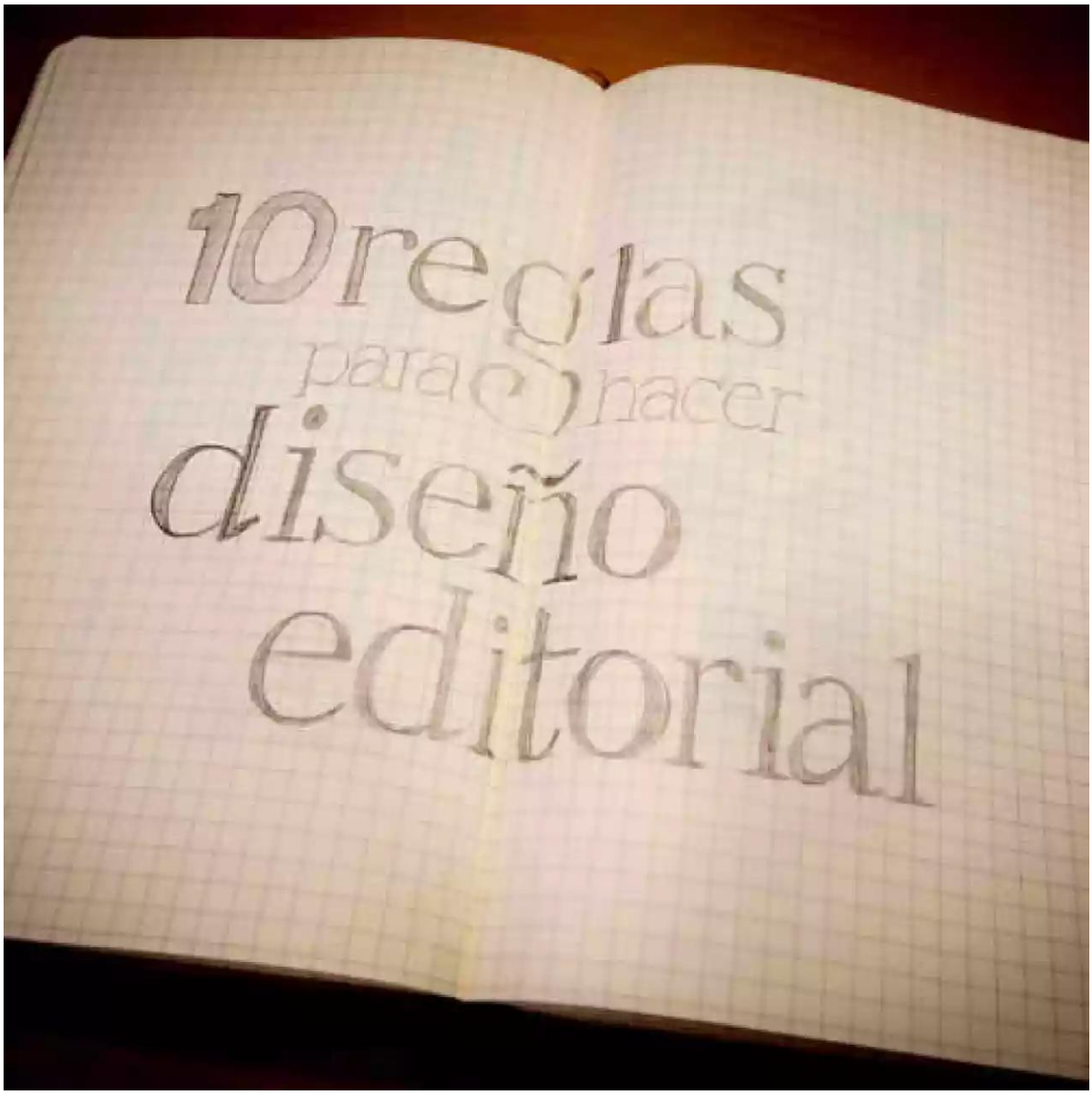
Dez regras para fazer design editorial

Por Mario Balcázar

Desde um folheto até um livro de arte, o design editorial é uma das áreas mais amplas do design. Aqui seguem alguns conselhos para conseguir uma melhor comunicação impressa.



O *design* editorial é um dos ramos mais completos do *design* gráfico, requer não só uma boa dose de criatividade, mas também saber aplicar correctamente o idioma, utilizar os

programas apropriados e conhecer os pormenores da produção, entre outras coisas. Quer se trate de um folheto ou de um livro de arte, é essencial conhecer as regras, dominá-las e aplicá-las. Com base em experiências de outros e próprias, apresento aqui dez delas, sem pretender englobar todas. Apenas realçando algumas que são de grande importância e que muitas vezes não se tomam em conta.

1. Lê o que projectas

Pode parecer óbvio, mas é fácil detectar quando um texto foi paginado sem conhecer a parte sensível da informação. Em publicações curtas como folhetos ou revistas, ler os textos permitirá saber onde cortar colunas, fazer tabelas ou anotações, entender o lugar onde devem ser colocadas para dar dinamismo e ordem de leitura. O mesmo se aplica aos livros que não sejam de texto corrido (como livros de arte, por exemplo) e que, de acordo com as possibilidades, se acrescenta ou complementa o conteúdo com a parte gráfica.

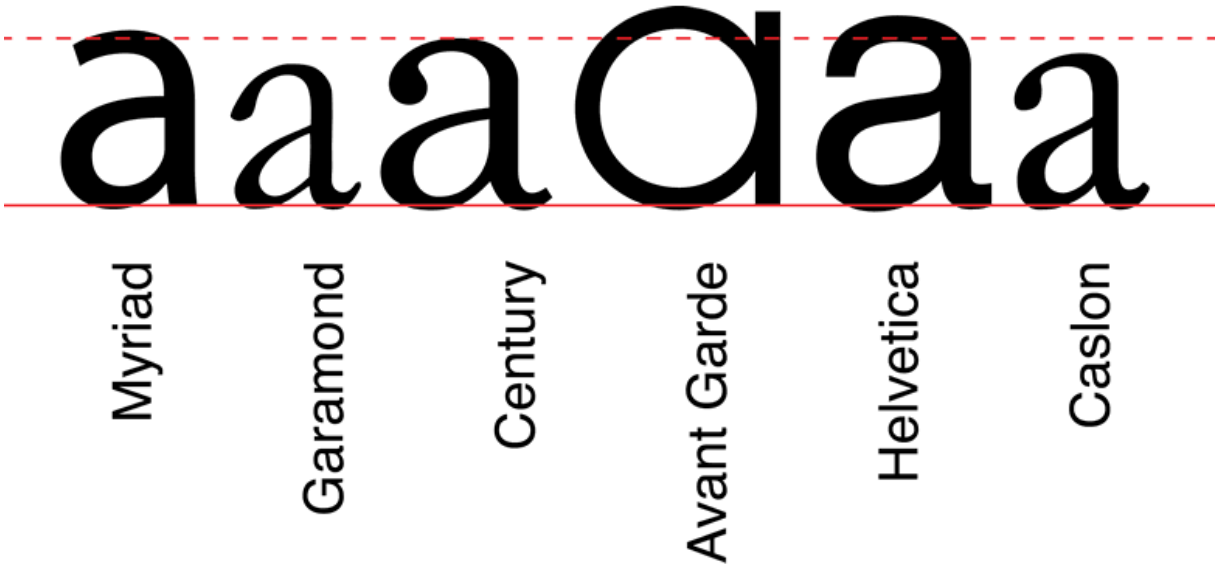
Além disso, ler o texto permite-nos inteirar sobre o assunto sobre o qual projectamos e poderemos tomar decisões criativas que podem mesmo chegar a ajustar os textos em prol de uma comunicação mais eficaz.

2. Faz a letra pequena

Se o teu projecto tem um tamanho carta ou A4, certamente ajustas a folha de forma a que se ajuste ao tamanho do teu monitor. Quando começas a usar tipografia deixas o tamanho de letra que vem por defeito – que é de 12 pontos – porque consegues ler perfeitamente. No entanto, ao imprimir dás-te conta que a tipografia é grande. Este tema é recorrente em questões de produção. Uma letra demasiado grande não só ocupa muito espaço como também reduz a largura das colunas fazendo surgir espaços na mancha tipográfica, muito difíceis de manobrar, além de minimizar a aplicação de outros elementos na mesma página.

O mais recomendável é, uma vez seleccionada a tipografia a utilizar, imprimir uma folha com parágrafos compostos em diferentes tamanhos (de 6 a 12 pontos, e depois de 14, 16, 18, 21, 24 e 36 para os títulos, subtítulos e entradas). Podes fazer o mesmo exercício com diferentes entrelinhas para compreender como se comporta a mancha em cada combinação de fonte-tamanho-espacejamento.

O tamanho de 12 pontos utiliza-se em livros de texto para crianças e de texto corrido; para livros com textos curtos pode usar-se uma escala de 9 a 11 pontos e para folhetos, brochuras e revistas os tamanhos são muito mais pequenos, às vezes de 7 a 10 pontos, sendo 9 o mais comum. O tamanho da tipografia varia segundo a fonte que se utilize. A mesma letra em *Helvetica* ou *Garamond* pode apresentar uma enorme diferença, como se pode ver em seguida:



Neste exemplo mostram-se diferentes espécimes da letra "a", todas compostas no mesmo tamanho mas em diferentes fontes. É notória a diferença de tamanhos entre elas, a qual se nota principalmente na altura do eixo do «x».

3. Começa o teu documento como se estivesse pronto para ir para a gráfica

Um caso típico: o projecto está um dia atrasado porque fizeram correcções de última hora e a gráfica não pára de te telefonar a pressionar para que o entregues para produção. Assim que o projecto foi aprovado começas a prepará-lo para entregar na gráfica, preparas as margens de corte das imagens, revês os tamanhos e a resolução das imagens, terminas os layouts e envias para a pré-produção em menos de uma hora. Quando vês a impressão reparas que te esqueceste de acrescentar as margens de corte das imagens.

Este é um grande problema que tem muitas explicações não relacionadas com o teu conhecimento de como preparar um documento para a pré-impressão gráfica. Em geral é consequência de trabalhar em cima da hora e com a pressão do cliente e da gráfica. Raramente temos a oportunidade de fazer uma última revisão suficientemente consciente, ainda mais porque estamos cansados de ver o projecto e por isso mesmo, os erros não saltam à vista facilmente.

O melhor conselho para evitar isto é tratar o documento final desde o princípio como se o estivesses a preparar para a pré-impressão gráfica. Dedica-te a fazer a dar os limites correspondentes e a rever as imagens assim que começas a trabalhar no teu documento, desta forma reduzes consideravelmente a margem de erro pela pressão no dia de entrega.

4. Mantém um só estilo

Este descuido é recorrente, especialmente quando lidas com textos independentes que estão separados por imagens de forma constante. Para conseguir manter um só estilo é necessário realizar uma definição clara do projecto antes de executá-lo. Seleccionar a tipografia cuidadosamente e o formato dos textos: tamanho, entrelinha, alinhamento, se haverá cortes de palavras, *kerning* e *tracking*. Também é importante que definas o espaço entre parágrafos

e o combines com a indentação (excepto no primeiro parágrafo do texto que nunca deve ter espaços em branco no início). Se utilizas um espaço amplo, suprime a indentação, se não deixas espaços entre parágrafos então sim colocas a indentação ou entradas de parágrafo, preferencialmente de um quadratim, ou seja, do mesmo tamanho da tipografia que estás a usar. O segredo é a manter o critério em todos os aspectos ao longo da tua publicação.

Além disso, uma das coisas que recomendo é minimizar o número de fontes. Na realidade podes paginar uma revista trabalhando com uma só fonte – com as suas respectivas variantes – e alterá-las nos títulos, subtítulos, destaques, tabelas e textos alternativos. Por outras palavras, podes fazer uma publicação usando só a Frutiger, por exemplo, e de maneira a que não pareça aborrecida, é só uma questão de criatividade.

Toma atenção também à largura das colunas. Ainda que as caixas de texto sejam móveis, a largura da coluna ajudará a dar-te uniformidade ao teu projecto.

5. Tem cuidado com a ortografia

Sempre disse que um *designer* a sério sabe de ortografia. Se a tua é má estarás exposto a correcções que te envergonham. E, ainda pior, se não tens ninguém para corrigir os teus trabalhos antes da produção, à vergonha somar-se-ão problemas graves com os teus clientes assim como críticas brutais por parte dos usuários finais.
Um *designer* não se pode dar ao luxo de ter má ortografia, de não conhecer as regras mais elementares do idioma[1] no que se trabalha tal como os estilos de redacção.

Como podes melhorar a tua ortografia? O melhor é lendo, é a forma mais rápida e intuitiva. Um curso de ortografia ajudar-te-á a resolver situações muito complicadas. Além disso, é importante que tenhas o teu dicionário à mão, ou acesso directo a um dicionário online.[2]

6. Utiliza o programa correcto

Importar imagens em *Illustrator 88* era uma missão impossível, o mesmo era escrever em *Photoshop 3.0* ou mesmo fazer uma imagem vectorizada em *QuarkXPress* ou *PageMaker*. Com o passar do tempo os programas roubaram ideias entre si e partilham já muitas ferramentas comuns, de tal forma que cada vez é mais fácil deixar de utilizar os outros programas para executar algumas tarefas simples. Ainda assim, cada um conserva na sua base de trabalho elementos que o definem e especializam para fazer determinadas tarefas.

É muito importante a decisão de que programa utilizar para executar qualquer projecto. Um folheto de 4 páginas pode-se fazer no *Illustrator* ou no *InDesign*. Se não há demasiados textos ou imagens inclinamo-nos para aquele que dominamos melhor, mas se são 12 páginas, com muitos textos e imagens em alta resolução, se o fizermos no *Illustrator* terá como consequência um documento muito pesado, lento e maior será a dificuldade para exportá-lo para pré-produção. Ainda pior se o fazemos num só plano utilizando *layers* diferentes para cada página (os *layers* não servem para isso).

Utilizar o programa correcto é importante para trabalhar mais rápido, com maior facilidade e reduzir erros e complicações de produção. Em *design* editorial não existem muitas opções: *InDesign* ou *QuarkXPress* para publicações que implicam o trabalhar texto e muitas imagens, *Illustrator* ou *CorelDraw!* para produtos editoriais pequenos como folhetos em tríptico, por exemplo, cartazes ou papelaria de escritório, além do desenvolvimento de ilustrações à base de vectores e *Photoshop* para imagens baseadas em piles, como cartazes, folhetos impressos só de um lado e que não impliquem demasiadas caixas de texto.

7. Faz esboços

Há mais de 20 anos que trabalhamos em computadores, o que significa que as novas gerações se vão afastando pouco a pouco dos sistemas tradicionais de *design*. Actualmente em todas as universidades do mundo se clarifica que os computadores são a ferramenta para a execução de ideias que nascem na nossa mente, no entanto, na realidade é muito complicado desligar-se desta concepção. Cada vez menos os estudantes fazem esboços antes de sentar-se em frente a um computador, o que desvaloriza o trabalho de *design* como uma indústria.

Fazer esboços tem a vantagem do momento: parar o carro para anotar uma ideia num bloco ou antes experimentar rapidamente ideias ou conceitos além de que nos ajuda a desenhar sem a predisposição de uma ferramenta concebida em qualquer programa.

8. Cuida as manchas tipográficas

A Bíblia de Gutenberg, o primeiro livro impresso, tinha como característica uma mancha tipográfica uniforme e muito estética. Com o passar do tempo, os tipos de letra tornaram-se mais esguios e limpos. Os remates pesados e complicados converteram-se em patilhas, que cada vez se tornaram mais discretas até que hoje em dia desapareceram em mais de metade das fontes existentes. Deste modo, criar uma mancha tipográfica efectiva tornou-se mais difícil, já que em composições justificadas em ambos os lados há uma tendência a abrirem-se espaços que perfuram a mancha tipográfica.

Controlar isto implica um conhecimento e uma sensibilidade especial sobre a tipografia. Saber ajustar o espaço entre palavras, o espaço entre as letras e os hífens para partir as palavras implica um trabalho crítico. Cada vez mais se adopta a justificação à esquerda para evitar estes defeitos, especialmente pela mobilidade que implicam os textos na internet. No entanto, é necessário dominar esta arte.

9. Não utilizes o *copy/paste*

Tanto o *Illustrator* como o *InDesign* têm formas de importar imagens: a primeira é como um link, ou seja, colocando uma preview da imagem para que se possa visualizar no documento, mas que está forçosamente ligada ao arquivo da imagem original e a outra, que cada vez mais é utilizada por estudantes e contemporâneos, que é seleccionar a imagem em *Photoshop* e transportá-la para o documento através do copiar/colar ou *copy/paste* como se conhece habitualmente.

Ao princípio é bastante cómodo, mas se se tem de voltar ao programa original para fazer algum retoque ou correcção isso já não é possível. Só repetindo a mesma acção, a qual vai deteriorar a qualidade da imagem. Isto faz com que o processo de pré-impressão se complique, já que não se pode verificar a resolução correcta das imagens através dos sistemas que avisam quando há um erro (como *Preflight*).

Por fim, usar este método revela a falta de cuidado nos detalhes como a cor, pontos por polegada (dpi) e formato de cor. Como explicámos no ponto 3, fazer o nosso original pronto para a pré-produção é importante desde o início.

10. Hierarquiza

Podemos levar o *design* editorial a dois níveis diferentes: o primeiro é para chamar à atenção do leitor e fazê-lo interessar-se pelo tema, e o segundo é dar conforto e dinamismo à leitura. Nem sempre vão acompanhados um do outro. Num artigo de uma revista, por exemplo, existem quase sempre três níveis de leitura:

- o primeiro é a entrada do artigo, que, em geral, consiste num título e uma imagem.
- em segundo lugar encontra-se destacado o texto de introdução assim como os demais destaques ao longo do artigo.
- e finalmente, o texto geral.

A finalidade disto é, em primeiro lugar, chamar à atenção do leitor quando folhea a revista. Se a imagem e o título são atractivos automaticamente passará ao segundo nível que é ler os destaques do artigo. Até aqui, o *design* editorial comporta-se como se fosse publicidade, no sentido em que podemos jogar com os textos, cores, alinhamentos, imagens e mais. Finalmente, se o leitor continua interessado no tema, passará para o terceiro e último nível, que é permitir que a leitura do conteúdo se possa desenrolar com comodidade. Aqui o *design* editorial torna-se mais formal em todas as suas regras e normas, já que é necessário continuar a chamar à atenção do leitor.

Este exemplo ilustra que o *design* editorial compõe-se em diferentes níveis de leitura. Saber encontrar e dominar cada nível tem como resultado um *design* editorial bem sucedido.

Uma regra extra. Aplica correctamente a tipografia

Um bom *designer* sabe usar a tipografia. Quase todos os designers gostam, mas na realidade nem todos têm a sensibilidade para seleccionar e aplicar a fonte correcta. Tem de se imprimir, ver como funciona no conjunto final, experimentar diferentes entrelinhas, com os espaços entre as letras e com os diferentes pesos e estilos que oferece. Não quis fechar esta nota sem incluir esta regra, ainda que contrarie o título do artigo.

Seguramente esta reflexão fará surgir uma série de novas regras ou dar ênfase às mais básicas.

São bem-vindas todas as adições a este tema.

Publicado em 28/06/2012

1. N. da T.: No texto original, o autor refere-se às regras elementares de espanhol.
2. N. da T.: O autor refere o dicionário da Real Academia Española. Para português, sugiro: http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/pt/artigos/dez-regras-para-fazer-design-editorial