

2021

**Maria
Diogo Alemão
Correia de Sá**

**Design Editorial: o caso de estudo de uma
monografia para a empresa RRA Project.**

2021

**Maria
Diogo Alemão
Correia de Sá**

Design Editorial: o caso de estudo de uma monografia para a empresa RRA Project.

Projeto apresentada ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual realizada sob a orientação científica do Doutora Maria Batalha Cadarso, Professora Auxiliar do IADE-Universidade Europeia

Dedico este trabalho aos meus avós, aos meus pais e
irmã, e aos meus padrinhos.

Agradecimentos

Começo por agradecer à minha família pelo apoio incansável à realização deste projeto.

Agradecer à empresa RRA Project, em especial à Sandra Alves e Raúl Reis por todo o apoio e dedicação prestados ao longo de todo o processo e por terem aceitado participar neste projeto.

Por fim, e não menos importante, quero agradecer à Prof^a Dr.^a Maria Batalha Cadarso pela excelente orientação e toda ajuda prestada ao longo do desenvolvimento do projeto.

Palavras-chave

Design; Design Gráfico; design Editorial; Cultura Visual; Arte.

Resumo

Ao longo da história da evolução do design gráfico, vários foram os ramos que se foram desenvolvendo e que se tornaram tão importantes, tal como o próprio design gráfico.

O design editorial é um exemplo, fortíssimo dos ramos mencionados anteriormente, que ao longo do tempo foi ganhando um estatuto bastante prestigiado e da mesma forma que tem alcançando, cada vez mais, um alto grau de desenvolvimento a nível gráfico assim como a nível estético.

Este projeto, está inserido no contexto académico de tese de projeto de mestrado em design e cultura visual. Com a contribuição para a exploração do ramo de design gráfico através da apresentação de caso de estudo de uma monografia para a empresa RRA Project através do ramo de design editorial.

Keywords

Design; Graphic Design; Editorial design; Visual culture; Art.

Abstract

Throughout the history of the evolution of graphic design, it was multiple the branches that developed and became as important as graphic design itself.

Editorial design is a very strong example of the previous branches, which over time has gained a very prestigious status and in the same way that it has achieved, more and more, a high degree of development at a graphic level as well as at an aesthetic level.

This project, inserted in the academic context of a master's thesis project in design and visual culture, contributed to the exploration of the graphic design branch through the presentation of a case study of a monograph for the company RRA Project through the editorial design branch.

Índice

INTRODUÇÃO	10
1. MOTIVAÇÃO	10
2. TEMA.....	10
3. PROBLEMÁTICA	10
4. OBJETIVOS.....	10
5. QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO	11
6. METODOLOGIA	11
7. O PROJETO	11
8. DOCUMENTO EM SÍNTESE	12
CAPÍTULO I- ENQUADRAMENTO TEÓRICO E PRÁTICO	14
1. INTRODUÇÃO	14
2. REVISÃO DA LITERATURA	14
2.1. Enquadramento histórico do design	14
2.1.1. Design editorial	25
2.2. A importância da arte final na produção gráfica	27
3. CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	30
CAPÍTULO II- METODOLOGIA	31
1. INTRODUÇÃO	31
2. CASOS DE SUCESSO.....	31
2.1 Revista ICON	31
2.2 Revista Architectural Record	33
2.3 Revista Wallpaper*	35
2.4 Revista Umbigo°	37
2.5 Revista Kinfolk	39
2.6 Revista FRAME	41
3. HIPÓTESES.....	42
4. INVESTIGAÇÃO APLICADA	43
4.1 Introdução	43
4.2 Processo metodológico.....	43
5. ANÁLISE DO RESULTADO	44
6. CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	45
CAPÍTULO III- PROJETO FINAL	46
1. INTRODUÇÃO	46
2. CONTRIBUTOS AO PROJETO.....	46
3. O PROJETO	46
4. CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	56
CAPÍTULO IV- DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	57

1. INTRODUÇÃO	57
2. REFLEXÃO CRÍTICA SOBRE A MONOGRAFIA	57
3. CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	58
<i>CAPÍTULO V- DISCUSSÃO DE RESULTADOS</i>	59
1. CONTRIBUTOS	59
2. CONCLUSÃO FINAL	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
BIBLIOGRAFIA.....	61
SITIOGRAFIA	61
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	62

ÍNDICE DE IMAGEM

Figura 1. ICON, Capa revista ICON, 2020.

<https://www.iconeye.com/digital-magazine/issue-200-magazine>

Figura 2. Architectural Record, capa revista Architectural Record, 2021.

<https://www.architecturalrecord.com/products/132-architectural-record-january-2021-issue>

Figura 3. Newswire, Architectural Record, capa da revista e artigo, 2020.

<https://www.v2com-newswire.com/en/architects-and-designers-your-marketing-and-pr-blog/the-top-12-design-and-architecture-magazines>

Figura 4. Wallpaper*, capa revista Wallpaper*, 2021.

<https://stormfashion.dk/product/magazines/march-2021-wallpaper>

Figura 5. Umbigo°, capa da revista Umbigo°, 2021.

<https://umbigomagazine.com/pt/ultimo-numero/>

Figura 6. Umbigo°, artigo da revista Umbigo°, 2021.

<https://umbigomagazine.com/pt/ultimo-numero/>

Figura 7. Kinfolk, capa da revista Kinfolk, 2021.

<https://www.kinfolk.com/shop/issue-39/>

Figura 8. Kinfolk, artigo revista Kinfolk, 2021.

<https://www.kinfolk.com/shop/issue-39/#&gid=1&pid=5>

Figura 9. Kinfolk, artigo revista Kinfolk, 2021.

<https://www.kinfolk.com/shop/issue-39/#&gid=1&pid=6>

Figura 10. Kinfolk, artigo revista Kinfolk, 2021.

<https://www.kinfolk.com/shop/issue-39/#&gid=1&pid=8>

Figura 11. FRAME, capa da revista FRAME, 2021.

<https://www.underthecover.pt/product/frame-139/>

Figura 12. Páginas da monografia referentes ao índice da mesma;

Figura 13. Páginas de introdução à monografia;

Figura 14. Páginas do primeiro capítulo da monografia;

Figura 15. Páginas com a estrutura de grelha descrita anteriormente;

Figura 16. Páginas que exploram a estrutura de grelha apenas com imagens;

Figura 17. Páginas de início à introdução estrutural dos projetos da empresa;

Figura 18. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. As presentes páginas exploram a grelha estrutural;

Figura 19. Páginas referentes a um dos projetos. As presentes páginas apresentam, mais uma vez a exploração da grelha estrutural;

Figura 20. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 21. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 22. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 23. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 24. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 25. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 26. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 27. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 28. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 29. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

Figura 30. Capa e contracapa do projeto editorial;

FICHA TÉCNICA

Fonte: Times New Roman

Tamanho:

Texto corrido: 12pt

Capítulos: 12pt Bold

Subcapítulos: 12pt Bold

Legendas: 10pt

Entrelinhamento: 1,5pt

Cor:

Texto corrido: 100% de preto

Capítulos: 100% de preto

Subcapítulos: 100% de preto

Legendas: 50% de preto

ACRÓNIMOS

IADE	Faculdade de Design Tecnologia e Comunicação
RRA	Raúl Reis Arquitetura

GLOSSÁRIO¹

Design- *“Disciplina que tem por objetivo a criação de objetos ou produtos cuja forma se adequa o mais perfeitamente possível à função para que se destinam, conciliando critérios estéticos, técnicos, etc.”*

Render- *“Obtenção de um produto (áudio, vídeo, etc.) resultante de um processamento digital”*

Monografia- *“Descrição, tratado ou estado de um ponto particular de uma ciência ou arte, de uma só personagem...”*

¹ Infopédia- Dicionário Porto Editora, Consultado 15 Fevereiro de 2021
Disponível em: <https://www.infopedia.pt/>

Introdução

1. Motivação

Desde as minhas primeiras abordagens com o design, foi bastante claro, que as áreas de Design Gráfico e Editorial foram as áreas que mais impacto me causaram. Estas abordagens tiveram início na licenciatura em Design, que frequentei no IADE- Creative University (2016-2019), no qual pude ter a possibilidade de experienciar vários campos do design e ter a certeza de que as áreas mencionadas anteriormente, são as que mais me motivam e realizam. Ao longo do meu percurso no campo do Design, vários foram os momentos em que tive oportunidade de explorar e de aprofundar o meu conhecimento e a minha técnica. Este projeto é apresentado como forma de afirmação dos meus conhecimentos e competências relativamente ao design gráfico e editorial, para além da gigantesca mais valia de ser um projeto editorial em parceria com uma empresa como a RRA Project.

2. Tema

O tema escolhido para este projeto em questão é sobre a temática de Design Gráfico com especificação em Design Editorial. A monografia, é dedicado e feita de acordo com a imagem gráfica da empresa RRA Project, é um projeto que enquanto objeto de comunicação, apresenta uma forma mais complexa para a comunicação gráfica da empresa.

3. Problemática

A problemática existente neste projeto, é gerido em torno de como a presente monografia pode ser um objeto de comunicação. A imagem da empresa RRA Project é trabalhada de forma a demonstrar essa problemática, sendo a monografia apresenta uma solução para a problemática.

4. Objetivos

O presente projeto apresenta como principal objetivo a concretização de uma monografia sucesso, à semelhança da imagem visual da empresa RRA Project. Contudo, existem outros objetivos, sendo eles a apresentação de uma boa base de estudo relativa à história do Design, assim como uma apresentação de estudos e potenciais referências referentes às temáticas de design gráfico e de design editorial.

A apresentação dos estudos das temáticas referidas, tem como elemento principal a sustentação teórica do editorial em si. Sendo este último referido o objetivo de concretização final deste projeto.

5. Questões de investigação

O presente projeto desenvolve uma questão de investigação que é considerada como a questão principal, sendo ela a seguinte: “É possível concretizar um editorial para a empresa RRA Project, à semelhança da sua linguagem visual?”.

6. Metodologia

De acordo com o autor Gjoko Muratovski, a presente metodologia é considerada uma metodologia aplicada. surgem também novos entendimentos sobre o desenvolvimento da própria prática de Design.

O progresso do projeto apresentado é desenvolvido através de várias etapas como forma de justificar o conhecimento teórico e prático, assim como obtenção de referências editoriais e por fim a apresentação do projeto seguido da sua validação.

A primeira etapa é mencionada como o desenvolvimento do enquadramento teórico e prático, onde são apresentados os estudos relativamente às matérias de design gráfico, design editorial e sobre a importância da arte final na produção. A segunda etapa é mencionada como casos de sucesso, onde são mencionados casos de referência e inspiração para a execução do projeto. A terceira etapa é a execução do projeto, aplicando todo o conhecimento demonstrado na primeira e na segunda etapa. Por fim, a quarta etapa é a validação do projeto por parte da empresa.

7. O projeto

Na figura 1, o projeto é apresentado sob desenho de investigação. O projeto é desenvolvido dentro do campo do design gráfico, apresentando a teoria do design, com especificidade na área de design editorial com o objetivo de desenvolver uma monografia para o atelier RRA Project.

No ponto 6., da introdução, relativamente à metodologia, clarifica que o projeto editorial de uma monografia apenas foi criado após a etapa de enquadramento teórico e prático, assim como após a etapa dos casos de sucesso serem apresentadas. Estas duas primeiras etapas são essenciais à criação do editorial, pois servem de base teórica e prática, e também como ponto de referência.

8. Documento em síntese

De seguida apresenta-se o documento em síntese, começando pelo primeiro capítulo sobre o enquadramento teórico e prático, é iniciado por uma introdução onde descreve de forma geral o que é desenvolvido ao longo do capítulo. Tal como, uma revisão da literatura com as balizas temporais dos vários movimentos abordados, bem como os conceitos e casos de sucesso que são apresentados como exemplo e também como fonte de inspiração. No segundo ponto do primeiro capítulo, é apresentado o enquadramento histórico sobre os movimentos artísticos mais relevantes para apresentar uma evolução do design, sendo denominado o subcapítulo 2.1 exatamente por “Enquadramento histórico do design”. Em seguida no ponto 2.1.1. é apresentada em exclusiva a temática de design editorial, denominado por “Design Editorial”. No seguinte ponto 2.2. designado por “A importância da arte final na produção gráfica”, tal como o título indicia, é exposta a real importância da arte final na produção gráfica com a finalidade de dar apoio à aluna na parte final do processo de impressão do projeto. O ponto 3. “Casos de sucesso” é o terceiro ponto do primeiro capítulo, onde são apresentados vários casos de sucesso no qual serviram de exemplo para a construção desta monografia. Serviram, também, para a aluna ficar a par das tendências atuais sobre design gráfico e design editorial, bem como servirem de influência nas mesmas temáticas de design. O último ponto do primeiro capítulo é a sua conclusão geral de todos os pontos abordados, denominado “Conclusão”.

O segundo capítulo deste documento, é apresentado como “Metodologia”, onde é explicado todo o processo metodológico da evolução e criação do presente projeto. O capítulo inicia-se com uma introdução, em seguida no segundo ponto do capítulo são apresentadas as hipóteses relativamente à monografia. No terceiro ponto é exposta toda a metodologia usada com o projeto monográfico, no quarto ponto são analisados os resultados que surgiram com a exata monografia. Por fim surge a conclusão geral do capítulo no ponto cinco.

No terceiro capítulo do projeto é apresentado como “Projeto final”, onde é iniciado com uma introdução ao capítulo, de seguida expõe o segundo ponto com os contributos feitos ao projeto. No terceiro ponto do capítulo é apresentado o projeto ao detalhe, no final do quarto ponto é feita uma conclusão.

O quarto capítulo é dedicado à “Discussão dos Resultados”, onde é iniciado com uma introdução, seguido de uma reflexão crítica sobre a monografia apresentada, esta reflexão aborda todos os

pontos relevantes para a elaboração da mesma. O capítulo é fechado com o ponto da sua conclusão. O quinto capítulo aborda os contributos do projeto e qual foi o impacto que causou sobre a empresa. Por fim o capítulo faz uma conclusão final da monografia apresentada. Por fim é apresentada a bibliografia, a siteografia e a bibliografia consultada.

Capítulo I- Enquadramento Teórico e Prático

1. Introdução

No presente capítulo irá ser abordado o enquadramento histórico que nos remetem para várias balizas de contexto histórico desde os primórdios do início do século XX até à atualidade. São mencionados vários movimentos como por exemplo o movimento futurista, ou o movimento expressionismo, ou o De Stijl ou por exemplo o movimento da Bauhaus, entre outros. Todos os movimentos que são abordados contribuíram de forma positiva para o design tal qual o conhecemos nos dias de hoje.

Para além deste enquadramento histórico, são abordadas temáticas como o Design Editorial e a importância da arte final gráfica que contribuíram para o enriquecimento deste projeto monográfico.

2. Revisão da literatura

2.1. Enquadramento histórico do design

“Toda a vez que acreditamos estar na vanguarda, percebemos que estamos apenas no começo, e que o futuro é um horizonte aberto.” (Purvis, 2006, p.9)

Em concordância com a autora Helen Armstrong, foi no início do século XX que o design começou a ganhar forma e vigor mesmo tendo sido uma altura de total desordem mundial desde a industrialização, à “convulsão tecnológica” (Armstrong, 2009, p.19)², à primeira guerra mundial. Para além desta desordem mundial, os artistas partilhavam de anseios comuns como a busca da ordem assim como a procura de respostas. Abalaram assim a sociedade do início do século XX com um design extravagante que buscava inspiração empírica na máquina. O novo mundo moderno fora descoberto para o design. Surgiram assim movimentos que decerto deixaram fortes marcas na história do design gráfico e que o conduziram ao que é o design nos dias de hoje, tal qual como o conhecemos. Alguns exemplos de movimentos mais impactantes foram os movimentos futurista, o expressionismo, o De Stijl e a Bauhaus. Todos estes movimentos contribuíram para a evolução do design, exploraram ao máximo, cada um a seu tempo e de forma característica, as formas geométricas, criaram novas fontes e novos layouts estéticos em prol de uma comunicação visual mais rica.

² No original: “technological upheaval”.

Segundo Philip Meggs, desde o início da história do design gráfico destaca-se com grande veracidade devido às suas características visuais que o demarcaram de forma positiva, desde o século XX que teve um papel impactante na tecnologia e no próprio público. Por isso podemos e devemos afirmar que esta relação íntima entre o design gráfico e o avanço tecnológico é bastante notório.

Meggs desenvolve também que com a chegada e com o desenvolvimento da internet a troca de ideias foi cada vez mais estimulada o que provocou um marco importante nesta arte. Este marco provocou uma vasta complexidade desde a segunda metade do século XX, o espectro visual que é transmitido em cada trabalho é um reflexo de cada período da era contemporânea e que apesar da transmissão de ideias e conceitos ter vindo a se tornar cada vez mais facilitada, não podemos de forma alguma achar que será um trabalho fácil de executar. Sendo o design gráfico uma área de complexidade alargada que envolve culturas, inúmeros movimentos artísticos, e várias personalidades que também influenciam a mesma, é uma área que tem vindo a alterar a sua forma de expressão, isto é, desde o início da era digital o design gráfico tem vindo a sofrer mudanças profundas e alterações nas estéticas estabelecidas. Com o grande crescimento que a era digital tem vindo a ter, observamos o grau de relevância que uma imagem pode alcançar. Desde o início da era digital as imagens são nos cada vez mais atrativas e de alto teor de complexidade visual tornando-a cada vez mais importante no campo do design gráfico e na sociedade em que somos inseridos. Podemos, sem dúvida, assumir que o ritmo de execução e de eficácia de trabalho aumentou devido à íntima relação que o design gráfico estabeleceu com o computador. Esta relação contribuiu de uma forma positiva para a rápida resolução dos constrangimentos encontrados durante os processos de criação dos projetos.

Tendo em conta todo o percurso alcançado ao longo dos tempos pelo design gráfico não nos podemos esquecer que “entendendo o passado seremos mais capazes de dar continuidade ao legado cultural da bela forma e da comunicação eficaz.” (Meggs, 1983, p.11). Segundo Meggs, contudo chegamos a uma era em que estamos visualmente exaustos pela quantidade de vezes e pelo conteúdo que nos é constantemente forçado a consumir de forma tão subtil que já nem prestamos a devida atenção. Para nos captar a atenção e para a imagem ser consumida de forma para a qual foi pensada é necessário que seja de caráter provocador e de rápida percepção do conteúdo em questão. No início do século XX são vários os exemplos de vanguardas.

De acordo o autor Meggs, tomamos como primeiro exemplo de vanguarda o movimento Futurista, que se deu no seu início do século XX quando o poeta italiano Filippo Marinetti (1876-1944) que se manifestou através deste movimento revolucionário que visava o “entusiasmo pela guerra, em plena era da máquina, da velocidade e a vida moderna.” (Meggs, 2009, p.318) Marinetti através deste movimento que se manifestou não só artisticamente como de forma literária, que desafiou toda a sintaxe e a gramática e que resultou numa poesia “emocionalmente carregada” (Meggs, 2009, p.319). Foi dada uma revolução tipográfica por Giovanni Papini (1881-1956) em Florença com o lançamento da Lacerba ³. No artigo de Marinetti, que rompia totalmente com a tradicional clássica tipografia, descrita como “Numa página, três ou quatro cores de tinta e vinte tipos diferentes (itálicos para impressões rápidas, negritos para ruídos e sons violentos) podiam redobrar a força expressiva das palavras. Palavras livres, dinâmicas e penetrantes podiam comportar a velocidade” (Meggs, 2009, p.319). Foi criada assim o novo design tipográfico chamado de “Palavras em liberdade” (Meggs, 2009, 319). No futurismo foram postos de lado todos os padrões tradicionais, como a estrutura horizontal e vertical. Vários foram os poetas que deixaram as restrições costumadas de lado e começaram a dar real importância à composição dinâmica da estruturação da página, com disposição não linear, variação de espaçamentos de palavras, tornando o conceito do futurismo preciso e expressivo.

No movimento expressionista, segundo o autor, que surge na Alemanha no início do século XX em que foi chamado de “expressionismo” pela tendência que surge em retratar a emoções ilusivas e as reações pessoais e não a realidade. O conteúdo que se apresentava de nada fazia justiça à realidade, tudo era alterado e muitas vezes exagerado desde a própria proporção da forma, até à paleta cromática. Os artistas que se manifestaram através do movimento do expressionismo puderam fazê-lo através de xilogravuras, ou de litografias e de cartazes. Estes últimos meios puderam auxiliar na manifestação deste movimento que, de alguma forma, se destacava pela aparência como as cores eram fortemente contrastadas, o uso de “pinceladas soltas e traçado de contornos fortes” (Meggs, 2009, 338) e em que a própria linha do desenhado estava fortemente demarcada. Dado o contexto social em que nasceu o expressionismo, muitos artistas nutriam uma pura consciência sobre a imensa crise social em que viviam, época precedente à Primeira Guerra Mundial. Esta consciência resultou numa recusa da autoridade por parte do exército, do governo, acreditavam que a própria educação não estava certa... e em contrapartida os expressionistas

³ Jornal literário italiano (1913), serviu como manifesto do movimento futurista.

usavam como fruto de fonte de inspiração aqueles com quem sentiam maior afinidade que eram os “pobre e as párias sociais” (Meggs, 2009, 338).

Meggs valida que no movimento expressionista são criados dois grupos, ambos fundados na Alemanha e que visam se manifestar com novos conceitos e novos horizontes para a criação da própria arte e também para a forma de viver. O primeiro grupo que nos é apresentado é denominado de Die Brücke (A Ponte), fundado na cidade de Dresden, em 1905. O grupo é afirmado como independente após conseguirem expressar os valores dos sentimentos sem estarem apresentados de forma na obra de arte. O segundo grupo que nos é exibido é o grupo Der Blaue Reiter (O Cavaleiro Azul), criado na cidade de Munique, em 1911. O grupo é vinculado por desenvolver uma arte em que deixa a temática de parte e apresenta cedência de sentimentos. Com isto os fundadores Vassili Kandinski (1866-1944) e Paul Klee (1879-1940), começaram por explorar uma problemática que se estendia para a forma e para a cor na arte. Foram ambos um pouco mais além na representação artística e manifestaram uma representação da realidade espiritual da natureza. Kandinski como forma de cedência e transmissão de emoções comparava a cor e forma à música, a forma como interpretava a cor, os traços e a forma levaram-no a conseguir transmitir emoções humanas de forma puramente visual, sem símbolos ou elementos representativos, e sem temática definida. Todas as suas sensibilidades de tratamento da arte o catapultaram para ser um dos grandes influenciadores e artistas do movimento expressionista. Klee um artista que vai de encontro à inspiração de movimentos de arte moderna e é atraído pela representação de arte infantil e mais ingênua como forma de conseguir atingir uma inspiração mais subjetiva e contrariamente a Kandinski expressa-se na sua arte com sinais e símbolos que comunicam fortemente com o observador. Os dois artistas Kandinski e Klee para além de terem contribuído para o desenvolvimento do grupo Der Blaue Reiter, criaram bases importantes que fizeram crescer de forma notável o design através de conceitos e teorias criadas e sobre a arte da cor e forma, que serviram para a formação na área e que são aplicados nos ensinamentos da famosa Bauhaus.

O próximo movimento que nos é apresentado segundo o autor é o movimento De Stijl, criado por Theo van Doesburg (1883-1931) na Holanda, em 1917. É considerado um estilo geométrico, abstrato, potencializando e expressando através da arte e da arquitetura aquilo que defende como leis universais de equilíbrio e harmonia. Piet Mondrian (1872-1944), um dos artistas pioneiros a associar-se ao movimento De Stijl, sendo um artista de estilo de pintura tradicional de paisagens, é influenciado por Vincent van Gogh (1853-1890), este de estilo simbólico. Mondrian leva o

cubismo avante tornando a sua arte cada vez mais abstrata e geométrica, defendia a sua expressão da realidade na arte com base nos conceitos definidos pelo grande filósofo Mathieu Schoenmaekers (1875-1944). Schoenmaekers definiu dois opostos dos quais acreditava que definiam o nosso mundo são eles a horizontalidade e a verticalidade. Definiu também cores base e elementares como a cor vermelha, a cor amarela, e por fim a cor azul. Piet Mondrian na sua arte passou a expressava-se ao máximo através da abstração pura, e transmitia os conceitos do filósofo Schoenmaekers dos quais tinha sido influenciado e seguia profundamente. Mondrian contribuiu para a evolução do design moderno através da coleção de pinturas com composições com “equilíbrio assimétrico, com tensão entre os elementos, alcançaram a harmonia absoluta” (Meggs, 2009, 390). Com todas estas influências as linhas curvas e orgânicas foram eliminadas e já não eram mais representadas. A tipografia também sofrera alterações, deixando de lado todo o tipo de letra com serifa, e dando lugar a tipografia que cresciam de formas geométricas. Deu-se assim mais um passo no design de letras. Devido a todo o período histórico que estava a ser vivido entre as duas grandes guerras mundiais do século XX, toda a arte era usada como forma de protesto e de manifestação. Assim como as cores que eram usadas, não serviam para decoração, mas sim como elemento estrutural.

A seguinte vanguarda a ser apresentada é a Bauhaus, que segundo Meggs, nasce em Weimar, no ano de 1919. Bauhaus uma corporação que fora uma escola de arte que influenciara o século XX com uma nova arte com influências base do movimento Stijl, e do movimento construtivista, que se lançou no design de produtos como móveis e outros produtos, contribuiu para o progresso evolutivo da arquitetura funcional e dedicou-se também à arte da tipografia. Ao longo dos anos da Bauhaus foram vários os livros e revistas que foram editados e que serviram de conduta para a transmissão das teorias e conceitos intimamente ligados à arte do design e à arquitetura. Em relação ao design tipográfico foram exploradas várias técnicas de produção para a impressão, foram também criadas novas fontes, que ainda hoje são usadas, foram explorados vários alinhamentos e desalinhamentos do texto, ora para a esquerda, ora para a direita, experimentação de várias margens nunca antes exploradas. Alto contraste nas produções, quer na cor, quer no tamanho da letra que desafiavam o olhar de forma a ser mais atrativo e de forma a controlar a direção do mesmo. “Composição dinâmica com fortes horizontais e verticais (e, de vez em quando, diagonais)” (Meggs, 2009, 411). Em 1933 a Bauhaus foi oficialmente encerrada devido ao período histórico que atravessava, a segunda guerra mundial, fora um período desolador. E devido à

perseguição nazi que foi feita, muitos dos docentes da Bauhaus, intelectuais e artistas foram quase que obrigados a fugir desta realidade para os Estados Unidos. Num novo país e com espaço para a expressão e exploração da arte do design e da arquitetura, em 1937 na cidade de Chicago, o designer László Moholy-Nagy (1895-1946) é responsável pela criação da Nova Bauhaus, como instituto de design.

Segundo o autor Philip B. Meggs, analisa o design de tipos na primeira metade do século XX e concluir de uma forma genérica que a admiração pela “Nova Tipografia” deu origem a vários novos estilos com e sem serifa. Exemplo disso foi o antigo tipo não serifado, Railway de Johnston que influenciou no desenho da série Gill Sans, tendo sido desenhada por Eric Gill (1882-1940). Esta família de tipos, terminou com cerca de 14 estilos, tendo sido inspirados em normas romanas. Outro exemplo de um dos designs de tipo mais marcantes, foi delineado no ano de 1931, pelo jornal Times de Londres. Todo este marco começa com Stanley Morison (1889-1967), um assessor tipográfico da British Monotype Corporation e também da Cambridge University Press. Morison liderou um projeto de um importante design de tipo, tendo este ficado com o nome de Times New Roman. Este design de tipo fora introduzido na edição de 3 de Outubro de 1932 do jornal londrino. Morison fez a alteração tipográfica de um dos jornais de destaque do mundo, e ao qual podemos afirmar que teve uma excelente repercussão nos leitores. A tipografia Times New Roman foi então dos tipos mais utilizados durante o século XX. Destacou-se pela sua fácil legibilidade, devido ao facto de ter sido desenhada com “ascendentes e descendentes, serifas reduzidas e precisas” (Meggs, 2009, 423). O tipo destaca-se mais uma vez pela sua forma estreita que a letra apresenta, o que contribuiu para a economia de impressão de jornais e revistas.

Uma vez mais Meggs, salienta a nova tipografia de forma objetiva e “ênfatiza” a sua forma de expressão. O autor apresenta-nos um exemplo de um designer/ fotografo suíço de nome Herbet Matter (1907-1984), o artista nutria um conhecimento e um especial interesse pela estruturação visual, assim como pelas técnicas de colagem e montagem. Segundo consta trabalhou na fundição de tipos de Berny e Peignot, onde explorou as áreas de fotografia e design tipográfico. Matter desenvolveu muito o seu potencial ao trabalhar para o escritório nacional de turismo da Suíça, ao investir na produção de cartazes, o artista expressou-se bastante ao experienciar a sua arte utilizando as técnicas de montagem, as várias dinâmicas de escala e a sua incorporação tipográfica. Matter é considerado o artista pioneiro na utilização de extremos de escala entre os elementos gráficos que criava. Toda esta nova exploração de elementos e escalas contrastantes influenciou a

nova linguagem que se iniciou na Rússia e na Holanda, tendo-se fixado na Bauhaus. A nova “expressão gráfica” (Meggs, 2009, 434), e todas as competências de “sensibilidade racionais e científicas” (Meggs, 2009, 435) que se criaram foram imprescindíveis no decorrer do século XX. Segundo o que Phillip Meggs nos apresenta sobre o movimento modernista nos Estados Unidos, conseguimos afirmar que o movimento não teve o melhor início por parte da arte pública nem do design moderno. Tendo o movimento vindo da Europa, no ano de 1913, introduzido por Armony Show⁴, só se tornou influência nos Estados Unidos nos anos 30. Tal como nos refere Meggs, a nova abordagem modernista foi sendo implementada através de várias vertentes como design de livros, projetos editoriais de revistas de moda e/ou negócios. Foram explorados “novos arranjos incomuns” (Meggs, 2009, 436) por parte de alguns designers que levaram a avante o movimento, como o caso do exemplo que o autor partilha, do designer William Addison Dwiggins (1880-1956) que se manifestou ao criar novas páginas de rosto e grids com duas colunas apenas. Outro designer que é partilhado pelo nosso autor, é Lester Bell (1903-1969), que durante um período tenso de depressão económica (durante os anos de 1929 a 1939), explorou e desenvolveu formas visuais fortes, diretas e vibrantes através de influências dadaístas. Começou a usar a forma intuitivamente com elementos aleatórios durante o seu processo criativo. Com isto resultaram combinações de alto contraste visual, alto nível de conteúdo informativo combinando com a fotografia, fortes movimentos horizontais contrastando com o ritmo dos movimentos verticais. Todos estes novos processos deram mais ênfase ao movimento modernista.

Phillip Meggs aborda o estilo tipográfico internacional, que surgiu na Suíça e na Alemanha nos anos de 1950, o estilo tem como principais características a inteligibilidade e a assertividade. A organização dos elementos é regida por uma grelha matematicamente construído, e todos os elementos gráficos, os elementos visuais, assim como os elementos verbais são apresentados de forma desapegada às restrições comuns que se praticavam de um modo geral. Segundo o que nos revela o estudo de Meggs, a tipografia era utilizada sem serifa, alinhada à margem esquerda e não era justificada. Os designers que iniciaram o movimento do estilo tipográfico internacional, consideravam que a tipografia não serifada transmitia o movimento mais progressista. Assim como as grelhas matemáticas contribuíam para uma estrutura mais organizada, objetiva e estética.

O designer suíço Ernst Keller (1891-1968) é mencionado por Meggs por ter implementado um padrão de “excelência no design gráfico Suíço” (Meggs, 2009, 463). Meggs, refere ainda outro

⁴ Exposição Internacional de Arte Moderna, Nova York Estados Unidos, início 1913.

artista de nome Max Bill (1908-1994) que concluiu através da sua arte que o facto de o resultado das obras de arte serem abstratas são a “antítese” do design gráfico. Tal como clarifica o autor, Bill conclui que uma arte sem significado “simbólico ou semântico” (Meggs, 2009, 465) não é considerado como uma comunicação gráfica, a fim de se tornar, apenas, numa arte plástica. Contudo Bill contribuiu de forma positiva para a evolução do design e da arte, sempre com base em conceitos relacionados com a estrutura da organização visual. Max Bill devido aos seus conceitos fez parte do corpo docente da Hochschule für Gestaltung (Escola Superior de Design) em Ulm, na Alemanha. A escola funcionou apenas desde 1953 até 1968, que com base nos ensinamentos da Bauhaus criou um centro de pesquisa e formação para resolução de adversidades na área do design na época. Bill concluiu que “é possível desenvolver uma arte baseada em grande parte no pensamento matemático” (Meggs, 2009, 466) e ingressou na escola de Ulm onde expôs toda a sua teoria concetual em relação à semiótica e sobre a teoria filosófica dos signos e símbolos. A partir dos estudos de Meggs, a teoria de Bill sobre a semiótica dividia-se em três partes, tendo sido descritas da seguinte forma – “a semântica, estudo do significado de sinais e símbolos; a sintaxe, estudo de como os signos e símbolos são relacionados e ordenados em um topo estrutural; e a pragmática, estudo da relação entre os signos e símbolos e seus usuários” (Meggs, 2009, 466). Phillips Meggs aborda a revolução no design editorial, e apresenta um exemplo da primeira mulher admitida como sócia no clube de diretores de arte de Nova York nos Estado Unidos, de nome Cipe Pineles (1910-1991). Segundo Meggs, entre os anos 1940 e 1950 Pineles tornou-se diretora de arte da *Glamour*, da *Seventeen*, *Charm* e ainda *Mademoiselle*. Contribuiu ainda para o design editorial rompendo com a “imagística convencional” (Meggs, 2009, 500) na qual incorporava ilustrações encomendadas a pintores, que faziam parte do corpo de páginas de editoriais. Tendo em conta o estudo do autor, no final dos anos de 1960, houve uma grande queda em receitas de publicidade das revistas e em contrapartida a televisão ganhou o poder de fornecer o entretenimento popular. Nos Estados Unidos foram vários os fatores que ditaram o fim das impressões de grandes páginas, das fotografias impressas em grande escala e principalmente o fim ao design como elemento fulcral do conteúdo. A inquietação social era provocada por vários fatores como “Guerra do Vietnam, problemas ambientais, os direitos das minorias e das mulheres” (Meggs, 2009, 503). Devido aos vários fatores mencionados, houve uma crise de escassez de papel, assim como o constante aumento de preços das impressões. Toda esta crise gerou o fim de vários semanais que o autor nos dá como exemplo, são eles o semanário *Life*, o *Look* e o semanário *Saturday Evening Post*.

Voltando ao início dos anos 1960, o autor segundo o seu estudo revela que a televisão se tornou a segunda mídia em relação às receitas de publicidade. A primeira continuava a ser os jornais.

Contudo, o expressionismo tipográfico deu-se nos anos 1950-1960 nos Estados Unidos, tendo em conta os estudos do autor Phillip Meggs, temos o exemplo de Gene Federico (1919-1999) um dos pioneiros designers gráficos a fazer uso de letras como imagens. Esta envolvência tipográfica figurativa, assumiu várias formas, ora as próprias letras se transformaram em objetos e vice-versa, fazendo com que resultassem várias formas. Com toda esta nova tendência, Meggs apresenta um designer de referência de publicidade e design editorial de nome Herb Lubalin (1918-1981). Lubalin criara uma unidade de nome tipograma, descrita como “um breve poema visual tipográfico” (Meggs, 2009, 512).

Segundo os estudos que Phillip Meggs apresenta, tomamos consciência que o design ganhara novamente um lugar de importância no pós-guerra, mais precisamente nos anos 1950. A guerra trouxe consigo vários avanços tecnológicos, e não só, a produção em massa cresceu exponencialmente. “A estrutura económica capitalista era de interminável expansão e prosperidade económica” (Meggs, 2009, p.523). Este grande crescimento tecnológico esteve intimamente ligado às grandes empresas, que rapidamente constataram a importância da imagem e da identidade que faziam transparecer para o seu público. O design começa então a ganhar crédito pelo impacto que trazia às grandes empresas, quer na transmissão de excelência ou até mesmo na credibilidade, assim como também na obtenção dos “objetivos específicos” (Meggs, 2009, p.523) que cada organização pretendia.

Conforme o estudo de Meggs em relação à temática sobre a “Mania dos Cartazes” (Meggs, 2009, p.565) foi deveras contrastante entre a Polónia no seu pós-guerra e os Estados Unidos nos anos de 1960. Enquanto na Polónia os cartazes eram realizados por agências financiadas pelo governo a fim de promoção da cultura do país, nos Estados Unidos não era de todo essa a dinâmica praticada. Nessa mesma altura, nos anos 1960 nos Estados Unidos, vivia-se uma época de protestos por várias matérias que se desenrolavam ao mesmo tempo. O autor faz referência a vários dos acontecimentos que levaram a esses mesmo protestos como por exemplo o protesto público contra a guerra do Vietnam, ou os primeiros avanços do movimento de libertação das mulheres ou até mesmo a luta por uma nova procura de estilo de vida alternativo. Todos estes protestos feitos, levaram à criação de cartazes a fim de transmitir os valores e dos ideais que eram defendidos.

Por volta dos anos de 1970 o autor destaca alguns dos mais inovadores designers de produção de imagem, de nome Gunter Rambow (n. 1938) assim como Gerhard Lienemeyer (n.1936) e Michael Van De Sand (n.1945). Rambow tornou a linguagem da fotografia mais interessante, manipulando-a de forma a “converter o comum em extraordinário” (Meggs, 2009, p 569). De 1976 em diante o livro foi considerado como um objeto de importância após a editora de livros de Frankfurt S. Fischer-Verlag ter encomendado uma série de cartazes a Rambow. A série de cartazes era impressa como imagens documentais (para os livros), a preto e branco, o que procuravam uma “expressão metafísica original de poesia e profundidade” (Meggs, 2009, p.569).

Os três designers mencionados no início do parágrafo anterior, partilhavam a mesma crença no que envolvia a temática da publicidade e do design, nos estudos de Meggs, são revelados os objetivos dos designers que partiam da necessidade de se exprimirem no seu trabalho com assuntos intimamente ligados à área da política, ou com as necessidades humanas reais, sociais ou culturais. Com isto foi criada o próprio estúdio de nome Grapus, em 1970, a fim de concretizarem as suas necessidades. (Uma curiosidade interessante, que o autor revela, é a origem do nome do estúdio Grapus. O nome surgiu devido ao facto de os radicais de esquerda franceses serem chamados de *crapules staliniennes*, os designers fundiram essa alcunha com a palavra com a palavra gráfico e surgiu assim o nome do grupo).

A inspiração do grupo baseava-se em símbolos universais que facilmente seriam interpretados, tal como o exemplo que o autor escreve “mãos, asas, sol, lua, terra” (Meggs, 2009, p.574), queriam transmitir vitalidade e energia no qual “o refinamento tipográfico e o acabamento técnico adiam lugar a títulos escritos à mão e rabiscos” (Meggs, 2009, p.574). O grupo queria gerar uma transformação social e política assim como no mundo das artes e acabou por conseguir. Tiveram seguidores do seu trabalho que entenderam por bem criar trabalhos a partir da mesma raiz. Com isto, várias das características da linguagem gráfica dos seus cartazes foram copiadas para fim de publicidade da época, como por exemplo “a informalidade dinâmica de sua organização espacial e lettering casual” (Meggs, 2009, p.574).

Contudo, em conformidade com os estudos do autor, no período pós-moderno nos anos de 1970 é referenciado o facto de muitos considerarem que a idade moderna se chegara ao fim. Quer no design, na política ou até mesmo na literatura. As instituições tradicionais eram constantemente postas em causa sobre as normas culturais. A questão era ainda mais contestada sobre as doutrinas relacionadas com o modernismo. Porém “A consciência social, económica e ambiental do período

levou muitos a acreditar que a estética moderna não era mais relevante na emergente sociedade pós-industrial” (Meggs, 2009, p.600). O termo pós-modernismo começou a ser usado como forma de associação a uma nova mudança cultural. No design, o pós-modernismo significa uma quebra com o estilo internacional, que até então tinha sido dominante. Nem todos consideravam o período pós-moderno uma nova etapa, simplesmente acreditavam ser uma continuação do período moderno. Meggs, menciona algo bastante interessante no seu estudo em que explica o facto dos artistas no período modernista simplesmente desconsiderarem as referências históricas, a decoração e até mesmo o vernáculo enquanto no período pós-moderno todas essas referências eram contributos a fim de ampliar o campo do design.

Todavia, o design pós-moderno tornou-se “subjetivo e até excêntrico” (Meggs, 2009, p.601), e mais ainda se tornou “pluralista e diversificado para caber num sistema tão simplista” (Meggs, 2009, p.601).

Em conformidade com o autor, nos últimos anos do século XX a tecnologia e a informática tiveram um enorme desenvolvimento o que afetou de forma incrível o mundo do design. Edward Fella (n. 1939), designer mencionado pelo autor, desenvolveu um vasto curriculum como crítico convidado da Cranbook (Academia de Arte), fez uma pós-graduação na academia e mais tarde tornou-se docente na Califórnia. O seu trabalho teve início na tipografia modernista. Segundo Meggs, desde 1983 a 1991, Fella colaborou com trabalhos para a *Detroit Focus Gallery*. A técnica explorada pelo artista passava por entropia, a desintegração das formas, explorou muitas outras técnicas em que se expressava através de letras impressas reaproveitadas ou até mesmo de rabiscos, no qual todas essas técnicas contribuíram para as várias composições tipográficas que resultaram de forma excelente. Fella estudou as letras, explorou os espaços irregulares, os materiais que faziam a composição mais rica e com isto fez o seu contributo para o design digital.

Nos anos de 1990 a rapidez do progresso dos resultados dos trabalhos foi algo que possibilitou aos designers uma produção idêntica aos resultados convencionais e possibilitou que obtivessem quase no imediato o que era pretendido. Meggs através dos seus estudos apresenta um designer que em muito descartou vários princípios base do design gráfico, Davis Carson (n.1956) entrou no mundo do design nos anos de 1980, começou a desconsiderar vários princípios como o uso de uma grelha, ou a hierarquia de informação ou até mesmo padrões tipográficos. David Carson acreditava que “muitas mensagens compostas de maneira tradicional são teoricamente legíveis, mas oferecem

pouca atrativo visual aos leitores, enquanto projetos mais expressionistas podem atraí-los e envolvê-los” (Meggs, 2009, p.635).

No tópico sobre fundição digital de tipos, o autor descreve o grande crescimento de design de tipos através da criação de sistemas digitais, dando o exemplo de um dos primeiros sistemas digitais, de nome pré postscript ikarus, usado no ano de 1980, vindo a tornar-se disponível e mais acessível a nível económico para programas de desenho de fontes para computadores, exemplo disso é o programa Fontographer. Contudo só nos anos de 1990 existiu uma maior oferta de acesso a vários tipos de tipografia. Todos os tipos de fontes tradicionais tinham várias versões redesenhadas, e todas tinham um lugar para serem lançadas. Havia “superabundância de novos projetos” (Meggs, 2009, p. 643).

Entretanto, segundo o autor, por volta dos anos de 1980 a fotografia começa a perder o seu “status” de documentar o real. Tudo isto era possível através dos novos programas de manipulação de imagem. Cada vez mais se começara a fazer a distinção entre os vários artistas de fotografia, de ilustração e de design.

Como conclusão deste enquadramento histórico e de acordo com o autor Meggs, é mencionado o designer Clement Mok (n.1958). Mok, no final dos anos 1970 fora diretor da criação da Apple (empresa de produtos eletrónicos) e mais tarde criou a sua própria empresa de nome Studio Archetype (empresa de design, fundada em 1987). O designer fora um dos grandes pioneiros a entender o grande efeito do design gráfico no mundo, com isto Mok percebeu o enorme impacto da revolução digital e acreditava que o design gráfico deveria ser “parte integrante da visão global e da estratégia da organização” (Meggs, 2009, p.647).

2.1.1. Design editorial

Design editorial foi considerado por Villas-Boas “(...) a área de conhecimento e a prática profissional específica que tratam da organização formal de elementos visuais - tanto textuais quanto não textuais que compõem peças gráficas feitas para reprodução, que são reproduzíveis e que têm um objetivo expressamente comunicacional.” (Villas-Boas, 1999, p.17).

Em concordância com o designer gráfico Affonso Wallace Soares Lopes, no livro Zoom: design, teoria e prática, no ano 2013 defende que o design editorial é um dos ramos do design gráfico. Este ramo do design editorial, visa pertencer à organização estrutural dos vários elementos gráficos que, por norma, pertencem a um projeto visual. Textos e imagens são os elementos gráficos que constituem os seguintes exemplos de design editorial são eles: os livros, as revistas, ou jornais,

entre outros. Contudo, estes elementos fazem cumprir os chamados “objetivos da comunicação” (Nicolau, 2013, p.23). Uma vez mais o designer Lopes, menciona pontos que considera bastante essenciais para a criação de um bom design editorial, como por exemplo: a disposição da informação nas páginas e o “ritmo e harmonia da composição” (Nicolau, 2013, p.23), é através da junção destes pontos que um bom designer consegue transmitir a mensagem pretendida. No entanto o design editorial, segundo o designer Lopes, exige o conhecimento alargado e noções de elementos tipográficos, ou da utilização de grelhas estruturais chamadas de grelhas, que ajudam na estruturação do layout geral das páginas.

Segundo o autor Müller-Brockmann, o sistema de grelhas é considerado uma ordenação da informação a nível visual. O sistema de grelhas contribuiu para metodizar, clarificar e expor de forma coesa todo o tipo de processos criativos, para que os elementos tipográficos, ou elementos de cor e forma, ou elementos de desenho como por exemplo as fotografias ou ilustrações possam, desta forma, ser interpretados mais facilmente. Pois “pode influenciar a elevar o bom gosto da sociedade e o modo como esta concebe formas e cores.” (Müller-Brockmann, 1982, p.10). De acordo com o autor, uma grelha tipográfica separa em várias áreas o texto, este pode apresentar tamanhos diferenciados e é agrupando nestas áreas apresentando várias linhas de texto. O texto pode formar colunas com diferentes larguras, dependendo do layout onde estão inseridas. Estas áreas de textos estão separadas por espaçamentos que são ordenados consoante a estética e harmonia da página. O autor apresenta uma regra bastante interessante, para que uma grelha seja interpretada com “organização racional” (Müller-Brockmann, 1982, p.11), os elementos devem conter um controlo nas diferenças dos tamanhos. ou seja, “quanto menos sejam as diferenças de tamanho (...) mais serena é a impressão criada” (Müller-Brockmann, 1982, p.11). Todo o tipo de elementos tipográficos como os títulos, subtítulos, o corpo do texto, assim como as ilustrações ou fotografias, devem ser organizados de forma lógica. De maneira a que seja feita uma apresentação da comunicação através de uma ordem de relevância dos elementos, para que desta forma a informação seja retida mais facilmente. A forma como a informação é exposta, deve estar relacionada com uma estética que deve ser criada de forma a tornar o layout mais apetecível a nível visual. Contudo, uma grelha deve ser sempre bem estruturada por questões de economizar e organizar o espaço disponível num layout.

De acordo com Müller-Brockmann, dependendo de qual seja o objetivo de cada projeto a estrutura da grelha irá sempre ser diferente. Assim como as áreas de tipografia e o tamanho é alterado

consoante a largura da coluna, do mesmo modo que irá influenciar o número de ilustrações e fotografias tanto quanto o tamanho das mesmas. Podem existir grelhas apresentadas desde 1 coluna a 4 ou 5 colunas, dependendo da quantidade necessária de texto que seja necessário ser mostrado. Ainda assim estas grelhas podem sofrer subdivisões e apresentarem 8 a 16 colunas ou mais.

Segundo o autor Müller-Brockmann, a evolução contemporânea passa por uma enorme evolução tipográfica, o que oferece aos designers uma gigante oferta de tipografias. Esta oferta faz o gosto estético de cada designer de forma a que cada tipografia se enquadre devidamente no projeto a que se destina. Os designers podem aplicar cada tipografia, no tamanho que melhor se enquadre nos seus objetivos. Tipografias clássicas como Garamond, Caslon, Bodoni, entre outras, são consideradas intemporais pelo autor. A tipografia Garamond foi desenhada com base no género das Romanas renascentistas, foi das primeiras fontes a apresentar o corte itálico e corte redondo. De acordo com autor apresenta uma harmonia das suas formas. Já a tipografia Caslon é apresentada com um corte redondo, e originou a venda da mesma com cortes e pesos redondos, semi-negro e itálico. A tipografia Bodoni é original de modelo romano transicional, de acordo com o autor, entre as tipografias neoclassicistas, a Bodoni é das mais usadas a nível mundial. Originou inúmeros alfabetos e ornamentos que refletiram uma gigantesca multiplicidade de material tipográfico. O autor destaca que a Bodoni foi, dentro dos estilos modernos, uma tipografia pioneira. O estilo que apresenta é de estrutura de linha fina e com contrastes fortes de elementos nas hastes.

A fontes mencionadas foram dadas como exemplo, pois foram alvo de ponto de partida para a tipografia que é conhecida nos dias de hoje. Toda a nova tipografia que nasce nos dias de hoje, é inspirada de uma forma ou de outras nos clássicos pioneiros da tipografia.

2.2. A importância da arte final na produção gráfica

De acordo com a autora Conceição Barbosa, a arte final é considerada um documento, que independentemente do programa onde tenha sido desenvolvida a arte gráfica, é preparado com todo o detalhe e precisão antes de ser enviado para a gráfica. É precisamente nesse documento onde se encontram os elementos como os textos, as imagens, as ilustrações ou logótipos todos revistos, com as medidas finais corretas e todos os elementos devem encontrar-se nos lugares destinados. A autora refere um detalhe bastante importante no que diz respeito ao “facto da arte final dever ou não incluir margem para além das miras de corte (o bleed) dependendo dos casos” (Barbosa, 2012, p.12). Tendo em conta que o bleed garante quase sempre que o branco do papel,

considerado desperdício, não apareça. Outro fator referenciado e que deve obter máxima importância durante todo o processo e principalmente na fase da arte final é o tratamento das cores. Durante todo o processo de criação da arte gráfica as cores são escolhidas pelo tom que o ecrã oferece e, em todo o caso, se não houver qualquer tipo de preparação prévia sobre as mesmas, estas irão surpreender e não irão corresponder ao tom pretendido. Para que as cores na impressão sejam de acordo com o intencionado é necessário que haja um apoio de catálogos pantone e o modo *CMKY* seja utilizado. No caso das cores diretas ou pantones, será necessário saber o tipo de papel onde a arte será impressa, se será em papel revestido ou não revestido, a fim de saber qual dos pantones se utilizará coated ou uncoated, na devida ordem.

“Aos poucos, a impressão digital está a deixar de ser apenas uma alternativa à impressão convencional, para assumir o papel principal nas artes gráficas” (Barbosa, 2012, p.85). A impressão digital oferece-nos uma rápida impressão a um custo bastante baixo, ao mesmo tempo que a qualidade também se manifesta de forma positiva. “A impressão digital consiste em transferir imagens e textos digitais diretamente para a impressora” (Barbosa, 2012, p.86). Em concordância com a autora, uma das grandes vantagens da utilização da impressão digital em comparação com as impressões de métodos convencionais, é o facto de a impressão secar de forma quase imediata. Outra das vantagens da utilização da impressão digital é o facto de o processo de impressão ser mais facilitado e de rápida obtenção de resposta. Enquanto que na impressão convencional o processo de impressão é mais demorado e trabalhoso.

Em conformidade com a autora, existe, no entanto, uma atenção especial no que envolve as cores. As cores são utilizadas de forma diferente para impressão em sistemas digitais e também quando feitas em sistemas convencionais, uma vez que as gamas de cor variam de sistema para sistema, daí apresentarem uma ligeira alteração no tom da cor quer ela seja impressa em “*CMYK*, em *offset*, e ou em *CMYK*, digitalmente” (Barbosa, 2012, p.87). É necessário ter uma especial atenção em relação a essas tonalidades de cores, pois elas irão influenciar todo o tipo de reação no papel onde serão impressas e também no próprio modo de secagem. A autora apresenta um tipo de tecnologia de impressão digital eletrofotográfica no qual, em semelhança com o *offset* convencional, este apresenta um modo de secagem mais rápida pois o *toner* apenas interfere com a superfície do papel. Contudo apresenta desvantagens no que envolve a redução de brilho e redução de volume, devido à rápida absorção.

Barbosa sugere que a pré-impressão de um trabalho seja bem elaborada para evitar impressões com má qualidade. À parte da preparação da impressão, é necessário ter sempre em conta o tipo de suporte onde a impressão será feita, pois o suporte influenciará o resultado final. Vários são os elementos que servem de suporte à tinta, para determinar uma impressão considerada de boa qualidade, são eles “A cor, a opacidade, a absorção, a textura e o brilho do material” (Barbosa, 2012, p.102). A autora faz uma observação relevante no que diz respeito ao suporte, afirmando que “quanto menos absorvente for o suporte, maior será a diversidade de cor” (Barbosa, 2012, p.103), com isto podemos refletir que o tom irá ser mais atenuado e vivido.

No entanto, “o papel é um elemento do design tão importante como a tipografia, as formas e as cores” (Barbosa, 2012, p.105). O designer deve ter sempre em mente, após o projeto definido, o tipo de papel a que se destinará (após um vasto estudo pelos vários tipos de papel existente), de forma a ser uma impressão económica e que resulte no produto final. Uma vez que são vários os tipos de impressão existente, também é um ponto importante a escolher. A autora apresenta um exemplo relevante relativamente à impressão à base de toner, que pede um tipo de papel de superfície liso e de superfície suave, pois caso contrário o uso de papel texturado iria danificar a impressão devido à má adesão do toner.

A autora divide os tipos de papel existentes de forma geral e enumera-os da seguinte forma: os papeis revestidos, os papeis não-revestidos e os papeis reciclados conhecidos também pelo nome de fine papers. Barbosa adianta ainda que os tipos de papel referenciados anteriormente são todos produzidos através de fibra vegetal, dependendo do tipo de papel o fabrico é feito de maneira diferente, contando com vários tipos de fibra assim como diferentes tipos de aditivos. As “fibras curtas dão mais opacidade e fibras longas proporcionam mais resistência ao papel.” (Barbosa, 2012, p.106).

Outro ponto bastante relevante referido pela autora é a cor do papel, na qual todos os tipos são brancos, mas apresentam tipos de branco diferentes. Tal qual como a autora enumera os tipos de papel existentes, são eles o branco brilhante, o branco natural, o branco neve ou branco glaciar. Devido aos vários tipos de branco existentes, é necessário ter noção de que irão influenciar a intensidade da cor na impressão, para além do tipo de revestimento do papel e da própria espessura. Como conclusão e em concordância com a autora Conceição Barbosa, “Apesar de serem feitos no fim da impressão, os acabamentos devem ser testados no início da produção, para evitar surpresas de última hora” (Barbosa, 2021, p.123) e com isto é também importante mencionar o facto de que

um trabalho deve ser bem descrito com todas as suas intenções a fim de evitar qualquer tipo de constrangimentos ou situações adversas que possam prejudicar o trabalho na sua fase final, a impressão.

3. Conclusão do capítulo

Como forma de conclusão do presente capítulo, é possível considerar o facto de o enquadramento histórico e prático, ter influenciado de forma positiva e construtiva o resultado final da monografia abordada. Com a abordagem feita aos temas de relevância como o enquadramento histórico de Design, a temática sobre Design Editorial e por fim a abordagem à importância da arte final na produção gráfica, são consideradas as temáticas bases desta monografia. As temáticas exploradas foram escolhidas de acordo com os objetivos iniciais do que viria a ser a monografia final, contribuindo assim com os conceitos estéticos e estruturais que guiaram a monografia até ao resultado que é apresentado. O projeto monográfico já mais apresentaria o resultado final sem a integração dos conceitos recolhidos pelas temáticas que foram analisadas.

Por fim, de um modo geral, é necessário mencionar a importância deste capítulo e todos os conceitos que nele foram abordados, pois contribuíram de foram enriquecedoras para o espectro conceptual e estético da monografia.

Capítulo II- Metodologia

1. Introdução

O presente capítulo é dedicado ao desenvolvimento metodológico do projeto editorial para a empresa RRA Project com base na pesquisa e desenvolvimento das temáticas de Design Gráfico, assim como de Design Editorial. O presente projeto teve início em Setembro de 2020, a oportunidade da concretização do mesmo surgiu-se no decorrer de um estágio realizado na empresa, anteriormente. No decorrer desse estágio a aluna teve uma abordagem e conhecimento da personalidade da empresa RRA Project, o que ajudou à realização do presente projeto editorial.

2. Casos de sucesso

O presente subcapítulo é dedicado à investigação aplicada de casos de sucesso em que o design é tão importante quanto a informação. A pesquisa realizada foi escolhida entre a temática do mundo design e da arquitetura, pois o projeto editorial aborda, também, os dois temas. Irão ser analisadas várias revistas de tendências atuais.

2.1 Revista ICON

Segundo a história oficial da revista ICON, presente no site⁵ da mesma, é uma revista de origem britânica, fundada no ano de 2003 pelo diretor Daren Newton. A sua atual editora é Francesca Perry. Tem como principal temática o design e a arquitetura. É publicada trimestralmente e faz partilha de notícias online diariamente. O conteúdo da *ICON* passa por apresentar entrevistas com arquitetos e designer influentes, assim como a exposição dos novos melhores edifícios, tal como a comunicação das novidades da atualidade de design. Uma revista que através da temática da arquitetura e do design demonstra como é que as tendências atuais influenciarão o futuro.

Contudo, segundo o site da revista *ICON*, esta é vendida em mais de 40 países e de forma digital para 400.000 pessoas. A revista é considerada de caráter provocatório desde a sua escrita à escolha sua identidade visual. É projetada para um público que tem especial interesse no que se passa na atualidade, dentro das áreas de arquitetura e design. Para ficar a par das tendências, arquitetos e designers têm uma excelente base de inspiração, ainda que tenham interesse em mais áreas a revista também desenvolve temáticas relacionadas com tecnologia.

⁵ <https://www.iconeye.com/>

Analisando a revista *ICON* como objeto de design visual, podemos afirmar que é uma revista de caráter visual interessante, com uma linguagem visual considerada bastante moderna e apresenta a nível geral, um bom resultado gráfico.

Iniciando uma análise, tomamos como ponto de partida a capa que em todas as edições contém uma imagem cromaticamente chamativa e provocatória, em concordância com a temática da revista. Tal como é exemplo a figura 1.



Figura 1. *ICON*, Capa revista *ICON*, 2020

A tipografia da revista *ICON* é apresentada com uma paleta de cor preta nos artigos apresentados, incluindo títulos, subtítulos e corpo de texto. Por norma a revista apresenta uma grelha tipográfica com duas colunas de largura idêntica, onde o título é apresentado com uma tipografia não serifada, e com tamanho de letra grande, a bold de forma a mostrar que está no topo da hierarquização da informação a ser transmitida, além de se apresentar ajustado no centro superior da página. Em relação ao subtítulo, os únicos pontos em que se diferencia do título são em termos de diminuição do tamanho da letra e é apresentada com uma tipografia serifada e sem ser a bold. Em relação ao corpo de texto é apresentado no fim da página em apenas duas peças de texto, ambos justificados apenas ao lado esquerdo. A tipografia apresentada é sem serifa e sem utilização de bold.

Em relação à exploração do layout da revista, apresenta um padrão dinâmico coeso e idêntico na apresentação dos artigos. O layout faz-se apresentado sempre uma das páginas com um elemento de desenho fotográfico a ocupar a página toda, em contrapartida a outra página apresenta os elementos tipográficos, desta forma podemos assumir que existem uma organização estrutural e organizada a nível de conteúdo de grelha.

Os elementos de desenho fotográficos são todos de caráter moderno, apresentando vários tipos de fotografia, desde retrato, a fotografia urbana ou fotografia de algum pormenor interessante de forma a ilustrar algo em específico. Independentemente do tipo de fotografia, existe sempre um padrão em comum que é seguido como é exemplo a paleta cromática com cores sempre contrastantes de forma a criar um padrão e de caráter atual no design gráfico.

2.2 Revista Architectural Record

A revista *Architectural Record* é uma revista mensal americana, a sua temática é baseada na arquitetura e no design de interiores. Foi criada no ano de 1891, atualmente a sua editora é Cathleen McGuigan. Devido aos seus 130 anos, é uma revista que é considerada por muitos um registo da história da arquitetura. O seu público alvo são desde sempre os arquitetos, engenheiros e designers. O conteúdo que a *Architectural Record* pratica é à base de artigos sobre obras arquitetónicas, um pouco por todo o mundo, apresenta uma secção de notícias, de observações críticas e de educação. Contudo, *Architectural Record* consegue ser uma revista bastante versátil e acessível a todo o público.



Figura 2. Architectural Record, capa revista Architectural Record, 2021.

A tipografia da revista Architectural Record é apresentada com uma paleta de cor preta nos artigos apresentados, incluindo títulos, subtítulos e corpo de texto. O seu título na capa é sempre diferenciado e apresentado com uma cor que contraste com a fotografia de capa, a fim de ficar, a nível visual mais atrativo.

A revista apresenta uma grelha tipográfica com duas colunas de largura idêntica, onde uma apresenta o corpo de texto a preto sem utilização do bold e de forma geral com o início do artigo utiliza uma cor contrastante com os elementos fotográficos e a bold. Tal como é possível observar na figura 2. Na página da direita. Desta forma as tipografias apresentadas desde os títulos, aos subtítulos e corpo de texto, nunca apresentam tipografia serifa, de forma a remeter para a modernidade e para ir de encontro à temática sobre arquitetura por ser uma temática mais racional. De acordo com grelha tipográfica é apresentada com duas colunas sendo uma delas metade corpo de texto e os restante elementos são de caráter de desenho fotográfico. A tipografia é apresentada na coluna do lado direito da página e é apenas justificado ao lado esquerdo. O layout apresenta uma estruturação de grelha simples e organizada que faz justiça à temática da revista.

Os elementos de desenho fotográficos são todos de caráter moderno, apresentando fotografia de temática arquitetónica, de a fotografia urbana ou indoor ou fotografia de algum pormenor interessante de relevância para o artigo. A abordagem à fotografia nesta revista é de extrema

importância pois é apresentada em concordância com a temática do estilo de arquitetura “clean”⁶, e moderna.

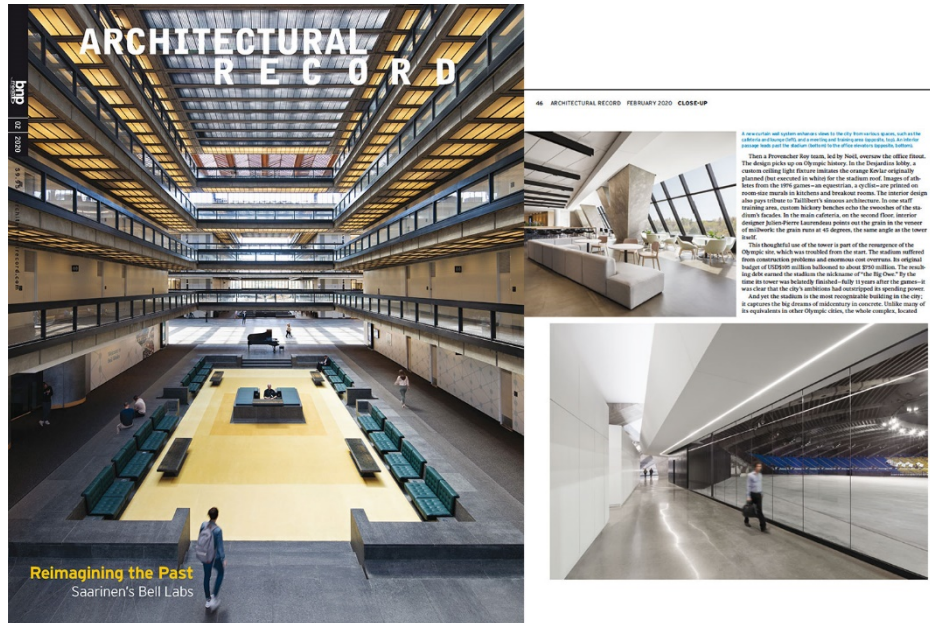


Figura 3. Newswire, Architectural Record, capa da revista e artigo, 2020.

2.3 Revista Wallpaper*

A revista *Wallpaper*, de origem inglesa, lançada em Londres no ano de 1996. Tem a cultura como tema principal de destaque, com domínio principal nas áreas de design e arquitetura, assim como as temáticas de viagens, de arte e de lifestyle⁷. A revista é lançada mensalmente e a sua editora atual é Sarah Douglas. Contém um público alvo bastante abrangente pois aborda várias temáticas.

⁶ Tradução para português- Limpo.

⁷ Tradução para português- Estilo de vida.



Figura 4. Wallpaper*, capa revista Wallpaper*, 2021.

Iniciando a análise pela tipografia da revista Wallpaper que é apresentada com uma paleta de cor preta nos artigos apresentados, incluindo títulos, subtítulos e corpo de texto. Com exceção do título na capa da revista. O seu título na capa é sempre diferenciado e apresentado com uma cor que contraste com a fotografia ou uma imagem com elementos tipográficos com exploração da mesma. A revista apresenta uma grelha tipográfica com três colunas de largura diferenciada e que pode diferenciar para o aumento de quatro colunas de acordo com a quantidade informação que quer ser apresentada. O corpo de texto é apresentado sem com a cor preta sem utilização do bold. Em relação aos títulos são apresentados no início de cada coluna da grelha tipográfica e com a de bold. Existe uma dinâmica diferente em toda a paginação na qual entendemos que nenhuma se repete, ou seja, tanto os elementos tipográficos como o elemento de desenho fotográficos nunca se apresenta na mesma posição do layout. Em suma torna a revista com um layout interessante dinâmico e causa uma diferenciação na hierarquização da informação que quer ser transmitida ao público leitor.

Os elementos de desenho fotográficos são todos de caráter moderno, apresentando fotografias de temática arquitetónica, de a fotografia urbana ou indoor, ou de retrato sempre de caráter moderno e futurista de acordo com a temática da revista.

2.4 Revista Umbigo°

A revista Umbigo, nasceu em Portugal no ano de 2002. É uma revista com uma temática que engloba arte, cultura, moda e lifestyle. A Umbigo é lançada em suporte papel trimestralmente e é atualizada online diariamente. Em observação à revista Umbigo podemos assumir que é um bom exemplo devido ao tratamento existente entre as temáticas abordadas e o design que apresenta. Uma revista que é apresentada valorizando o que melhor há na arte em diferentes temáticas.

Conforme analisado anteriormente noutros exemplos apresentados, começamos a nossa análise pela tipografia da revista Umbigo que é apresentada com uma paleta de cor preta nos artigos apresentados, incluindo títulos, subtítulos e corpo de texto. Com exceção do título na capa da revista onde é apresentada uma tipografia exclusiva da revista para o título da mesma e é sempre diferenciado e apresentado com uma cor que contraste com a fotografia de fundo.

A revista apresenta uma grelha tipográfica com duas colunas de largura diferenciada e que pode diferenciar de acordo com a quantidade informação que quer ser apresentada. É uma revista que se diferencia dos outros casos de sucesso de revistas analisadas pois contém mais conteúdo de corpo de texto, daí dar mais importância ao mesmo. O corpo de texto é apresentado com a cor preta sem utilização do bold. Em relação aos títulos são apresentados a bold, com tamanho maior em relação ao corpo de texto em si e apresenta um alto contraste do mesmo. Existe uma dinâmica diferente em toda a paginação na qual entendemos que nenhuma se repete, ou seja, tanto os elementos tipográficos como o elemento de desenho fotográficos nunca se apresenta na mesma posição do layout. É considerada uma revista com uma paleta cromática de tons de cor pastel o que a se destacar mais em relação às outras revistas. Contudo torna a revista tem uma grelha interessante de dinâmica. Apresenta hierarquização da informação que quer ser transmitida através do contraste de tamanho que apresenta em relação aos fotográficos e elementos textuais.

Os elementos de desenho fotográficos são todos de caráter moderno, apresentando fotografias de temática contemporânea ou de retrato sempre de caráter moderno e artístico de acordo com a temática da revista.



Figura 5. Umbigo°, capa da revista Umbigo°, 2021.



Figura 6. Umbigo°, artigo da revista Umbigo°, 2021.

Como forma de conclusão sobre a abordagem à revista *Umbigo* podemos assumir que cria uma excelente dinâmica visual com a relação da temática e com o design editorial que explora., exemplo disso são as figuras 5 e 6.

2.5 Revista Kinfolk

A revista Kinfolk, foi uma revista que nasceu no ano de 2011. Segundo o site da revista, faz a ligação entre uma comunidade global de profissionais criativos entre Londres e Tóquio. Uma revista que desenvolve e promove a qualidade e estilo de vida, assim como a cultura, casa e trabalho. É vendida trimestralmente em mais de 100 países. Apresenta também uma galeria no centro de Copenhague.

Em diferenciação a todos os exemplos apresentados anteriormente a revista Kinfolk, é a mais extravagante a nível de exploração de grelhas, margens e enquadramentos.



Figura 7. Kinfolk, capa da revista Kinfolk, 2021.

A tipografia da revista Kinfolk é apresentada com uma paleta de cor preta nos artigos apresentados, incluindo títulos, subtítulos e corpo de texto. O seu título na capa é apresentado com uma tipografia serifada. A revista apresenta uma grelha tipográfica com três colunas de largura idêntica, onde é possível observar imediatamente na capa, na figura 8. O corpo de texto é apresentado com a preta sem utilização do bold e de forma geral ajustado à margem esquerda, com exceção dos títulos que praticam o mesmo tamanho do corpo de texto e são apresentados a bold. De acordo com grelha tipográfica é apresentada com três colunas sendo sempre o texto alinha à esquerda. A grelha

tipográfica inicia-se no topo com a apresentação de elementos fotográficos sem margem e apenas são apresentados elementos tipográficos no final da grelha. A revista dá bastante importância aos elementos fotográficos, praticando layout onde apenas é apresentado uma fotografia que ocupa a página por inteiro.

Os elementos de desenho fotográficos são todos de caráter moderno, apresentando fotografia de temática de retrato, de a fotografia urbana ou indoor. É uma revista que se destaca bastante no ponto em que apresenta elementos que ultrapassam a margem, para que desta forma se destaque e crie uma dinâmica na estruturação visual. Exemplo disso são as figuras que se seguem.



Figura 8. Kinfolk, artigo revista Kinfolk, 2021;



Figura 9. Kinfolk, artigo revista Kinfolk, 2021;



Figura 10. Kinfolk, artigo revista Kinfolk, 2021;

2.6 Revista FRAME

A revista Frame é uma revista que teve início no ano de 1997, é bimestral e tem sede em Amsterdão onde expõe os seus produtos de design. A sua temática é dedicada ao design de interiores, a arquitetura, e a design de produto.



Figura 11. FRAME, capa da revista FRAME, 2021;

A análise da tipografia da revista FRAME é apresentada com uma paleta de cor preta nos artigos apresentados, incluindo títulos, subtítulos e corpo de texto. O seu título na capa é sempre diferenciado e apresentado com uma cor que contraste com a fotografia de capa juntamente com a cor de fundo.

A revista apresenta uma grelha tipográfica com duas colunas de largura idêntica, onde uma apresenta o corpo de texto a preto sem utilização do bold e de forma geral com o início do artigo com um título que utiliza bold e se destaca pelo alto contraste de tamanho que se faz sentir. Desta forma as tipografias apresentadas desde os títulos, aos subtítulos e corpo de texto, nunca apresentam tipografia serifada, de forma a remeter para a modernidade e para ir de encontro à temática sobre. De acordo com a grelha tipográfica é nos apresentados um layout onde por vezes existe uma página onde apenas é apresentado um elemento fotográfico, e na outra página a apresentação do artigo através de elemento textuais. A dinâmica da grelha tipográfica é deveras interessante e causa dinamismo no espetro visual. Contudo, a grelha nunca é apresentada de forma igual na paginação ao longo da revista, porém apresenta um layout em geral simples e organizado. Com a hierarquização da informação bem estruturada.

Os elementos de desenho fotográficos são todos de caráter moderno, apresentando fotografia de temática arquitetónica, de a fotografia urbana ou indoor ou fotografia de algum pormenor interessante de relevância para o artigo. Apresenta também uma exploração de elementos gráficos contribuiu positivamente para a dinâmica visual da revista.

3. Hipóteses

De forma a que o projeto editorial venha a ser validado, foram estabelecidos parâmetros enquadrados na exigência formal da empresa e também fase à semelhança da imagem gráfica da mesma.

Contudo, é perfeitamente possível concretizar a comunicação deste objeto, que se traduz no projeto em análise, através de uma monografia. Independentemente das exigências da empresa que se revelam em: seguir os padrões da imagem da empresa, e acrescentar um novo elemento de comunicação da mesma, é um objeto que será validado, pois cumpre os requisitos exigidos.

Com tudo isto, foi identificada a seguinte hipótese que no decorrer desta investigação esperamos validar ou refutar: - Que a monografia proposta da empresa RRA Project é um objeto de comunicação que acrescenta valor e visibilidade ao atelier.

Toda a evolução deste projeto monográfico foi desenvolvida com base na hipótese apresentada e será, devidamente, justificada nos seguintes capítulos.

4. Investigação Aplicada

4.1 Introdução

No presente ponto sobre a metodologia abordada podemos assumir que segundo o autor Muratovski, a metodologia que foi aplicada e desenvolvida neste projeto é a metodologia de investigação aplicada.

Esta investigação aplicada passa por, segundo o autor, ser executada nos casos onde existe alguma prática, bem como uma base uma investigação conceptual. Com esta investigação aplicada, surgem também novos entendimentos sobre o desenvolvimento da própria prática de Design. Com a presente investigação aplicada é uma investigação onde a aluna obteve novos conhecimentos através da execução do próprio projeto e também através dos resultados obtidos. De acordo com o autor, todo esse conhecimento, bem como, os resultados obtidos são demonstrados através da sua descrição.

4.2 Processo metodológico

No decorrer de todo o processo do presente projeto monográfico, a diretora criativa da empresa RRA Project, esteve sempre a par de todo o desenvolvimento. Fazendo críticas construtivas ao longo do procedimento, que contribuíram de forma positiva para a construção deste projeto. Em seguida irá ser apresentada uma tabela que descreve etapa por etapa, todas as fases da monografia apresentada:

<u>1º Fase</u>	A primeira fase concretizou-se no ato da proposta à empresa RRA Project para a criação de uma monografia, como objeto de comunicação. Com isto o objetivo seria de complementar o design de comunicação visual da empresa. (Assim que a proposta fora aceita, a segunda etapa passou a ser concretizada.)
----------------	---

<u>2º Fase</u>	Começou por ser feita uma recolha de informação sobre a empresa com base no seu site, onde pode ser retirado todo o tipo de informação desde o início do nascimento da empresa, à apresentação de cada colaborador, à apresentação de vários projetos públicos e privados, assim como. informação sobre as duas empresas agregadas à RRA Project, nomeadamente a <i>UrbReis, Lda</i> e a <i>JGRR, Lda</i> . A própria entidade estabeleceu que os elementos textuais deveriam ser idênticos aos do seu site, foi um requisito cumprido, contudo a RRA Project forneceu fotografias que não estão no site o que acrescenta um valor extra ao editorial.
<u>3º Fase</u>	Após a recolha de informação feita, foi a vez da recolha de informação visual, através dos casos de sucesso apresentados no capítulo anterior, no ponto 3. Os casos de sucesso contribuíram para a absorção de conteúdo visual gráfico e noções gerais atuais de Design Gráfico e Design Editorial. Todos os casos apresentados foram analisados graficamente, ponto por ponto, o que fez com que fornecessem informação visual de forma positiva para a realização do projeto editorial.
<u>4º Fase</u>	Nesta etapa foi executado a monografia em concreto, assim como a escolha do tipo de papel para a impressão da mesma. Antes da impressão final foi realizada uma revisão geral à informação apresentada e aos requisitos que foram exigidos por parte da entidade. A monografia foi aprovada, cumprindo todos os requisitos exigidos e mencionados anteriormente pela empresa.

5. Análise do resultado

Ao longo de todo o processo de evolução da presente monografia, foram várias as alterações que o projeto foi sofrendo. Contudo, o resultado final excedeu as expectativas e os objetivos traçados. Foi um resultado bastante positivo, pois enquadra-se nos padrões exigidos pela empresa, assim como na sua linguagem visual, e remete para a atualidade do mundo do Design Gráfico e do Design Editorial fazendo a devida justiça aos casos de sucesso, que influenciaram esta monografia.

6. Conclusão do capítulo

No presente capítulo abordamos o autor Muratovski, que faz a ponte do estudo sobre o que é a investigação aplicada, sendo que a autora pratica essa mesma investigação. Para um estudo mais eficaz e conciso foram apresentados vários casos de sucesso que foram analisados a nível estético e a nível estrutural na qual contribuíram para a evolução da monografia. Cada caso de sucesso foi escolhido por particularidades individuais, e devido às mesmas, influenciaram em certos pontos de forma direta e noutros pontos de forma indireta o projeto. Os pontos influenciados passam pela estruturação de grelha, pela tipografia adotada, pela escolha do tipo de elementos fotográficos ou pela forma e cor. Contudo as revistas escolhidas, apresentadas como casos de sucesso, contribuíram para uma perfeita noção das tendências atuais relativamente ao Design Gráfico e ao Design Editorial.

O capítulo da metodologia contribuiu para a exposição do método utilizado, e dos pontos de desenvolvimento da monografia. Toda a metodologia foi descrita apresentada na tabela e expõe as etapas que o projeto enfrentou, para além de ter apresentado uma análise dos resultados finais. A experiência adquirida na execução desta monografia foi enriquecedora, tanto para a empresa como para a aluna, assim como o resultado final deu-se pelo fruto da excelente relação que se transmitiu no resultado final. Toda a abordagem dos conceitos teóricos e práticos foram alvo de estudo por parte da aluna o que mais uma vez contribuiu para a crescimento da monografia.

Capítulo III- Projeto final

1. Introdução

O capítulo em concreto irá descrever o projeto editorial para a empresa RRA Project. O capítulo irá apresentar todos os aspetos técnicos e os aspetos estético que fazem parte da constituição do editorial. Assim como a apresentação na integra de como os casos de estudos que serviram de inspiração para a realização deste objeto de design editorial.

2. Contributos ao projeto

A monografia apresentada, pôde contar com os contributos positivos e construtivos a nível conceptual do enquadramento histórico de Design, bem como o contributo do subcapítulo de Design Editorial e ainda o subcapítulo sobre importância da arte final na produção gráfica. A nível da gramática visual, os casos de sucesso escolhidos contribuíram em muito para a o enriquecimento da cultura visual da monografia. Influenciando o tipo de grelha e colunas utilizadas, bem como a tipografia, e também elementos gráficos, e o tipo de elementos fotográficos.

Todos os pontos conceptuais abordados, foram de extrema importância para a concretização da monografia e contribuíram de forma positiva para o resultado final apresentado.

3. O projeto

O projeto tem como título o nome da empresa, uma vez que após a sua validação irá ser um elemento gráfico da comunicação da empresa. O projeto segue todos os requisitos que foram exigidos pela empresa assim como a sua linguagem visual.

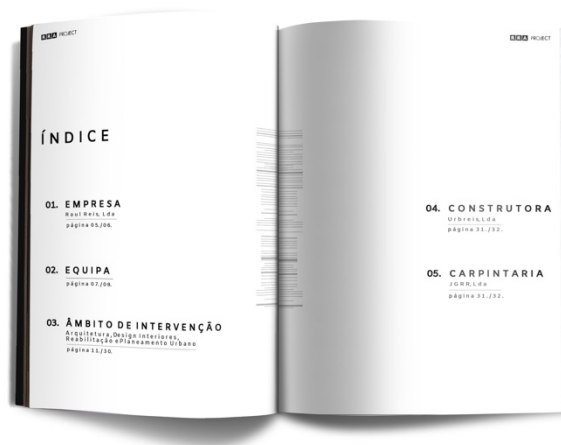


Figura 12. Páginas da monografia referentes ao índice da mesma;

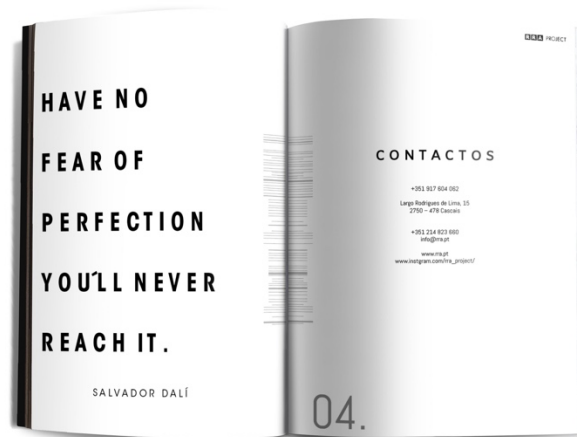


Figura 13. Páginas de introdução à monografia;

Todo o projeto editorial segue um padrão de paleta cromática que vai de acordo com a empresa, é o exemplo do uso da cor preta e tons de cinza. A cor preta é utilizada em todo o corpo de texto: títulos, subtítulos e todos os elementos textuais. Os tons de cinza são utilizados na numeração das páginas, assim como nas legendas dos elementos fotográficos e também nos elementos gráficos que se apresentam, todos os elementos gráficos utilizados vão de encontro à linguagem visual da empresa. O editorial segue um padrão na utilização das grelhas de construção do layout, é utilizada uma grelha de duas colunas verticais, a largura de cada coluna sofre uma alteração em algumas das páginas, devido à informação e à sua hierarquização de apresentação. Contudo nunca deixa a base das duas colunas de utilização. A nível horizontal o editorial apresenta três faixas, que por vezes sofre uma alteração devido às mesmas razões de hierarquização de exposição da informação pretendida.



Figura 14. Páginas do primeiro capítulo da monografia;



Figura 15. Páginas com a estrutura de grelha descrita anteriormente;

Na tipografia foram utilizadas três fontes: a primeira tipografia é denominada como Amiko é utilizada só mente no índice com o tamanho 10pt. A segunda a ser apresentada é a *Abel* que é utilizada para os títulos e corpo de texto, nomeadamente nos títulos é utilizada a Bold com o tamanho 30pt para os números, e com o tamanho 20pt no nome do capítulo. Por último a tipografia que foi escolhida para a frase de abertura do objeto de design em discussão é a ITC Avant Garde Gothic Std, Bold Condensed, com tamanho de 50pt, é também utilizada no subtítulo da mesma frase em Book, com tamanho 20pt.

O editorial começa com uma frase de abertura: “*Have no fear of perfection you'll never reach it*” - Salvador Dalí,⁸ a frase serve como inspiração e é uma frase que a empresa contém como decoração nas paredes das instalações e fez todo o sentido de escrita na abertura do conteúdo do editorial.

O editorial está dividido por capítulos que se denominam da seguinte forma: O primeiro capítulo *Raul Reis, Lda*, é onde se apresenta a história da criação da empresa, bem como o fundador e a sócio-gerente e diretora criativa da RRA Project. O segundo capítulo *equipa RRA*, é o capítulo que se destina à apresentação da equipa de colaboradores e as suas funções na empresa. O terceiro capítulo *Arquitetura, Design Interiores, Reabilitação e Planeamento Urbano*, são apresentados vários projetos da empresa, projetos de arquitetura de carácter público e de carácter privados. Todos os projetos apresentados foram escolhidos em parceria com a empresa, todos foram e são

⁸ “Não tenhas medo da perfeição, nunca a atingirás.” - Salvador Dalí

considerados projetos de sucesso. Podemos confirmar o sucesso de um dos projetos através da descrição de cada um, assim como também podemos entender a qualidade dos mesmos pelo render que os acompanha de forma individual. O seguinte capítulo é o quarto *Urb Reis & equipa*, neste capítulo é apresentado a empresa de construção que está agregada à RRA Project. Para além da apresentação da empresa e dos fundadores, é também apresentada a equipa de colaboradores da empresa e os seus cargos dentro da mesma. No último capítulo, e não menos importante, é o quinto capítulo *JGRR & equipa*. A empresa apresentada no último capítulo, é outra empresa que está afiliada à RRA Project, a JGRR, Lda é uma empresa de madeiras que trabalha em parceria com a RRA.



Figura 16. Páginas que exploram a estrutura de grelha apenas com imagens;

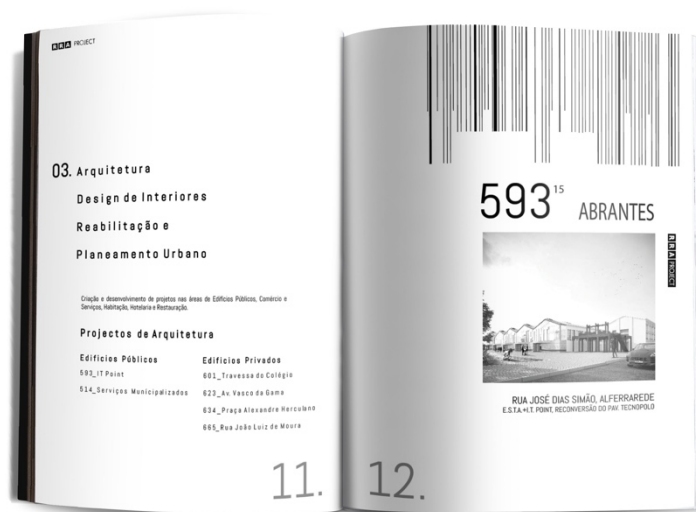


Figura 17. Páginas de início à introdução estrutural dos projetos da empresa;



Figura 18. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. As presentes páginas exploram a grelha estrutural;



Figura 19. Páginas referentes a um dos projetos. As presentes páginas apresentam, mais uma vez a exploração da grelha estrutural;



Figura 20. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;



Figura 21. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

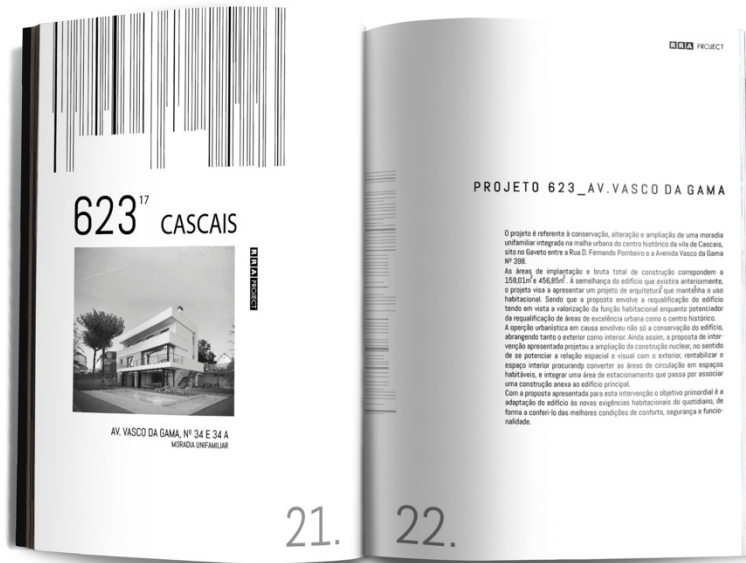


Figura 22. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;



Figura 23. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

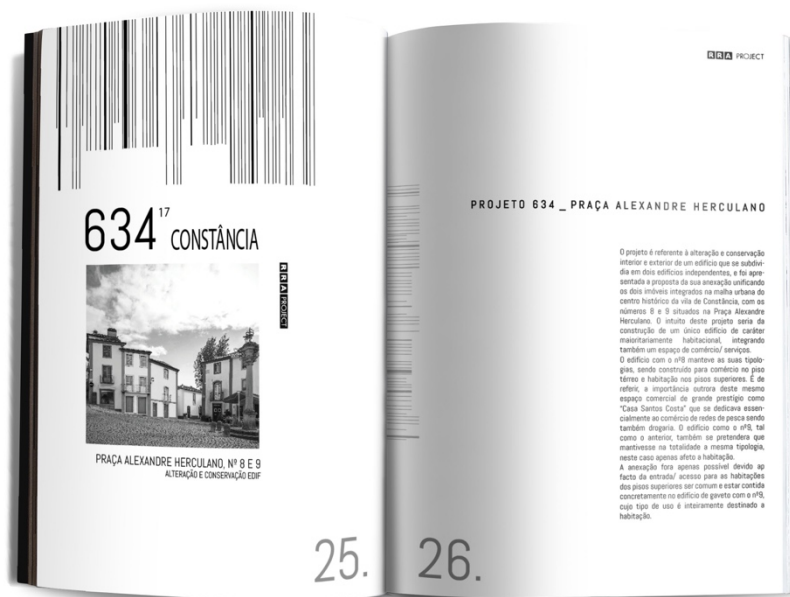


Figura 24. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;



Figura 25. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;



Figura 26. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;



Figura 27. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;



Figura 28. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

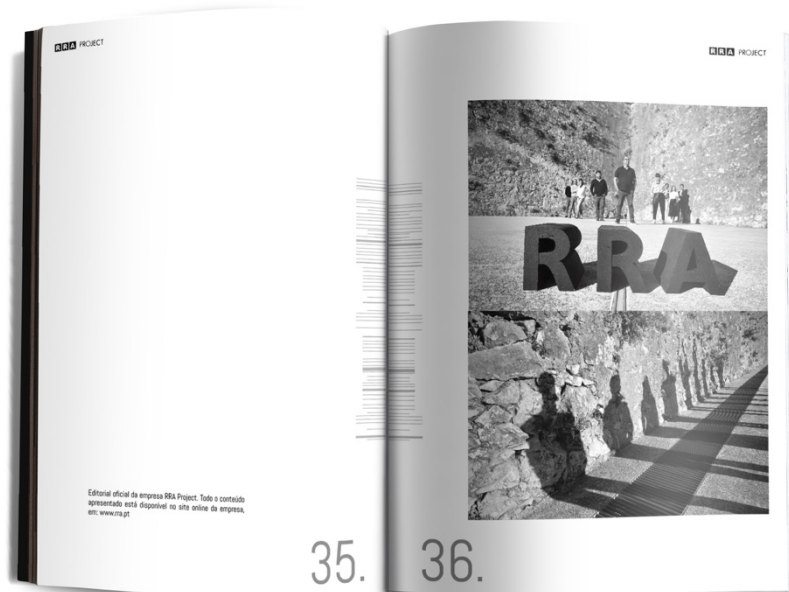


Figura 29. Páginas referentes a um dos projetos da empresa. Com exploração da grelha estrutural;

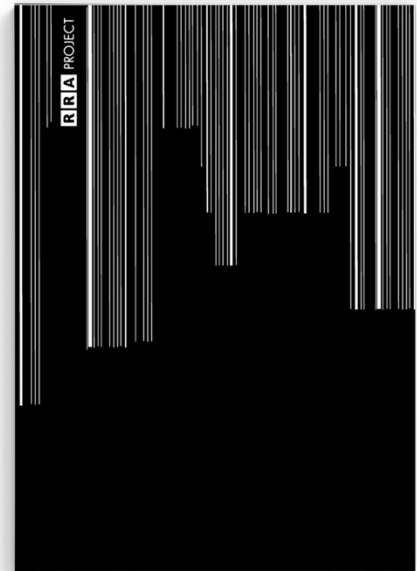


Figura 30. Capa e contracapa do projeto editorial;

4. Conclusão do capítulo

O presente capítulo apresenta-nos uma descrição sobre os contributos que fizeram parte da construção do projeto monográfico e com os quais podemos assumir que foram de extrema importância para o desenvolvimento da monografia, quer a nível conceptual quer a nível prático e de gramática visual.

Após a leitura do presente capítulo ficamos com uma noção detalhada da monografia, pois é neste capítulo que é apresentada em pormenor. O presente capítulo apresenta a justificação do modo estrutural da monografia, assim como os restantes elementos visuais.

Contudo, o resultado final só é apresentado deste modo devido a todas as influências conceptuais e influências visuais que foram abordadas e desenvolvidas ao longo do projeto.

Capítulo IV- Discussão dos Resultados

1. Introdução

O presente capítulo aborda uma discussão dos resultados obtidos com a monografia, é um capítulo de extrema importância pois revela o resultado final deste projeto, para além de expor uma reflexão crítica sobre o mesmo.

A reflexão crítica irá apresentar o ponto de partida desta monografia bem como as necessidades de investigação das matérias abordadas, e mencionar o porquê da escolha dos vários autores tratados.

2. Reflexão crítica sobre a monografia

A monografia foi desenvolvida em contexto de objeto de comunicação, com todo o estudo realizado e apresentado nos capítulos anteriores. Todo o estudo e informações apresentadas foram escolhidos em prol de uma monografia rica e que respondesse à necessidade da empresa.

A autora realizou uma investigação aplicada. Esta investigação é descrita no capítulo da metodologia, no qual é apresentado todo o processo detalhado de acordado com as fases que o projeto foi conquistando ao longo da evolução.

Após a conclusão e a validação da monografia “... importa salientar que esta resulta de um conhecimento intrínseco decorrente de um processo de pesquisa intensivo, mas também de uma vivência humana de grande interioridade em prol deste objetivo.”⁹. Foi um processo que obteve um resultado positivo, bastante relevante e que “...traduz a singularidade da nossa organização pelos olhos de quem a vê de fora para dentro, mas que essencialmente a sente e se deixa envolver pela sua forma.”¹⁰

Por fim, “... entendemos, portanto, que a monografia que aqui nos traz revela o melhor de nós e incrementa necessariamente um valor acrescentado à empresa.”. Para além disso podemos também concluir que a hipótese - “Que a monografia proposta da empresa RRA Project é um objeto de comunicação que acrescenta valor e visibilidade ao atelier.” e que a proposta feita foi validada, tendo em conta o caso em específico.

9 Frase retirada do e-mail da empresa, presente nos anexos;

10 Frase retirada do e-mail da empresa, presente nos anexos;

3. Conclusão do capítulo

O processo de realização deste projeto monográfico, revelou ser um excelente momento de aprendizagem de novos conceitos teóricos e práticos que contribuíram de forma positiva e única para a obtenção dos resultados apresentados anteriormente. Contudo, devido aos estudos apresentados e a toda a recolha de casos de sucesso a monografia apresentou um resultado acima das expectativas e cumprindo sempre os requisitos que foram pedidos. Todos os elementos apresentados na monografia foram alvo de influência por parte da investigação conceptual e de cariz visual.

Com a reflexão crítica apresentada neste capítulo assumimos que é uma monografia com uma boa base de investigação.

Capítulo V- Discussão de Resultados

1. Contributos

A nível de objeto de comunicação pois foi desenvolvido com o intuito de alargar a comunicação visual da empresa RRA Project, de forma a que esta se tornasse mais complexa a nível de elementos comunicacionais. Uma vez concretizada a monografia e validada pela empresa, o espectro visual da mesma passa a ser mais alargado, pois contém mais um elemento comunicacional para apresentar.

A escolha da monografia foi feita devido ao facto de se tornar numa peça mais completa e por se tornar mais fundamentada em relação aos projetos.

O presente projeto contribuiu de forma positiva para o Design, pois compila uma série de bases que são necessárias para o desenvolvimento de uma monografia. O projeto engloba temáticas como exploração do enquadramento histórico do Design, bem como a abordagem ao Design Editorial, a abordagem à importância da arte final na produção gráfica, e a análise de casos de sucesso que ajudaram a desenvolver a nível gráfico a monografia. Todos estes pontos foram essenciais à construção desta monografia, pois são considerados bases de sucesso.

2. Conclusão final

Este projeto monográfico vem provar uma vez mais o quão importante são as áreas abordadas ao longo do projeto.

A presente monografia aborda as áreas de Design Gráfico, a área de Design Editorial e a análise aos vários casos de sucesso que foram apresentados, e contribuíram para a uma análise crítica, que cooperou no aprofundamento teórico dos conteúdos estudados. Todas as análises e estudos realizados foram sem dúvida uma mais valia a vários níveis. Desde a contribuição para o Design em si devido a esta compilação de estudos sobre as temáticas que servem de base para a realização de uma monografia, assim como uma contribuição para a comunicação visual gráfica da empresa e por fim para contribuiu de forma gratificante para o conhecimento mais aprofundado, dos conteúdos tratados, para a autora.

O presente projeto monográfico apenas foi desenvolvido devido à identificação de uma problemática que a aluna apontou à empresa e sugeriu a sua solução. A problemática identificada fora a falta de um elemento gráfico, o qual fazia com que a empresa se tornasse menos rica a nível visual, devido à falta desse elemento. Foi assim desenvolvida a monografia para a empresa RRA

Project, cumprindo os requisitos pedidos pela mesma o que fez com que fosse validada de imediato. Foi um projeto gratificante para a autora e bastante relevante para a empresa.

Como forma de conclusão deste projeto, são vários os pontos que contribuíram para o aumento do conhecimento e experiência a nível pessoal. O facto de a parceria com a empresa ter sido um sucesso, facilitou em muito toda a dedicação que foi depositada no desenvolvimento do projeto desde o primeiro minuto.

Referências Bibliográficas

Bibliografia

Armstrong, H. (2009). *Graphic Design Theory* (1ºed). New York: Princeton Architectural Press.

Barbosa, C. (2012). *Manual Prático de Produção Gráfica* (3ºed). Lisboa: Princípia Editora, Lda.

Fiell, C., e Fiell, C. (2003). *Graphic Design for the 21st Century* (1ºed). Alemanha: TASCHEN.

Leborg, C. (2015). *Gramática visual* (1ºed). Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.

Meggs, P., e Purvis, A. (2009). *History of Graphic Design* (11ºed). Brasil: Cosac Naify.

Müller-Brockman, J. (1982). *Sistema de grelhas* (2ºed). Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

Muratovski, G. (2015). *Research for Designers* (1ºed). USA: SAGE PUBLICATIONS LTD.

Nicolau, R. (2013). *Zoom: design, teoria e prática* (1ºed). Paraíba: Ideia Editora

Villas-Boas, André (1999). *O que é (e o que nunca foi) Design* (1ºed). Rio de Janeiro: Ed. 2ab.

Siteografia

ICON (s.d.). Acedido a 23 março, 2021, a partir de <https://www.iconeye.com/magazine>

Architectural Record (s.d.). Acedido a 23 março, 2021, a partir de <https://www.architecturalrecord.com/>

Wallpaper (s.d.). Acedido a 23 março, 2021, a partir de <https://www.wallpaper.com/>

Umbigo (s.d.). Acedido a 23 março, 2021, a partir de <https://umbigomagazine.com/pt/>

Revista Kinfolk (s.d.). Acedido a 23 março, 2021, a partir de <https://www.kinfolk.com/>

Revista FRAME (s.d.). Acedido a 23 março, 2021, a partir de <https://www.frameweb.com/>

Bibliografia Consultada

Robson, C. (2002). *Real World Research* (2ºed.). Blackwell Publishing.

Simon, H.A. (1996). *The Sciences of the Artificial* (3ºed.). MT Press.

Noble, I., & Bestly, R. (2004). *Visual Research: An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design*. Fairchild Books.

Anexos

RRA Project_Projecto Editorial | Monografia

1 mensagem

rra box <rrabox@gmail.com>
Para: mariabydesign00@gmail.com

27 de setembro de 2021 às 12:20

Bom Dia,

Cara Maria,
Esperamos que se encontre bem.

No âmbito do projecto editorial desenvolvido em parceria com a nossa empresa de prestação de serviços de arquitetura RRA PROJECT, gostaríamos de salientar primeiramente a conduta pautada pela dedicação e empenho sempre demonstrada e reconhecida como essencial para o bom prosseguimento deste projeto.

No que respeita à monografia em referência e bem assim ao seu processo metodológico, importa salientar que esta resulta de um conhecimento intrínseco decorrente de um processo de pesquisa intensivo, mas também de uma vivência humana de grande interioridade em prol deste objectivo.

Consideramos assim que, o editorial em apreço traduz a singularidade da nossa organização pelos olhos de quem a vê de fora para dentro, mas que essencialmente a sente e se deixa envolver pela sua forma. De cariz essencialmente humano, a nossa organização vive de pessoas e do que nelas habita, não prescindindo nunca de comunicar na primeira pessoa, acreditando ser esta uma das formas mais autênticas de existir.

Pelo exposto, entendemos portanto, que a monografia que aqui nos traz revela o melhor de nós e incrementa necessariamente um valor acrescentado à empresa.

Finalmente queremos agradecer e aplaudir a entrega, a iniciativa e a disponibilidade sempre demonstradas, essenciais ao bom sucesso de um projecto único, consistente e que constitua efectivamente um objeto comunicacional de valor.

Muito Gratos,
Com os nossos melhores cumprimentos,**SANDRA SANTOS ALVES**

SÓCIA-GERENTE | 919 403 969

 RRA PROJECT

LARGO RODRIGUES DE LIMA Nº 15, 2750-478 CASCAIS | TELEFONE 214 823 660
RUA DA CIRCULAÇÃO DE MONTALVINHO, Nº 7A, 2250-231 MONTALVO | WWW.RRA.PT