, ator e público; entre as personagens da obra.

Miguel Faro, Braga

ou nada de uma ou mais personagens). As personagens, que na antiguidade grega usavam máscaras para permitir a diferenciação de papéis e distinguir a personagem da pessoa do ator, podem distinguir-se quanto ao roléu ou papel desempenhado como principal ou protagonista (exercem uma função relevante, com a ação a decorrer à sua volta), secundários (participam na ação sem um papel decisivo).

Henato Palma, Aveiro

Gríninosos
Onde predomina a função apelativa da linguagem, ao exprimir o mundo exterior e objetivo, recorre, em geral, à enunciação na segunda pessoa. Utiliza um discurso múltiplo e complexo, com os respetivos signos linguísticos, mas também com signos paralinguísticos (entonação, voz...), expressão corporal, elementos de caracterização dos atores, ou mesmo elementos que se encontram fora do ator, como o espaço cénico e os efeitos sonoros.

São categorias do texto dramático a ação, com a sucessão e encadramento de acontecimentos que podem conduzir a um desenlace; as personagens, que são os agentes da ação; o espaço que corresponde ao lugar, ambiente, meio social ou cultural onde se desenrola a ação; e o tempo que dá conta do momento do desenrolar da ação.

Ana Saraiva, Évora

Malta provocação
Predomina a função apelativa da linguagem, ao exprimir o mundo exterior e objetivo, recorre, em geral, à enunciação na segunda pessoa. Utiliza um discurso múltiplo e complexo, com os respetivos signos linguísticos, mas também com signos paralinguísticos (entonação, voz...), expressão corporal, elementos de caracterização dos atores, ou mesmo elementos que se encontram fora do ator, como o espaço cénico e os efeitos sonoros.

São categorias do texto dramático a ação, com a sucessão e encadramento de acontecimentos que podem conduzir a um desenlace; as personagens, que são os agentes da ação; o espaço que corresponde ao lugar, ambiente, meio social ou cultural onde se desenrola a ação; e o tempo que dá conta do momento do desenrolar da ação.

Aurora Tomar

Desgaste dos meios
Quanto à composição ou concepção e formulação, as personagens definem-se como **moedades ou atores** (com capacidade de alterar o comportamento ao longo da ação), **planas** (sem alteração do comportamento ao longo da ação, sem evolução psicológica) e **tipos** (representantes de um grupo profissional ou social).

Em relação aos processos de caracterização, esta pode ser direta por autocaracterização (através das palavras da própria personagem) e heterocaracterização (através dos elementos fornecidos por outras personagens ou pelo dramaturgo através das didascalias) ou indireta (deduzida a partir das atitudes, dos gestos, dos comportamentos).

Marco Tomar

Fogos atrás de fogos
Conflito, tentando representar as ações e reações humanas, pela fragilidade, pela covardia e pelo drama (propriamente dito), graças à presença das personagens. Serve, com frequência, o teatro, que tem como objetivo específico a representação e o espetáculo.

Bombos no terreno
A estrutura da ação pode ser **interna ou externa**. A primeira dá conta os momentos determinantes e divide-se em **exposição** (apresentação de personagens e dos antecedentes da ação), **conflito** (conjunto de peripécias, de acontecimentos que fazem impulsionar a ação, conduzindo ao seu ponto culminante, ao **clímax**) e **desenlace** (desfecho da ação dramática).

A segunda apresenta a **divisão em atos (divisão do texto dramático que corresponde à mudança de cenário) e **atos ou quadros** (divisão do ato que corresponde à entrada**

Apelo aéreo
sentimentos da personagem ou a partir dos símbolos que as acompanham).

Do espaço distinguem-se o cénico (lugar onde se movem as personagens e que cria o ambiente possível do desenrolar da ação dramática, graças à luz, ao som, ao guarda-roupa, aos adereços, à encenação), o espaço de representação - o palco - (lugar onde decorre o espetáculo teatral), o espaço representado (o ambiente recitado pelas atores, interligado à ação e ao espaço cénico) e o espaço absoluto (lugares referenciados, diferentes dos representados).

Ana Costa, Bragança

Info. A segunda apresenta a **divisão em atos** (divisão do texto dramático que corresponde à mudança de cenário) e **atos ou quadros** (divisão do ato que corresponde à entrada do espaço dramático e o tempo que dá conta do momento do desenrolar da ação).

Endereço: Rua de Santa Maria, 1, Lisboa.
Tel. 011 3465779
Fax: 011 3465779
Email: meed@meed.pt
Sítio: www.meed.pt

Info. A segunda apresenta a **divisão em atos** (divisão do texto dramático que corresponde à mudança de cenário) e **atos ou quadros** (divisão do ato que corresponde à entrada do espaço dramático e o tempo que dá conta do momento do desenrolar da ação).

• INFORMAÇÃO 20 de julho de 2012

O **Sumário** é feito manualmente, porque em revista cada secção é um ficheiro.

Mas por ventura, num outro projecto editorial, executado num único ficheiro, pode-se fazer-se o sumário de forma automática.

Para tal, deve-se criar um estilo de parágrafo e de caracteres para os textos que serão representados no sumário.

Define-se o corpo, a entrelinha e a cor para cada texto (títulos de secções, títulos e *lead* da notícia, número de página, etc.).

Estes estilos vão ser necessários utilizar na janela do *Table of Contents*.

Por exemplo para o:

Sumário; corpo 36pt, Helvetica, 95 *Black*, em caixa baixa.

Grava-se como *Paragraph Styles*, nome "**Toc sumário**"

Título de Secção; corpo 11pt, entelinha 16pt, Helvetica, 95 *Black*, caixa alta

Grava-se como *Paragraph Style*, nome "**Toc secção**"

Número de página; corpo 8pt, entelinha 10pt, Helvetica, 95 *Black*, a vermelho

Grava-se como *Character Styles*, nome "**Toc numero de página**" (Ver Fig. 79)

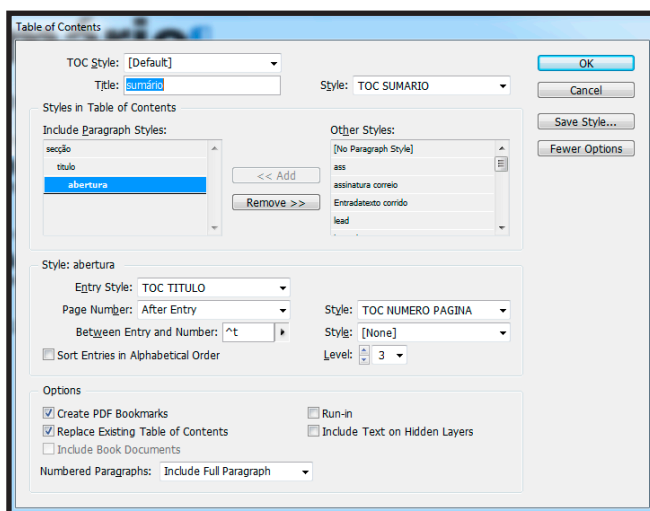
Figura 79: Formatação dos estilos do Sumário



Após ter os estilos devidamente criados e aplicados no texto, vai-se a:

Layout > Table of Contents. (Ver Fig. 80)

Figura 80: Janela de *Table of Contents*



No **Title**, escolhe-se o nome que se quer dar à secção, neste caso dá-se o nome de **Sumário**. No **Style** escolher **Toc sumário**.

No **Other Styles**, escolhe-se os estilos de textos que se quer ver representados no Sumário, selecciona-se o **Toc secção**.

Page Number, neste caso não se quer numeração de página, escolher **No Page Number**.

Vai-se novamente ao **Other Styles**, adicionar o estilo **Título**.

No **Entry Styles**, escolhe-se **Toc Título**.

Page Number, este sim vai ter numeração de página, depois do texto.

Escolher **Afty Entry** e o **Style** para a numeração de página será **Toc número página**.

Between Entry and Number, tem o sinal (^t), significa que o texto e o número de página vão estar separados por um **Tab**.

E efectua-se os mesmos passos para a **abertura**, e fazer **Ok**.

Aparece uma caixa com o texto definidos no **Table of Contents**, basta clicar na página.

Por vezes são necessário fazer pequenos ajustes manualmente. (Ver Fig. 81)

Figura 81: Textos do Sumário

sumário	
CORREIO	
ECONOMIA	
Aumento produtivo	» 9
MUNDO	
Espanha vs. emprego	» 10
CULTURA	
Drama em evolução	» 12
FOCO	
Olimpiadas 2012	15

Já com o sumário devidamente numerado introduz-se uma imagem de fundo e organiza-se o texto.

Se por necessidade de última hora alterar a ordem das páginas ou mudar o título, por exemplo, vai-se a: **Layout > Update Table of Contents**, e automaticamente actualiza as alterações.

Capa

Em revista, cada notícia é paginada num único ficheiro e a capa não foge à regra, ainda mais porque ela é impressa num papel diferente, numa gramagem superior ao do miolo.

No exercício, optou-se por não colocar muita informação, reduzindo somente ao título da publicação, título da notícia de abertura e a três destaques em que dois são acompanhados por imagens (uma dentro da forma e outra recortada). (Ver Fig. 82)

O título da publicação "informa" foi formatado em caixa baixa e a cor varia com a edição (a cor adapta-se à imagem de fundo). Optou-se por não introduzir o título da publicação numa caixa.

Foi utilizada uma tipografia sem serifas, em caixa alta, no título da abertura e também nos destaques, mas num corpo reduzido.

Figura 82: Capa do exercício



Imagem utilizada (13-08-2012)

[http://www.fottus.com/wp-content/uploads/2413%20-%20atletismo/campeonato-atletismo%20\(68\).jpg](http://www.fottus.com/wp-content/uploads/2413%20-%20atletismo/campeonato-atletismo%20(68).jpg)

ARTE FINAL DIGITAL

Arte final é o processo de finalização dos ficheiros digitais. A finalização consiste na preparação e verificação adequada dos conteúdos do projecto (imagens, fontes, cores, etc...) para prosseguirem livres de erros para a reprodução gráfica.

Adequação do *software*

Existem duas categorias de *software* gráfico: o **vectorial** e o **bitmap** (mapa de *bits*).

Imagem vectorial

A resolução da imagem é total, pode-se ampliar sem perder qualidade.

Só depende da resolução do meio final de saída (ex: 2 400dpi em *CTP*).

Software vectorial: Illustrator, Indesign, Quark Xpress, CorelDraw e Freehand.

Imagem *bitmap*

A resolução imagem não pode ser ampliada para além do tamanho original, a transição entre as cores é gradual e sempre que se amplie demasiado os pixéis intermédio perdem qualidade (a imagem fica pixelizada).

Software *bitmap*: Photoshop.

Cores

Existem três principais tipos de cor, *CMYK*, *RGB* e as cores directas (*solid*).

CMYK – São cores para impressão.

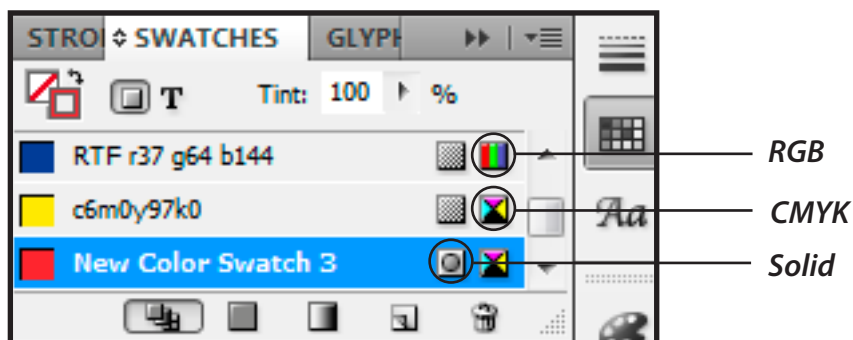
Solid – São cores especiais, também para impressão.

RGB – São cores para ecrã e não deve constar num documento para impressão.

É importante saber quantas cores e de que tipo estão a ser usadas no documento. Ir a **Window > Swatches** (Indesign e Illustrator). (Ver Fig. 83)

Atenção: Quando se importa ficheiros vectoriais, estes trazem consigo as suas cores.

Figura 83: Janela *Swatches*

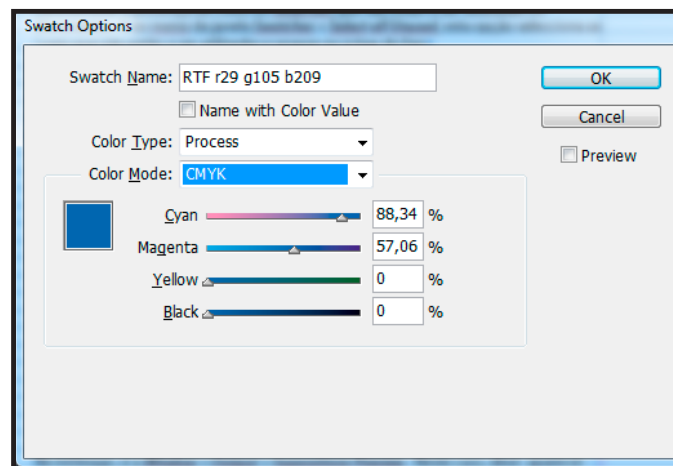


Para eliminar a presença de cores no *Swatches* que não estão a ser utilizadas no documento. Deve-se ir ao menú da janela **Swatches** > **Select all Unused** (esta opção selecciona as cores que não estão a ser utilizadas) e apagar no icône do lixo. Ficam apenas as cores utilizadas, *Paper* (branco), *Black* (preto) e *Registration* (estas três não podem ser apagadas).

Se surgirem cores *RGB* e *Solid* no documento que supostamente é para ser impressa em quadricromia, estas devem convertidas em *CMYK*.

Clicar duas vezes sobre a cor ou ir ao menú da janela **Swatches** > **New Color Swatches** No **Color Mode** escolher *CMYK* e no **Color Type** escolher **Process**. (Ver Fig. 84)

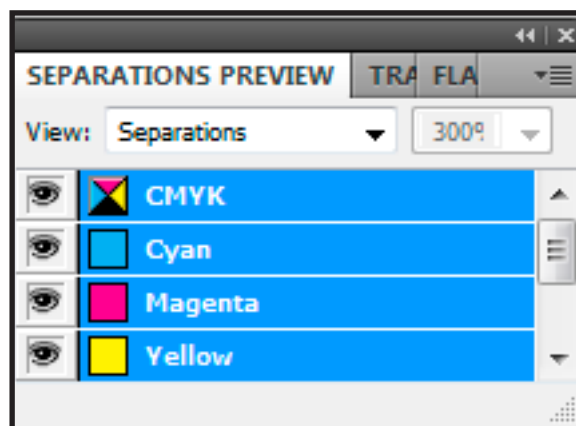
Figura 84: Janela *Swatches Options*



Quando se projecta um trabalho para ser impresso em quadricromia deve-se no final verificar o número de chapas que o documento irá gerar.

No InDesign, ir a **Window** > **Output** > **Separations Preview**. Neste caso, deve aparecer quatro chapas (quatro cores – *CMYK*). (Ver Fig. 85)

Figura 85: Janela *Separations Preview*





Imagens

É importante verificar o formato de gravação, a resolução e a sua definição das imagens.

Formatos

Existem vários formatos disponíveis para se gravar uma imagem *bitmap* e recomenda-se para a sua utilização num projecto as seguintes:

TIFF – Imagens de qualidade, tem o peso real da imagem, e não deve ser gravado com comprimido guarda *layers*

JPEG – Deve-se utilizar em alta de qualidade (entre 8 e 12), é muito leve e possui 16 milhões de cor.

PSD (Photoshop) – Guarda *layers* e fundos transparentes.

EPS – Muito pesado, é cada vez menos utilizado.

PDF – Mais utilizado na gravação final de trabalhos.

GIF e PNG – Formato indicado para a internet por ocupar pouco peso. As cores são reduzidas apenas a 256.

Imagens *linkadas* e embutidas

Imagem *linkada* é uma imagem importada pelo **File > Place**. Imagens importadas por esta acção permitem ser alteradas e novamente gravadas no Photoshop que automaticamente ou manualmente se actualizam. Imagens *linkadas* são apenas pré-vizualizações no programa (Indesign ou Illustrator). Este é o processo adequado na importação de imagens.

Imagem embutida (*embedded*) é uma imagem importada pela acção **Copy + Paste** de um programa para o outro. Imagens importadas por esta acção ficam a pertencer ao documento mas, não se consegue alterá-la e actualizá-la da mesma forma que a imagem *linkada*.

Nota

No Photoshop, o modo mais adequado para se converter imagens em *RGB* para *CMYK* é ir a **Edit > Convert to Profile**, escolher **Coated FOGRA27** e não **Image > Mode > CMYK**.

Resolução

A resolução ideal para imagens *bitmap* é **2 vezes** a lineatura usada na chapa de impressão da máquina offset.

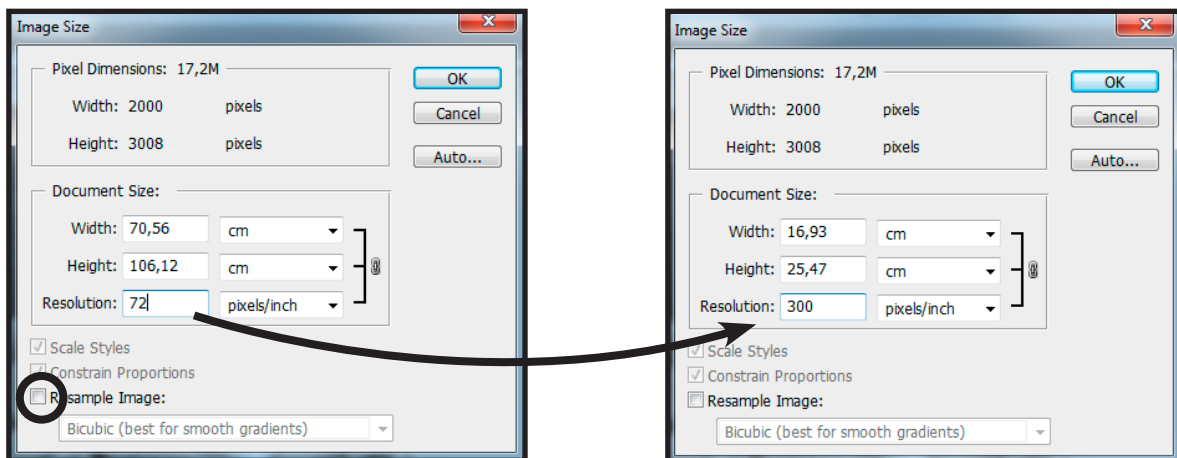
Por exemplo, se a gráfica utilizar chapa de offset de 150 *lpi* (*Lines Per Inch* – Linha por polegada) a resolução da imagem deve ser 300 *ppi* (*Pixels Per Inch* – Pixeis por polegada). Para imagens *lineart* (imagens de um único tom) é de **8 vezes** a lineatura da chapa.

No caso de uma imagem ter a resolução errada deve-se proceder à sua correcção: No Photoshop ir a: **Image > Image Size**.

A partir do Indesign ou Illustrator (com a imagem no programa de trabalho), deve-se seleccionar a imagem na janela *links*, clicar no icône **Edit Link** e logo abrirá automaticamente no Photoshop (*Image > Image Size*). (Ver Fig. 86)

Introduz-se a resolução pretendida, com a opção **Resample Image** desactivada. O **Pixel Dimension** (peso da imagem) terá de se manter e as medidas de largura e altura devem alterar-se proporcionalmente, fazer **Ok** e gravar a imagem novamente.

Figura 86: Alteração da resolução da imagem



Definição

Imagem com boa resolução pode não ter definição.

Uma imagem com definição os seus pormenores mantêm-se nítidos.
Imagem sem definição têm um aspecto desfocado.

Se uma imagem não tiver resolução suficiente para o tamanho que pretende, pode-se activar a opção **Resample Image** (forçar) e escolher a resolução. Com este procedimento a definição poderá melhorar ligeiramente.

Imagem a preto e branco impressa em CMYK

Uma imagem a preto e branco quando impressa em *CMYK*, os tons de preto ficam com um aspecto "pálido", sem força.

Para que uma imagem a preto e branco reproduza um preto intenso, deve-se no Photoshop, alterar os valores dos quatros canais.

O princípio passa por ter o canal do *Black* igual ao do *Grayscale* e ter os canais de *Cyan*, *Magenta* e *Yellow* mais fracos de modo a evitar-se possíveis desvios na tintagem durante a impressão. Assim evita-se com que a imagem reproduzida fique com tons azulado, avermelhados ou amarelados.

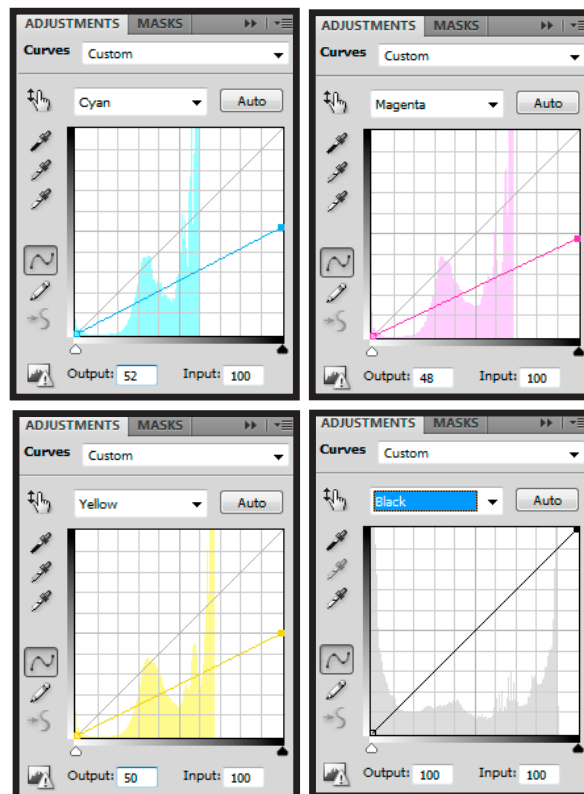
1. Primeiro converte-se a imagem em *grayscale* (*Image > Mode > Grayscale*), e copiar o canal do *Grayscale* (*Window > Channel*), seleccionar o canal (*Ctrl + A*) e copiar (*Ctrl + C*).

2. Converter a imagem em *CMYK* (*Image > Mode > CMYK*).

3. Ir à janela *Channels*; seleccionar o canal *Cyan* e fazer *paste* (*Ctrl + V*); seleccionar o canal *Magenta* e fazer *paste*; seleccionar o canal *Yellow* e fazer *paste*; seleccionar o canal *Black* e fazer *paste*. Assim todos os canais ficam com a mesma informação.

4. Criar uma *Adjustment Layer de Curves*. No *Cyan* alterar o *Output* (*Output 52*), no *Magenta* (*Output 48*), *Yellow* (*Output 50*) e o *Black* não se mexe. (Ver Fig. 87)

Figura 87: Alteração dos valores na janela *Channel*



Fontes utilizadas

Quando se importa um ficheiro de texto (Word, por exemplo), é habitual vir fontes que não vamos utilizar, porque vamos substituí-las por aquelas que se escolheu para o projecto.

A maior parte das vezes, neste processo de substituição, substitui-se apenas as fontes visíveis e esquece-se dos espaços brancos, que também estão formatados com uma fonte.

O problema estará quando se envia o ficheiro "aberto" (ficheiro de trabalho + imagens + fontes utilizadas) para a gráfica. O operador ao abrir o ficheiro, o programa denunciará a falta de fontes que não foram substituídas.

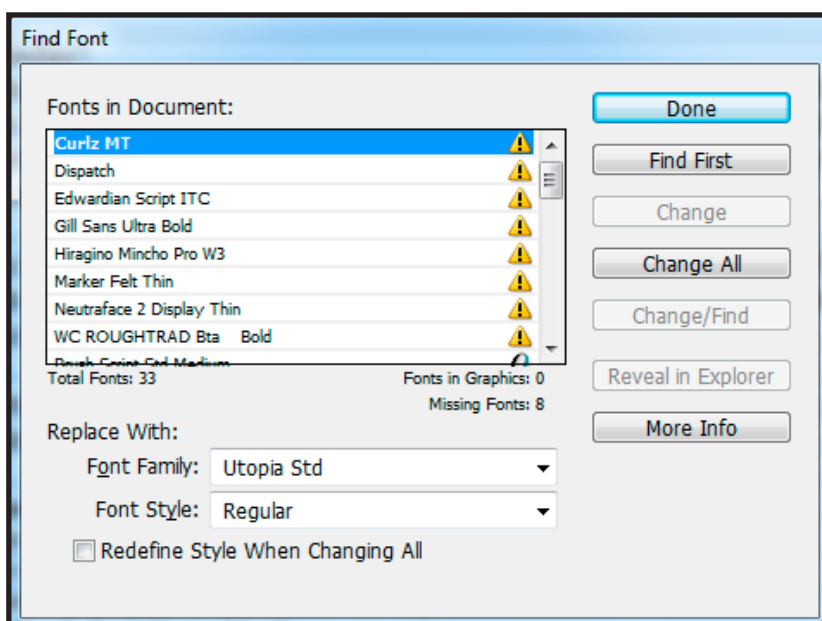
Para verificar as fontes que estão no documento deve-se ir a **Type > Find Font**, aqui deve-se seleccionar e substituir todas as fontes que não foram utilizadas intencionalmente por aquelas que se escolheu para o trabalho.

Seleccionar a fonte, e escolher a fonte pretendida para a substituir em **Font Family e Font Style** e fazer **Change All**. Depois da verificação e a da correcta substituição, fazer **Done**. (Ver Fig. 88)

Pode-se enviar o documento "aberto", desta forma o documento pode ser aberto pelos operadores para se fazer alguns ajustes de última hora, por exemplo. Para isso deve-se fazer o **Package**, que junta numa única pasta o ficheiro de trabalho, as imagens e as fontes utilizadas) do trabalho de forma automática.

Ir a **File > Package** e escolher o local para guardar a pasta. Se por algum motivo não se quiser enviar o documento "aberto", deve-se enviar o documento "fechado", que consiste simplesmente na sua conversão em formato **PDF**.

Figura 88: Substituição das fontes na janela *Find Font*





Shortcuts

A Adobe InDesign oferece um conjunto de atalhos para se trabalhar usando o teclado, sem a necessidade de se utilizar o rato.

Muitas funções disponíveis nos menús tem à frente do nome, os atalhos correspondentes.

Também é possível criar os próprios atalhos e partilhá-los com outras pessoas que utilizam o Indesign.

Os atalhos seguintes estão disponíveis para o sistema Macintosh e Windows (PC).

Criar novo documento

Mac: *Command + N*

PC: *Ctrl + N*

Abrir documento

Mac: *Command + O*

PC: *Ctrl + O*

Fechar documento

Mac: *Command + W*

PC: *Ctrl + W* ou *Ctrl + F4*

Guardar documento

Mac: *Command + S*

PC: *Ctrl + S*

Exportar documento para outro formato

Mac: *Command + E*

PC: *Ctrl + E*

Importar texto e imagem

Mac: *Command + D*

PC: *Ctrl + D*

Inserir entrada de índice

Mac: *Command + 7*

PC: *Ctrl + 7*

Imprimir o documento

Mac: *Command + P*

PC: *Ctrl + P*

Ajuda

Mac: *Help*

PC: *F1*

Desfazer ou Retroceder

Mac: *Command + Z*

PC: *Ctrl + Z*

Refazer

Mac: *Shift + Command + Z*

PC: *Shift + Ctrl + Z*

Diminuir zoom

Mac: *Command + -*

PC: *Ctrl + -*

Ajustar a página ao ecrã

Mac: *Command + 0*

PC: *Ctrl + 0*

Visualizar geral do spread

Mac: *Option + Command + 0*

PC: *Ctrl + Alt + 0*

Visualizar tamanho real

Mac: *Command + 1*

PC: *Ctrl + 1*

Visualizar tamanho a 50 %

Mac: *Command + 5*

PC: *Ctrl + 5*

Visualizar tamanho a 200 %

Mac: *Command + 2*

PC: *Ctrl + 2*

Mostar/ ocultar régua

Mac: *Command + R*

PC: *Ctrl + R*

Mostar/ ocultar símbolo (¶) no textoMac: *Option + Command + I*PC: *Ctrl + Alt + I***Pré- visualizar interactividade**Mac: *Shift + Command + Return*PC: *Ctrl + Shift + Enter***Mostar/ ocultar guias**Mac: *Command + ;*PC: *Ctrl + ;***Bloquear/ desbloquear guias**Mac: *Option + Command + ;*PC: *Ctrl + Alt + ;***Romper as guias**Mac: *Shift + Command + ;*PC: *Ctrl + Shift + ;***Mostar/ ocultar base da linha**Mac: *Option + Command + "*PC: *Ctrl + Alt + "***Mostar/ ocultar grelhas do documento**Mac: *Command + "*PC: *Ctrl + a "***Alternar guias inteligentes**Mac: *Command + U*PC: *Ctrl + U***Enviar objectos por cima**Mac: *Shift + Command +]*PC: *Ctrl + Shift +]***Enviar objecto para cima**Mac: *Command +]*PC: *Ctrl +]***Enviar objecto para baixo**Mac: *Shift + Command + [*PC: *Ctrl + Shift + [***Copiar para dentro de forma**Mac: *Option + Command + V*PC: *Ctrl + Alt + V***Copiar para o mesma posição**Mac: *Option + Shift + Command + V*PC: *Ctrl + Alt + Shift + V***Apagar**Mac: *Backspace*PC: *Backspace ou Del***Repetir formas**Mac: *Option + Command + U*PC: *Ctrl + Alt + U***Redimensionar proporcionalmente**Mac: *Shift + Drag*PC: *Ctrl + Drag***Colocar *bold***Mac: *Shift + Command + B*PC: *Ctrl + Shift + B***Colocar *itálico***Mac: *Shift + Command + I*PC: *Ctrl + Shift + I***Colocar texto normal**Mac: *Shift + Command + Y*PC: *Ctrl + Shift + Y***Sublinhar texto**Mac: *Shift + Command + U*PC: *Ctrl + Shift + U***Traçar texto**Mac: *Shift + Command + /*PC: *Ctrl + Shift + /***Elevar texto**Mac: *Shift + Command + =*PC: *Ctrl + Shift + =*

**Subescrever texto**

Mac: *Option + Shift + Command + =*

PC: *Ctrl + Alt + Shift + =*

Alinhar à texto esquerda

Mac: *Shitf + Command + L*

PC: *Ctrl + Shift + L*

Alinhar à texto direita

Mac: *Shitf + Command + R*

PC: *Ctrl + Shift + R*

Alinhar texto ao Centro

Mac: *Shitf + Command + C*

PC: *Ctrl + Shift + C*

Justificar texto à esquerda

Mac: *Option + Shift + Command + J*

PC: *Ctrl + Shift + J*

Justificar texto à direita

Mac: *Option + Shift + Command + R*

PC: *Ctrl + Alt + Shift + R*

Justificar texto ao centro

Mac: *Option + Shift + Command + C*

PC: *Ctrl + Alt + Shift + C*

Alinhar à base da linha

Mac: *Option + Shift + Command + G*

PC: *Ctrl + Alt + Shift + G*

Inserir tabela

Mac: *Option + Shift + Command + T*

PC: *Ctrl + Alt + Shift + T*

Inserir coluna na tabela

Mac: *Option + Command + 9*

PC: *Ctrl + Alt + 9*

Inserir linha na tabela

Mac: *Command + 9*

PC: *Ctrl + 9*

Inserir Bullet (•)

Mac: *Option + 8*

PC: *Alt + 8*

Inserir Copyrigh (©)

Mac: *Option + G*

PC: *Alt + G*

Inserir trademark (®)

Mac: *Option + 8*

PC: *Alt + 8*

Inserir trademark (™)

Mac: *Option + 8*

PC: *Alt + 8*

Inserir travesão

Mac: *Option + Shift + -*

PC: *Alt + Shift + -*

Inserir hífen

Mac: *Option + -*

PC: *Alt + -*

Inserir hífen discricionária

Mac: *Shift + Command + -*

PC: *Ctrl + Shift + -*

Espaço em branco

Mac: *Shift + Command + M*

PC: *Ctrl + Shift + M*

Espaço em branco, menor

Mac: *Shift + Command + N*

PC: *Ctrl + Shift + N*

Inserir numeração na página actual

Mac: *Option + Shift + Command + N*

PC: *Ctrl + Alt + Shift + N*

CONCLUSÃO

Mediante os capítulos abordados conclui-se que, o processo para a elaboração gráfica de uma revista passa por conhecer e aplicar de melhor forma os vários componentes do *design* de comunicação e tirar o máximo partido das funcionalidades disponíveis no *software* de trabalho.

Deve-se ter em conta a finalidade do projecto na escolha do formato, de modo a evitar formatos desadequados e custos desnecessários.

A construção de grelhas e *layout* deve favorecer a organização dos elementos gráficos permitindo maior coesão, unidade e sequência entre os grafismos e entre as páginas. É importante analisar os elementos existentes e escolher aqueles que melhor se adequam à imagem do projecto.

A estruturação da revista deve ser feita segundo um raciocínio que permita ao leitor situar-se no contexto da informação.

Para finalizar, é fundamental prosseguir à verificação e à devida correcção dos formatos de gravação dos conteúdos, bem como o modo de cor utilizado no projecto, evitando assim possíveis imprevistos no momento da impressão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E NETGRÁFICAS

AMBROS, Gavin; HARRIS, Paul – *Basics Design 02 – Layout*. 2ª ed. Singapura: AVA Publishing, 2011.

ISBN 13: 978-2-940411-49-8

COSTA, Juan – *Design para os olhos: Marca, cor, identidade, Sinalética*. Lisboa: Dinalivros, 2011.

ISBN 9789725765883

HARKINS, Michael – *Basics Typography 02: Using Type*. Singapura: AVA Publishing, 2010.

ISBN 13: 978-2-940411-55-9

JOHANSSON, Raj; LUNDBERG, Peter; RYBERG, Robert – *Manual de Producción Gráfica: Recetas*. 2ª ed.

Barcelona: Gustavo Gili, 2011.

ISBN 9788425223631

MUNARI, Bruno – *Design e Comunicação Visual*. Lisboa: Edições 70, 2009.

ISBN 9789724412801

RIVERS, Charlotte – *Nueva impresión Tipográfica*. Barcelona: Gustavo Gili SL, 2012.

ISBN 9788425224768

Apostila-indesign-cs5.pdf (Uso do Adobe Indesign cs5)

<http://whatype.com/texts/the-complex-grid/> [Consult. 04 Fev. 2012]

<http://www.vignelli.com/canon.pdf>. [Consult. 04 Mar. 2012]

<http://www.slideshare.net/loammisantos/tipografia-6329925>. [Consult. 03 Fev. 2012]

http://www.anasofia.net/pdf/tipografia_02.pdf. [Consult. 22 Mai. 2012]

<http://pt.scribd.com/doc/31191767/5/Anatomia-do-Tipo-e-Glossario>. [Consult. 29 Jan. 2012]

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Tipografia>. [Consult. 03 Jun. 2012]

<http://design-ergonomia.blogspot.com/2006/03/o-sistema-de-grelhas-no-design-grfico.html>.

[Consult. 08 Mai. 2012]

<http://pontoembranco.blogspot.com/2009/01/sistema-de-grelhas.html>. [Consult. 08 Mai. 2012]

<http://vector.tutsplus.com/tutorials/designing/how-to-create-a-professional-magazine-layout/>.

[Consult. 04 Jun. 2012]

<http://www.smashingmagazine.com/2008/02/11/award-winning-newspaper-designs/>. [Consult. 12 Abr. 2012]

<http://www.thegridsystem.org/2009/templates/indesign-a4-gerstners-complex-gr>. [Consult. 12 Abr. 2012]