ALUNA SOFIA BRAJAL **ORIENTADOR** RICARDO SANTOS **ORIENTADOR ESTÁGIO** FRANCESCO FURNO

Design editorial de revistas culturais. Concepção e desenvolvimento prático de projectos editorais.





relatório de estágio

MESTRADO DESIGN GRÁFICO
ESAD CALDAS DA RAINHA
2013

RELATÓRIO
DE ESTÁGIO

×

SOFIA BRAJAL 2013

ORIENTADOR RICARDO SANTOS
ORIENTADOR ESTÁGIO FRANCESCO FURNO

‘13

RELATÓRIO
DE ESTÁGIO

RELAJA
EL
COCO

EMPRESA

**Design editorial
de revistas culturais.
Concepção e desenvolvimento
prático de projectos editoriais.**



Agradecimentos

ÍNDICE

Agradecimentos (3)
Resumo (5)
Abstract (7)
Lista de Abreviaturas (7)
Nota introdutória (9)

CAPÍTULO I
INTRODUÇÃO À PRÁTICA DE ESTÁGIO

1.1 Caracterização da Entidade de Acolhimento (12)
1.2 Objectivos do Estágio (14)
1.3 Integração na Equipa (15)
1.3.1 Testes de Capacidades: Illustrator e InDesign
1.4 Metodologia do Projecto (17)
1.5 Cronograma do Estágio (25)

CAPÍTULO II
ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 Enquadramento do Histórico
2.1.1 O meio impresso (22)
2.1.2 Evolução do meio impresso e o surgimento do design editorial (22)
2.1.3 O design editorial (26)
2.1.4 A Revista: um produto do design editorial (26)
a) A grelha (28)
b) A tipografia (32)
c) A imagem (33)

2.2 O design Editorial em Espanha
2.2.1 As origens do design gráfico em Espanha (34)
2.2.2. O nascimento do design gráfico em Espanha (35)
2.2.3 Espanha, consequências de uma escassez (35)
2.2.4 O pensamento tipográfico moderno (36)
2.2.5 A "reconstrução" dolorosa do design gráfico espanhol (37)
2.2.6 Iniciativas editorais do pós ditadura franquista (40)
2.2.7 O design espanhol no século XX (42)
2.2.8 Analogia com o design português (42)



CAPÍTULO III
ESTADO DA ARTE

3. Panorama do Design Editorial Espanhol
3.1 Lados Magazine (52)
3.2 Apartamento Magazine (58)
3.3 Metal Magazine (64)

CAPÍTULO IV
ENQUADRAMENTO PRÁTICO

4.1 Projecto Editorial: Revista Jot Down
4.1.1 Conceito editorial (70)
4.1.2 Briefing (71)
4.1.3 Planificação Gráfica
4.1.4 Formato da Revista (72)
4.1.5 Proporções das Margens (72)
4.1.6 Recursos Tipográficos (73)
4.1.7 Numeração das Páginas (76)
4.1.8 Mancha Gráfica (76)
4.1.9 Grelha e Layout (78)
4.1.10 Ritmo e Sequência editorial (80)
4.1.11 A Imagem no Sistema de Grelhas (81)

4.2 Breves Considerações (83)

CAPÍTULO IV
ENQUADRAMENTO PRÁTICO

5.1 Nota Conclusiva (87)
5.2 Reflexão Crítica sobre o processo de estágio (89)

CAPÍTULO VI
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

6.1 Publicações Impressas (90)
6.2 Publicações Eléctrónicas (91)

Agradecimentos

ANEXOS

Anexo A
A.1 Imagens: Revista CAU e Buades. (92)
A.2 Planificação: Jot Down Nº3 (94)
A.3 Modelos de Layouts: Artigos de entrevista (104)
A.4 Jot Down para Behance: Suporte Digital (106)

Anexo B
B.1 Origo: Ilustração para landpage (110)

Anexo C
C.1 Recursos Linguísticos:
Termos Técnicos e Estrangeirismos (111)

OUTROS SUPORTES FÍSICOS:

OBJECTO PRÁTICO
Projecto Editorial Jot Down Nº3

SUPORTE ELECTRÓNICO
CD-ROM



Agradecimentos

O desenvolvimento deste trabalho só foi possível tendo em conta todos aqueles que, no seu decurso, o apoiaram, contribuindo de um modo científico, técnico e humano. A todos aqueles que directa ou indirectamente deram o seu contributo quero deixar aqui o testemunho dos meus agradecimentos.

Em primeiro lugar gostaria de agradecer às equipas *Relaja el Coco* e *Origo* por terem tornado este estágio possível. Acolheram-me com grande simpatia e disponibilidade durante o decorrer deste estágio na empresa.

Ao Francesco Furno, designer gráfico e orientador de estágio, pelo apoio que me prestou ao longo das 405 horas de estágio que realizei. Foi um apoio imprescindível, pois foi a pessoa que me delegou todas as tarefas a realizar. Ao Francesco e ao Pablo Galeano, também agradeço pelo incentivo, pelo companheirismo, disponibilidade, sugestões, críticas e conselhos.

Agradeço também ao meu orientador, Professor Ricardo Santos, pela sua orientação e visão, que me possibilitaram enveredar numa melhor direcção, que culmina neste desenvolvimento do relatório de estágio de Mestrado.

Gostaria também de agradecer à Isabel Gaspar, por me ajudar na redação dos textos, mostrando-se sempre muito atenciosa e disponível.

Reservo um grande agradecimento aos meus pais, pela confiança e pelo apoio nas minhas buscas enquanto estudante.

Por fim, agradeço a todos os que me ajudaram, por entre as dificuldades, a prosseguir de forma mais determinada e também mais alegre.

Um muito obrigado a todos.

Resumo

O presente documento tem como principal objectivo a exposição e análise de um dos projectos desenvolvidos no estúdio *Relaja el Coco*, em Madrid, em âmbito de estágio curricular do Mestrado de Design Gráfico.

Esta dissertação visa incidir sobre duas temáticas de abordagem, uma que remete para o processo de estágio, entidade de acolhimento e análise de actividades desenvolvidas, e outra de enquadramento teórico.

A primeira temática procede à contextualização, não só da entidade de acolhimento enquanto empresa com uma "morfologia" particular, na qual a estagiária foi integrada, como compreende também a descrição das práticas e metodologias aplicadas face às propostas de trabalho, inerentes ao processo de estágio. Associada também a esta temática, é realizada uma exposição e análise gráfica do produto editorial de maior destaque, desenvolvido durante o período de estágio, a revista cultural espanhola *Jot Down*.

A temática do enquadramento teórico tem enfoque sobre o design editorial e divide-se em três "momentos" em que as áreas disciplinares do design gráfico são postas em relação com a história. No primeiro momento são abordados aspectos relativos às origens do design editorial e da imprensa, para no segundo momento, se possa analisar a evolução histórica e as tendências gráficas do design editorial espanhol. No terceiro momento, é analisado o panorama actual do design gráfico em Espanha, sendo por isso abordada, nesta parte teórica, uma breve exposição do design editorial espanhol, que corresponde ao capítulo "Estado da Arte".

Neste contexto, estas duas temáticas são condensadas de modo a que a presente dissertação seja entendida como uma reflexão teórica sobre o design da revista cultural *Jot Down* e o sobre o seu desenvolvimento em processo de estágio.

Palavras-chave

Design Editorial;
Design Editorial Espanhol;
Revista;
Sistema de Grelhas;

Abstract

The current document has as its main purpose the exhibition and analysis of one of the projects which were created in the studio *Relaja el Coco*, in Madrid, and which was integrated in the conclusion of the last year of the Master's Degree of Graphic Design, in the context of curricular internship in Master of Graphic Design .

This document focuses on two different subject matters: the first is related with the training process, host entity and recipient of the analysis of the developed activities, and the second refers to the theoretical background.

The first approach makes the contextualization not only of the host entity as enterprise with a particular morphology, in which the trainee was integrated, but it also involves the description of the practices and methods which were applied to the work proposals and which characterise the training process. In the context of this subject matter, it was also organised an exhibition and analysis of the most important editorial product, the Spanish cultural magazine *Jot Down*, which was developed during the training period.

The subject matter of the theoretical background focuses on editorial design and is divided into three "moments", in which the subject areas of graphic design are displayed interacting in relation with history. At the first moment, historical aspects of the evolution of editorial design and the printing process are related, so that in the second, be able to analyse the historical evolution and trends of Spanish Editorial Design; In the third moment is analysed in this theoretical text, a brief exhibition of the Spanish publishing, which corresponds to the chapter "State of Art".

These two subjects matters will be condensed through a critical and conclusive reflection on the design of the cultural magazine *Jot Down* and on their development in training process.

Keywords

Editorial Design;
Editorial Design in Spain;
Magazine;
Grid System;

Lista de Abreviaturas

DTP – Desktop Publishing
D&DA – Design and Art Direction
JD – Jot Down Magazine

Nota introdutória

Uma vez perguntei a Aragon, o historiador, como tinha sido escrita a história. Ele disse, "Tens que inventá-la." Quando desejo, como agora, dar conta dos incidentes, das pessoas e dos acontecimentos mais importantes que influenciaram a minha vida e o meu trabalho, a verdadeira resposta é a de que todos eles foram importantes, todas as pessoas me influenciaram, tudo o que aconteceu e continua a acontecer me influencia.

John Cage

O processo de estágio pode ser caracterizado como uma prática intensiva de aprendizagem, num sentido diferente do saber reunido enquanto aluna do ensino superior. A diversidade de propostas, clientes e necessidades aditam ao processo de estágio uma componente de proximidade com a realidade.

Neste contexto, ao ser integrada na equipa de uma empresa, determina-se um grau de comprometimento e responsabilidade para integrar qualquer projecto, sendo a assiduidade, o cumprimento de prazos de entrega e a disponibilidade para trabalhar fora do horário pontos que distinguem os bons profissionais, os profissionais dedicados que angariam assim a confiança dos seus superiores. Tanto os momentos de lazer como os momentos de muito labor tornam-se parte da mesma dinâmica que envolve o atelier *Relaja el Coco.*

O contributo eficiente e produtivo numa entidade de acolhimento envolve uma consonância entre o colaborador e o ritmo, a metodologia e dinâmica de trabalho no *atelier.* Foi necessária a disponibilidade para intervir e responder aos *briefings* apresentados, e a capacidade também de responder prontamente a uma solicitação, dentro da área do design gráfico.

Os projectos desenvolvidos foram diversos, abrangendo várias áreas do design gráfico, como o design editorial, a infografia, a ilustração vectorial ou a simples pesquisa e recolha de conteúdos para elaboração de conceitos. A multiplicidade de enfoque de trabalhos ilustra a dinâmica de qualquer *atelier* de design gráfico onde há ausência de um projecto pré-definido, pois os trabalhos são estabelecidos pelo cliente, exigindo um compromisso exclusivo desde a génese até à data de conclusão.

Esta dissertação surge então como suporte teórico do estágio curricular e tendo como principal objectivo a apresentação e a análise do projecto editorial de maior relevância desenvolvido nos três meses de estágio, a revista cultural *Jot Down.*

A presente dissertação divide-se em quatro capítulos. No primeiro capítulo é feita a apresentação à prática de estágio, focando a caracterização da entidade de acolhimento, a integração na equipa, as metodologias adoptadas para o desenvolvimento de projectos, os objectivos do estágio, assim como, a calendarização dos projectos desenvolvidos em âmbito de estágio.

O segundo capítulo destina-se ao enquadramento téorico, com enfoque na evolução do meio impresso, no design editorial, na revista como produto do design editorial e no design editorial espanhol propriamente dito, dado que o estágio foi desenvolvido numa empresa em Madrid. Os temas são tratados sob uma perspectiva histórica para que fique clara a evolução do design gráfico e a importância do design editorial.

O terceiro capítulo corresponde ao Estado da Arte, que compõe o panorama actual do meio impresso e da edição editorial em Espanha. A abordagem teórica refere-se essencialmente ao desenvolvimento e às especificidades dos *media* impressos perante a presença dos novos media e a crise económica que se enfrenta. Este capítulo tem como objectivo apresentar um panorama geral do design gráfico editorial em Espanha, destacando-se três revistas que se salientam no não só no mercado editorial espanhol, como no mercado internacional.

O quarto capítulo diz respeito ao desenvolvimento central do relatório, onde são expostos e analisados, quer em termos gráficos, quer em termos formais o projecto editoriais de maior relevância, elaborado durante o período de estágio. Por último, no capítulo Reflexões Finais, é feita uma consideração final sobre a realização deste estágio, onde são abordadas as aprendizagens e as dificuldades relativas a este período de estágio.

Por fim, é de referir que estágio foi realizado em conjunto com a Elsa Rodrigues, onde acabámos por desempenhar projectos e funções em conjunto.

CAPÍTULO I

Introdução à prática de estágio



Caracterização da Entidade de Acolhimento
Objectivos do Estágio
Integração na Equipa
Metodologia do Projecto
Cronograma de Estágio

1.1 Caracterização da Entidade de Acolhimento

Pablo y Francesco son dos grandes diseñadores gráficos y creativos que proyectan su buen gusto en todo lo que hacen.

Laura *in* lorademode.blogspot.pt

Relaja el Coco é um estúdio de design gráfico que actualmente está sediado na empresa *Wayra* no centro de Madrid, Espanha. Este estúdio tem uma alma nómada e tem o desejo de criar uma nova tendência no panorama do design gráfico: o "nomadismo visual", viajando numa caravana por todo o mundo, de forma a oferecer os seus serviços.

Presentemente, *Relaja el Coco* partilha as suas instalações com outras empresas da *Wayra*, uma vez que foi convidado a fazer parte da equipa da *Origo,* uma *startup* que pretende revolucionar as opiniões sobre as marcas. Embora as suas instalações sejam partilhadas com outras empresas da *Wayra*, cada empresa tem o seu espaço de atelier.

O estúdio *Relaja el Coco* tem as suas raízes em Barcelona, onde foi fundado em Janeiro de 2008, por Francesco Furno e Pablo Galeano, ainda quando frequentavam o último ano de licenciatura de Design Gráfico no IED (*Istituto Europeo Di Design*) de Barcelona. Apesar do seu percurso ser relativamente recente, deixa antever sucesso para o futuro e uma história um pouco mais longa para "contar".

Sendo a equipa deste estúdio composta apenas pelos seus dois fundadores, é proporcionado um ambiente familiar e descontraído, onde há uma partilha e troca de ideias fenomenal, favorável à criação de projectos bastante criativos. Juntos fazem uma dupla profissional formidável, uma vez que os seus estilos se complementam na perfeição. A serenidade de Francesco reflecte-se no seu estilo gráfico mais sóbrio e minimalista, já Pablo, com um estilo mais casual e frenético, é reflector da sua hiperactividade.

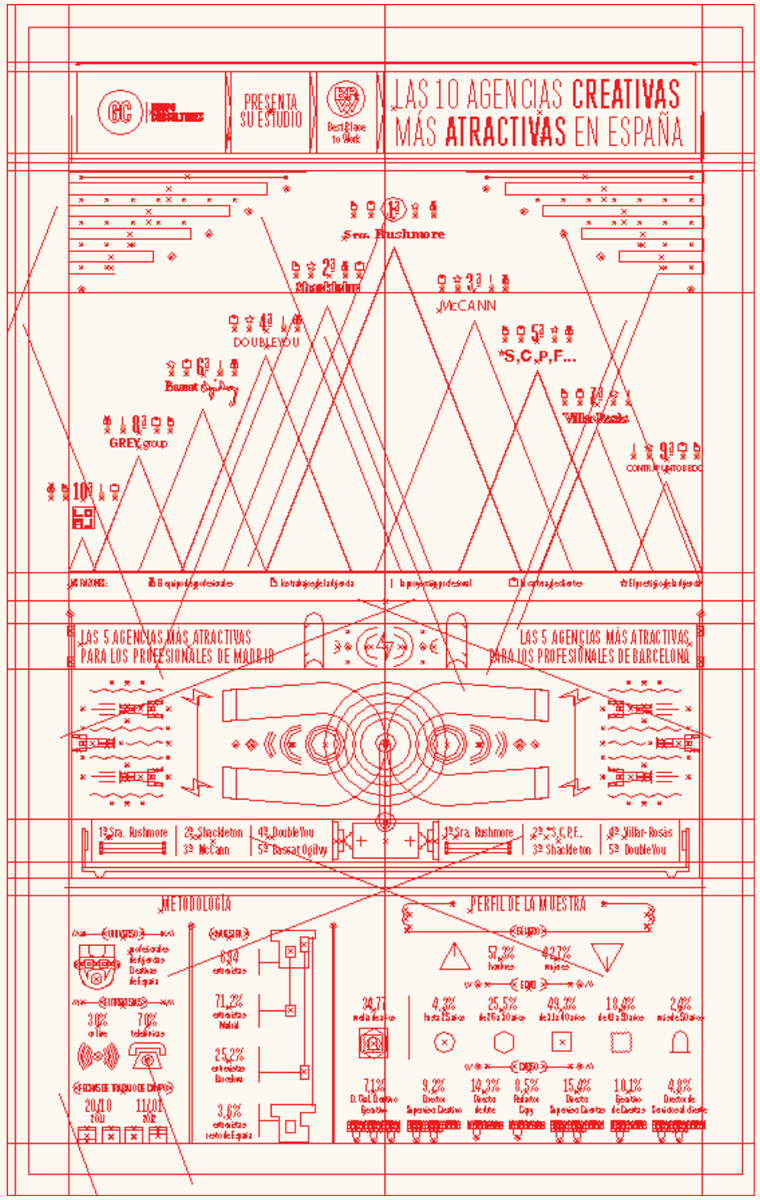
Francesco, de nacionalidade italiana, e Pablo, de nacionalidade espanhola, já se tornaram conhecidos como os designers que revolucionaram o panorama do design gráfico espanhol com os seus projectos provocativos, frescos e, de alguma forma, transgressores. De facto, apesar dos breves anos de percurso deste estúdio, as infografias deste *atelier* já ganharam projecção por todo o mundo através do seu um estilo de ilustração muito peculiar, com muito bom manejo tipográfico e sobretudo com uma grande capacidade de síntese e composição. Este estúdio reflecte uma actividade gráfica que evoca visualmente uma estética limpa e organizada, com uma eficaz transmissão de informação. O seu método racional da organização editorial e o seu registo gráfico, quer no âmbito do design editorial quer da infografia, evoca visualmente uma estética organizada e uma combinação racionalista dos elementos gráficos que comunica claramente o conteúdo, servindo de suporte para atingir o leitor.

Relaja el Coco marca a tendência em todos os sentidos, com o seu conceito de design gráfico sem limites, abraça diferentes áreas com bastante coerência e delicadeza. O que parece impossível ser feito, esta dupla consegue fazer, e aparentando ser um projecto naturalmente fácil. De facto, a sua maior virtude é essa forma tão característica que têm de enfrentar os problemas quotidianos.

Relaja el Coco é, então, um estúdio multidisciplinar com principal incidência na infografia, design editorial e *lettering*, que trabalha para clientes de renome como a *Jot Down*, a *Yorokobu*, *Vueling*, *Cerveza Moritz*, IED, BBVA, entre outros.

O principal compromisso deste estúdio passa por, sem olhar ao género de trabalho ou à área disciplinar a que ele se destina, cumprir criteriosamente os *timings* impostos e satisfazer o cliente dando provas de profissionalismo e celeridade de resposta. O rigor do cumprimento dos prazos permite não só fidelizar o cartel de clientes da empresa como também angariar outros, seduzidos pela boa prestação da empresa. Este é um compromisso assumido pela equipa, que gere o tempo do projecto de forma a poder cumprir o objectivo, por vezes passando noites e fins-de-semana no *atelier.*

1.



2.



3.



1 Visualização em *wireframe* da infografia do estúdio Relajaelcoco
2. Pablo Galeano
3. Francesco Furno

1.2 Objectivos do Estágio

Um estágio curricular é entendido como processo de vivência prático-pedagógica, que aproxima o académico da realidade de uma área de formação, auxiliando a compreensão de diferentes teorias que regem o exercício profissional. Desta forma, a aproximação à prática profissional em contexto de trabalho real nas dimensões conceptuais, técnicas, de produção e interpessoais é um dos principais objectivos gerais a ser alcançado no decorrer da sua prática. O aprofundamento de conhecimentos conceptuais, estratégicos e técnicos orientados para aplicações criativas no universo do design gráfico, visando o desenvolvimento de competências reflexivas, estratégicas e metodológicas associadas à prática profissional, é também outro objectivo da concretização deste estágio.

O estágio no estúdio *Relaja el Coco* tem como objectivos específicos:

1. Integrar uma equipa profissional;
2. Conhecer a dinâmica e metodologia de trabalho do estúdio;
3. Desenvolver projectos na área de design gráfico, conferindo o perfil de competências de designer editorial e respondendo eficazmente às necessidades projectuais dos diferentes objectos de comunicação;
4. Explorar o método racional de organização editorial, através do uso da grelha e da combinação harmónica de elementos gráficos;
5. Desenvolver competências criativas associadas à prática profissional em atelier, concretizando projectos dirigidos ao mundo real, de forma a adquirir conhecimentos e promover o trabalho prático necessário às áreas multidisciplinares da edição.
6. Desenvolver competências intra e interpessoais;
7. Desenvolver um processo de reflexão sobre a relação dialética estabelecida entre a teoria e prática.

1.3 Integração na Equipa

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.

Durante a entrevista, após termos descrito os respectivos portefólios, a equipa *Relaja el Coco* afirmou que por norma não aceita estagiários, mas que as nossas capacidades e excelente cuidado gráfico suscitaram bastante interesse. No que a mim mesma dizia respeito, referiram que tinha um registo gráfico bastante peculiar e refrescante, com traços do movimento *Pretty Ugly* [1], chegando a comparar o meu registo ao do designer gráfico espanhol Pablo Abad, bastante conceituado e, por sinal amigo, da equipa *Relaja el Coco*.

---

1. *Pretty Ugly* - termo referente a um movimento interdisciplinar, abrangendo a área do design gráfico, onde as regras são quebradas na tentativa de prender a atenção do público. É o "feio propositado", onde são mesclados elementos feios de forma a criar uma identidade visual única. O *Pretty Ugly* é um movimento contra os critérios estabelecidos, explorando um novo território, influenciando a vanguarda do design. Por trás da estética feia há mais do que apenas uma rebelião visual, forma-se um sistema e um novo vocabulário, que lhe dá flexibilidade para a comunicação da mensagem.

Para avaliarem as nossas aptidões quer ao nível gráfico, na área editorial e infográfica, como na usabilidade de programas do *Adobe*, fomos submetidas a dois testes de capacidades, respectivamente no *Indesign* e no *Illustrator*.

De facto, uma das valias que importa frisar é o domínio de determinadas funcionalidades técnicas associadas a um programa de computador, como o *Adobe Indesign*, o *Adobe Ilustrator* e o *Adobe Photoshop* que, em termos de *software*, foram as ferramentas imprescindíveis, sem as quais seria impossível a integração em ambiente de estágio.

No *Adobe Illustrator* foi-nos proposta a elaboração de infografia de uma receita culinária, tarefa em que fomos avaliadas individualmente pela capacidade de transformação da informação verbal em visual, pela capacidade de síntese da ilustração e pela qualidade do traço vectorial.

No *Adobe InDesign*, foi-nos proposto fazer *layouts* editoriais com conteúdo das edições anteriores da revista Jotdown. Desta forma, propuseram-nos que fizéssemos um layout completamente livre, apenas com a grelha do layout da *Jot Down* de base, e outros três que reproduzissem fielmente os *layouts* existentes na 2ª edição da *JD*, ou seja, refazê-los de maneira a ficarem iguais aos da revista já publicada.

Pelo *feedback* que obtivemos, os resultados dos testes de competências foram bastante positivos, revelando que estávamos a um nível confortável para a elaboração de trabalhos com esta equipa.

É de referir que através do serviço *Dropbox*, o estúdio recebe vários arquivos dos seus clientes de toda a parte do mundo, o que não só constitui uma excelente forma de armazenamento de materiais, como permite a sua partilha entre os elementos da equipa. Esta ferramenta é, pois, imprescindível para o estúdio *Relaja el Coco*, dado que os arquivos

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.



4. Edifício Telefónica situado na Gran Via, Madrid. Local do estágio

TESTE DE CAPACIDADES

Infografia

ADOBE ILLUSTRATOR

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.

4.

Receita
Bacalhau à brás

400 g de bacalhau
500 g de batatas
6 ovos
3 cebolas
1 dente de alho
sal e pimenta

1.
Escalde o bacalhau, tire-lhe a pele e as espinhas e desfie-o bem

2.
Cortam-se as batatas em palha e fritam-se batatas em óleo bem quente

3.
Pique as cebolas e os dentes de alho

4.
Bata energicamente os ovos, temperados com pimenta moída.

5.
Refogue a cebola e o alho no azeite. No mesmo azeite frite o bacalhau até ficar um pouco rijo. Depois misture tudo muito bem e retire do lume.

Objectivo: Criar infografia da receita de um modo sucinto e simplista

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.

4.



1.
Escalde o bacalhau, tire-lhe a pele e as espinhas
e desfie-o bem

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.

4.

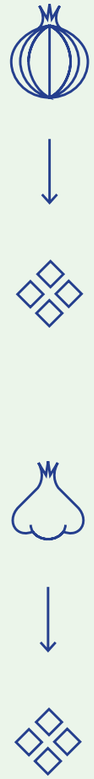


2.
Cortam-se as batatas em palha e fritam-se batatas em óleo bem quente

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.

4.



3.
Pique as cebolas e os dentes de alho

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.



4.
Bata energicamente os ovos, temperados com pimenta moída.

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.

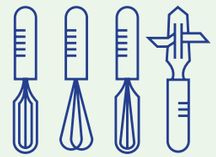
4.



Diversos
Sal e pimenta.

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.



Diversos
Instrumentos de cozinha

Uma boa integração quer na equipa e quer no local de estágio é um aspecto fundamental para uma eficaz dinâmica de trabalho.

De início fomos apresentadas não só á equipa dos *Relaja el Coco*, como também a toda a equipa da *Origo* que nos receberam calorosamente, sendo-nos possibilitada uma visita às magníficas instalações da *Wayra,* de forma a conhecermos as principais áreas de lazer, que favoreceram as condições ideais para o desenvolvimento do estágio. Seguidamente, fomos entrevistadas num ambiente bastante descontraído, onde tivemos que expor um pouco do nosso portefólio pessoal. O *feedback* positivo durante a entrevista, as informações esclarecedoras e cordiais sobre funções a desempenhar e o ritmo de trabalho no *atelier* foram, sem dúvida, o primeiro passo para o sucesso desta integração.

TESTE
DE
CAPACIDADES

4.

RELAJA EL COCO

TESTE DE CAPACIDADES

Paginação e composição gráfica editorial

ADOBE INDESIGN

Uma
estág
dinâ

De i
Coco
bera
mag
prin
para
entr
tiver
O *fe*
escla
ritm
pass

1.
LAYOUT LIVRE
La historia detrás del Trono de Hierro

Objectivo: Criar um *layout* editorial livre, apenas com o material fornecido

Material fornecido:

Layout de base
+
2 imagens a preto e branco
+
Documento Word com o texto
+
Revista JotDown nº2 para inspiração

NOTA
Os layouts apresentados nesta secção não estão à escala real.

s
ão
fi-

ıto
ma,
ser

e

o
ıra o
e a
ınto

ão
ltar

LA HISTORIA DETRÁS DEL TRONO DE HIERRO

Iván Giménez Chueca



CABALLEROS, MESNADAS DE GUERREROS DIRIGIDOS POR señores feudales, imponentes fortalezas, damas supuestamente virtuosas... basta observar unos pocos minutos de un capítulo de *Juego de Tronos* para comprobar su innegable inspiración en la Edad Media. Pero hay mucho más, no solo es una cuestión de estética. George R.R. Martin se inspiró en la Historia para construir la compleja y apasionante trama de la serie (y los libros).
El autor estadounidense así lo ha reconocido en diversas entrevistas desde que ses publicara el primer tomo de *Canción de Hielo y Fuego*. Principalmente destaca la Guerra de las Rosas, un conflicto dinástico en la Inglaterra del siglo XV, pero el escritor estadounidense ha reconocido que también se inspiró en las Cruzadas así como la Guerra de los Cien Años.
Con este planteamiento inicial, viene una idea a la cabeza: ¿si hay tanta base histórica, por qué no escribir una saga sobre la Guerra de las Rosas? Para el autor y guionista estadounidense, los géneros fantástico e histórico beben mutuamente el uno del otro. Martin ha explicado en diversas ocasiones que la Historia es una importante fuente de inspiración, pero que añade el factor de fantasía para conseguir una mayor libertad a la hora de narrar lo que él quiere.
En este sentido, Martin siempre apunta que se ha inspirado en los hechos del ámbito anglosajón y francés. Entre sus influencias siempre también ha destacado la novela histórica con autores como Maurice Druon (autor de la saga de *Los reyes malditos*) o Thomas B. Costain (creador de obras como *El cáliz de plata*). No solo los hechos, sino que también los lugares y personajes tienen su reflejo en lo sucedido siglos atrás.
Además de lo reconocido por el propio Martin en sus apariciones públicas, los fans tampoco paran de discutir en foros —como son Westeros (en inglés www.westeros.org) y Asshai (en castellano www.asshai.com)— y blogs sobre qué hechos, personajes y lugares de la historia tienen su reflejo en las páginas y capítulos de *Juego de Tronos/Canción de Hielo y Fuego*.
Eso sí, tampoco hay que buscar calcos exactos. George R. R. Martin no se cansa de repetir cuando le preguntan que no ha hecho traslaciones directas, en especial en lo referente a los personajes. El presente artículo pretende añadir un poco de luz a todos estos referentes, tantos los confesado claramente por el autor, como los que sus fans han encontrado en el desarrollo de la trama.

Los verdaderos Lannister y Stark

El eje de las dos primeras temporadas de Juego de Tronos es el enfrentamiento entre las Casas Lannister y Stark. Su inspiración histórica es la Guerra de las Rosas, un gran conflicto dinástico que marcó el final de la Edad Media en Inglaterra en diversos períodos entre 1455 y 1485. En la vida real, las casas de York y Lancaster se enfrentaron por el control del trono a través de una serie de batallas y conspiraciones.
George R. R. Martin apostó por este conflicto porque es una muestra de la lucha por el poder. Pero la realidad supera a la ficción en crudeza. La Guerra de las Rosas no se desencadena por una causa romántica como en *Juego de Tronos*. Aquí no hay un Ned Stark que intenta demostrar que la sucesión al reinado de su amigo Robert no se va a hacer de manera legítima. En la Inglaterra del siglo XV las dos casas exhibían derechos sucesorios (ambas estaban emparetadas con los reyes Plantagenet) para reforzar su reclamación.
Entre los York y los Lancaster no hubo buenos ni malos claramente definidos, como en *Juego de Tronos*; en ambos bandos hay actitudes maquiavélicas. El autor capta la esencia de la historia creando un complejo conflicto dinástico en un mundo medieval, donde los derechos de cuna se utilizan para llegar al trono.
Volviendo a los paralelismos, y si vamos más allá de las notables semejanzas fonéticas entre Lannister/Lancaster y Stark/York, los primeros tenían a uno de los suyos como rey en el trono de Londres al comenzar el conflicto, Enrique VI. Además, la facción lancasteriana era célebre por su enorme riqueza. Por su parte, los York tenían principalmente sus posesiones y aliados en el norte del reino, como Invernalia. De hecho, y para quienes tengan un nivel elevado de la lengua de Shakespeare y vean la serie de HBO en versión original, podrán comprobar que los personajes Stark hablan con acento del norte de Inglaterra.
Pero la Guerra de los Cinco Reyes que vemos en *Juego de Tronos* también se apoya en otras referencias históricas. Por ejemplo, el gran combate que culmina la segunda temporada en el río Aguasnegras ante las murallas de Desembarco del Rey no tiene



su equivalente en la Guerra de las Rosas, sino en un asedio a Constantinopla, capital del imperio bizantino, en el siglo VII. (Atención que viene un SPOILER) En el 677 d.C. las tropas del Califato de Damasco asediaban esta ciudad por tierra y por mar. Los bizantinos decidieron intentar romper el asedio atacando con sus barcos a la flota árabe. Esta última era más numerosa pero fue estrepitosamente derrotada por el uso de «fuego griego» , y su derrota propició que se levantara el asedio.

Esta sustancia que inspira al fuego valyrio se trataba de una combinación de hidrocarburos muy inflamables —semejante al napalm y que inspira al fuego valyrio de la serie.

En aquella jornada de 677, ocasionó terribles estragos entre los barcos árabes. Además, y para los lectores de *Choque de Reyes*, el Cuerno de Oro (como se conocía al puerto de Constantinopla) estaba protegido por una gran cadena para evitar una invasión por mar. Una idea que «copia» en la ficción Tyrion Lannister para defender Desembarco del Rey (esto último no apareció en la serie por falta de tiempo y presupuesto para la batalla).

Los protagonistas reales de Poniente

Además de los hechos, Martin ha hablado en numerosas ocasiones de los personajes históricos en los que se ha inspirado para crear a los suyos en *Juego de Tronos*. Por ejemplo, el rey Robert Baratheon tendría un reflejo en Eduardo IV de Inglaterra (reinó entre 1461 y 1470), un monarca que fue un gran comandante militar pero que también demostró una gran afición por la caza, la bebida y las mujeres (e hijos ilegítimos).

Mientras que la inspiración para la bella y cruel Cersei vino de dos reinas de este período: Margarita d'Anjou y Elizabeth Woodville. Esposas de Enrique VI (rey entre 1422 y 1461) y Eduardo IV respectivamente. Ambas se tuvieron que enfrentar a los lores protectores del reino (el cargo de Mano del Rey podría ser perfectamente su equivalente) ante las incapacidades o muertes de sus maridos. También destacaron por la firme defensa de los intereses y posición de poder de sus respectivas familias. En este sentido, Margarita de Anjou, al igual que Cersei en la ficción, fue la responsable de desencadenar el conflicto contra los York. Demostró ser una política implacable para defender los intereses lancastarianos. Convocó un consejo y consiguió convencer a la mayoría de casas nobiliarias para marginar a los York, por sus maniobras conspirativas para hacerse con la corona. Esta acción supuso que la casa nobiliaria norteña tomara las armas.

Por su parte Elizabeth Woodville también tenía fama en la época de ser la mujer más bella de Inglaterra, un rasgo que guarda con Cersei; las referencias al atractivo físico de la leona Lannister son constantes en los libros y la serie. Por su parte, la Woodville también fue célebre por favorecer a sus familiares para que accedieran a puestos claves en la corte, y en especial a su hermano Ricardo. Aunque no hay indicios de que llegaran a un tórrido romance incestuoso como Jaime y Cersei.

Pero si hay un personaje de la Guerra de las Rosas que parece ser una gran fuente de inspiración para Juego de Tronos, ese es Ricardo III (rey entre 1483 y 1485). El último monarca de la casa York es en una célebre figura en el mundo anglosajón gracias a que William Shakespeare le hacía pedir un caballo a cambio de su reino. La pluma del célebre dramaturgo y la propaganda de sus enemigos lo convirtieron en un villano que conspira para conseguir los derechos a la corona; mientras que algunas fuentes históricas dan una imagen diferente.

Parece ser que Ricardo III habría servido de inspiración para tres personajes, tanto en su vertiente histórica como literaria. Martin vuelve a hacer gala de su gusto por la libertad adaptativa y lo habría utlizado tanto para inspirarse en la creación de lobos y leones, sin guardar un paralelismo estricto con la casa de York, a la que pertenecía el monarca. El primer de la lista es Ned Stark, quien acogería la vertiente más realista de este monarca en su lucha por contener las ambiciones Lannister al trono. Ricardo III antes de ser rey fue nombrado Lord Protector del Reino a la muerte de su hermano, el ya mencionado Eduardo IV, y actuó como regente a la espera de la mayoría de edad de su sobrino Eduardo. Ahí tuvo que enfrentarse a las ambiciones de la madre del futuro soberano, Elizabeth Woodville, quien como hemos visto, no perdía oportunidad para intentar acrecentar el poder de la familia.

Ricardo III fue más hábil que el líder de los Stark. Encarceló y ejecutó a algunos nobles afines a Elizabeth, y consiguió que su matrimonio y el de su hermano Eduardo IV fuera declarado ilegítimo. Esto hizo que los hijos de la pareja quedaran fuera de la línea sucesoria y el propio Ricardo pasaba a ser el legítimo dueño de la corona.

Otro personaje estrella de serie también tendría su inspiración en Ricardo III: Tyrion Lannister. El monarca inglés también fue jorobado deforme (estos rasgos del Gnomo aparecen en las novelas y no en la serie). Ambos personajes se sienten marginados dentro del linaje familiar — recordemos la agria conversación entre Tywin y su hijo en la primera temporada— Además, si recorremos a la vertiente literaria del rey inglés, los dos son conspiradores, y (atención SPOILER), ambos son acusados de conspirar contra sus sobrinos.

Un último detalle: antes de ser célebre por su interpretación de Tyrion, Peter Dinklage protagonizó con éxito en los escenarios neoyorquinos la obra de Shakespeare sobre el monarca inglés. Finalmente, Stannis Baratheon sería el tercer Ricardo III de Juego de Tronos, y combina también sus vertientes históricas y literarias. Los dos tienen una reclamación legítima sobre el trono después de que se demuestre que los matrimonios de su

Uma
estág
dinâ

De i
Coco
bera
mag
prin

para
entr
tiver
O *fe*
escla
ritm
pass

ão
fi-

to
ma,

ser

e

o
ra o
e a
nto

ão
ltar

O uso da grelha e análise de erros no Layout Livre

ERROS

1.
A imagem do 1º *layout* não foi ajustada de forma a ocupar o *bleed*/ margem de corte;

2.
A imagem do 1º *layout* também não foi ajustada correctamente à grelha;

3.
Os séculos não foram colocados em versalete;

4.
Indicação de parágrafos sem espaço de linha entre parágrafos;

LA HISTORIA DETRÁS DEL TRONO DE HIERRO

Iván Giménez Chueca



CABALLEROS, MESNADAS DE GUERREROS DIRIGIDOS POR señores feudales, imponentes fortalezas, damas supuestamente virtuosas... basta observar unos pocos minutos de un capítulo de *Juego de Tronos* para comprobar su innegable inspiración en la Edad Media. Pero hay mucho más, no solo es una cuestión de estética. George R.R. Martin se inspiró en la Historia para construir la compleja y apasionante trama de la serie (y los libros). El autor estadounidense así lo ha reconocido en diversas entrevistas desde que ses publicara el primer tomo de *Canción de Hielo y Fuego*. Principalmente destaca la Guerra de las Rosas, un conflicto dinástico en la Inglaterra del siglo XV, pero el escritor estadounidense ha reconocido que también se inspiró en las Cruzadas así como la Guerra de los Cien Años. ¶

Con este planteamiento inicial, viene una idea a la cabeza: ¿si hay tanta base histórica, por qué no escribir una saga sobre la Guerra de las Rosas? Para el autor y guionista estadounidense, los géneros fantástico e histórico beben mutuamente el uno del otro. Martin ha explicado en diversas ocasiones que la Historia es una importante fuente de inspiración, pero que añade el factor de fantasía para conseguir una mayor libertad a la hora de narrar lo que él quiere. ¶

En este sentido, Martin siempre apuntaba que se ha inspirado en los hechos del ámbito anglosajón y francés. Entre sus influencias siempre también ha destacado la novela histórica con autores como Maurice Druon (autor de la saga de *Los reyes malditos*) o Thomas B. Costain (creador de obras como *El cáliz de plata*). No solo los hechos, sino que también los lugares y personajes tienen su reflejo en lo sucedido siglos atrás. ¶

Además de lo reconocido por el propio Martin en sus apariciones públicas, los fans tampoco paran de discutir en foros —como son Westeros (en inglés www.westeros.org) y Asshai (en castellano www.asshai.com)— y blogs sobre qué hechos, personajes y lugares de la historia tienen su reflejo en las páginas y capítulos de *Juego de Tronos*/*Canción de Hielo y Fuego*. ¶

Eso sí, tampoco hay que buscar calcos exactos. George R. R. Martin no se cansa de repetir cuando le preguntan que no ha hecho traslaciones directas, en especial en lo referente a los personajes. El presente artículo pretende añadir un poco de luz a todos estos referentes, tantos los confesado claramente por el autor, como los que sus fans han encontrado en el desarrollo de la trama.

Los verdaderos Lannister y Stark

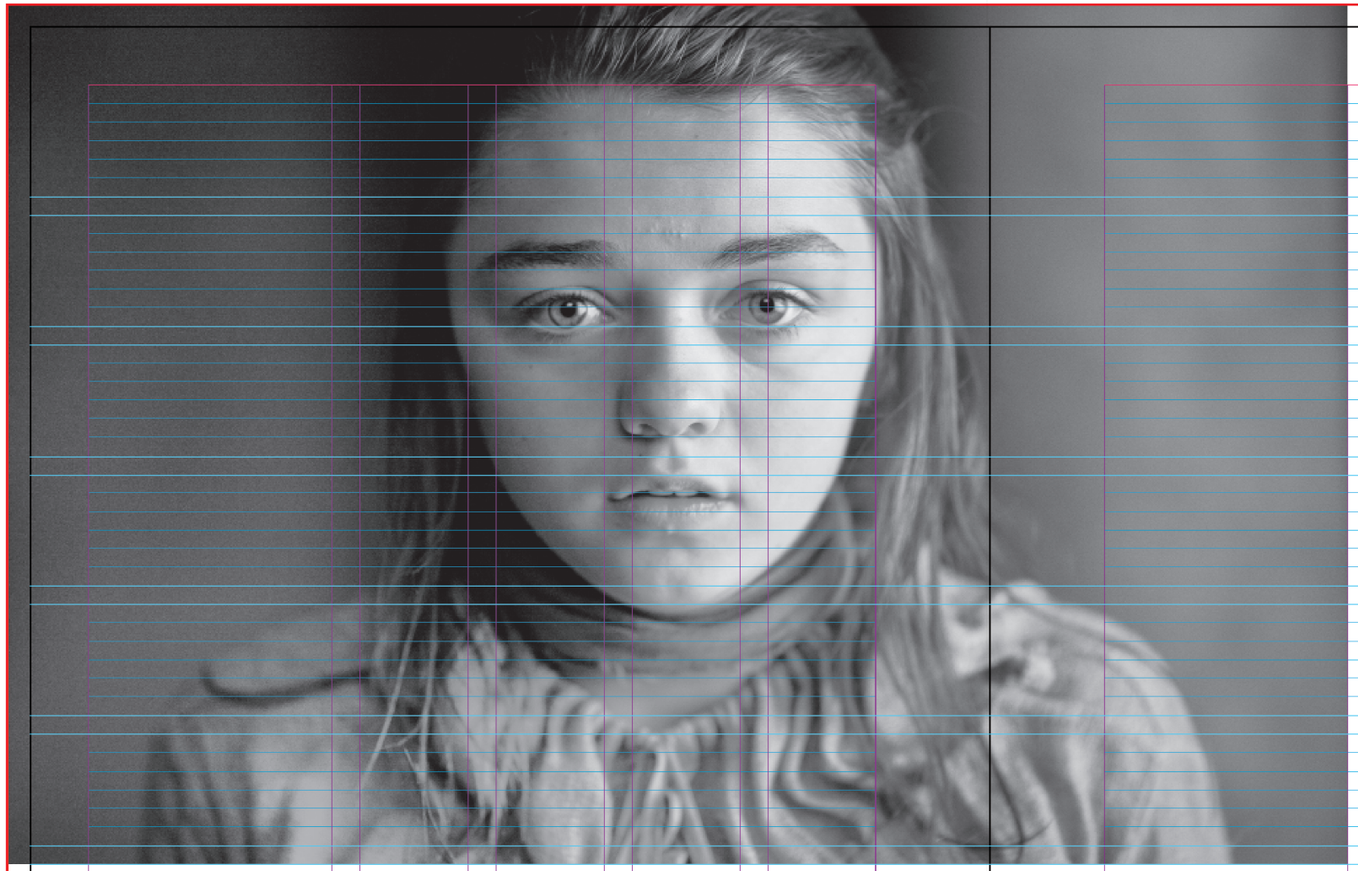
El eje de las dos primeras temporadas de Juego de Tronos es el enfrentamiento entre las Casas Lannister y Stark. Su inspiración histórica es la Guerra de las Rosas, un gran conflicto dinástico que marcó el final de la Edad Media en Inglaterra en diversos períodos entre 1455 y 1485. En la vida real, las casas de York y Lancaster se enfrentaron por el control del trono a través de una serie de batallas y conspiraciones. ¶

George R. R. Martin apostó por este conflicto porque es una muestra de la lucha por el poder. Pero la realidad supera a la ficción en crudeza. La Guerra de las Rosas no se desencadena por una causa romántica como en *Juego de Tronos*. Aquí no hay un Ned Stark que intenta demostrar que la sucesión al reinado de su amigo Robert no se va a hacer de manera legítima. En la Inglaterra del siglo XV las dos casas exhibían derechos sucesorios (ambas estaban emparetadas con los reyes Plantagenet) para reforzar su reclamación. ¶

Entre los York y los Lancaster no hubo buenos ni malos claramente definidos, como en *Juego de Tronos*; en ambos bandos hay actitudes maquiavélicas. El autor capta la esencia de la historia creando un complejo conflicto dinástico en un mundo medieval, donde los derechos de cuna se utilizan para llegar al trono. ¶

Volviendo a los paralelismos, y si vamos más allá de las notables semejanzas fonéticas entre Lannister/Lancaster y Stark/York, los primeros tenían a uno de los suyos como rey en el trono de Londres al comenzar el conflicto, Enrique VI. Además, la facción lancasteriana era célebre por su enorme riqueza. Por su parte, los York tenían principalmente sus posesiones y aliados en el norte del reino, como Invernalia. De hecho, y para quienes tengan un nivel elevado de la lengua de Shakespeare y vean la serie de HBO en versión original, podrán comprobar que los personajes Stark hablan con acento del norte de Inglaterra.¶

Pero la Guerra de los Cinco Reyes que vemos en *Juego de Tronos* también se apoya en otras referencias históricas. Por ejemplo, el gran combate que culmina la segunda temporada en el río Aguasnegras ante las murallas de Desembarco del Rey no tiene



su equivalente en la Guerra de las Rosas, sino en un asedio a Constantinopla, capital del imperio bizantino, en el siglo VII. (Atención que viene un SPOILER) En el 677 d.C. las tropas del Califato de Damasco asediaban esta ciudad por tierra y por mar. Los bizantinos decidieron intentar romper el asedio atacando con sus barcos a la flota árabe. Esta última era más numerosa pero fue estrepitosamente derrotada por el uso de «fuego griego» , y su derrota propició que se levantara el asedio.

Esta sustancia que inspira al fuego valyrio se trataba de una combinación de hidrocarburos muy inflamables —semejante al napalm y que inspira al fuego valyrio de la serie. ¶

En aquella jornada de 677, ocasionó terribles estragos entre los barcos árabes. Además, y para los lectores de *Choque de Reyes*, el Cuerno de Oro (como se conocía al puerto de Constantinopla) estaba protegido por una gran cadena para evitar una invasión por mar. Una idea que «copia» en la ficción Tyrion Lannister para defender Desembarco del Rey (esto último no apareció en la serie por falta de tiempo y presupuesto para la batalla).

Los protagonistas reales de Poniente

Además de los hechos, Martin ha hablado en numerosas ocasiones de los personajes históricos en los que se ha inspirado para crear a los suyos en *Juego de Tronos*. Por ejemplo, el rey Robert Baratheon tendría un reflejo en Eduardo IV de Inglaterra (reinó entre 1461 y 1470), un monarca que fue un gran comandante militar pero que también demostró una gran afición por la caza, la bebida y las mujeres (e hijos ilegítimos). ¶

Mientras que la inspiración para la bella y cruel Cersei vino de dos reinas de este período: Margarita d'Anjou y Elizabeth Woodville. Esposas de Enrique VI (rey entre 1422 y 1461) y Eduardo IV respectivamente. Ambas se tuvieron que enfrentar a los lores protectores del reino (el cargo de Mano del Rey podría ser perfectamente su equivalente) ante las incapacidades o muertes de sus maridos. También destacaron por la firme defensa de los intereses y posición de poder de sus respectivas familias. En este sentido, Margarita de Anjou, al igual que Cersei en la ficción, fue la responsable de desencadenar el conflicto contra los York. Demostró ser una política implacable para defender los intereses lancastarianos. Convocó un consejo y consiguió convencer a la mayoría de casas nobiliarias para marginar a los York, por sus maniobras conspirativas para hacerse con la corona. Esta acción supuso que la casa nobiliaria norteña tomara las armas. ¶

Por su parte Elizabeth Woodville también tenía fama en la época de ser la mujer más bella de Inglaterra, un rasgo que guarda con Cersei; las referencias al atractivo físico de la leona Lannister son constantes en los libros y la serie. Por su parte, la Woodville también fue célebre por favorecer a sus familiares para que accedieran a puestos claves en la corte, y en especial a su hermano Ricardo. Aunque no hay indicios de que llegaran a un tórrido romance incestuoso como Jaime y Cersei. ¶

Pero si hay un personaje de la Guerra de las Rosas que parece ser una gran fuente de inspiración para Juego de Tronos, ese es Ricardo III (rey entre 1483 y 1485). El último monarca de la casa York es en una célebre figura en el mundo anglosajón gracias a que William Shakespeare le hacía pedir un caballo a cambio de su reino. La pluma del célebre dramaturgo y la propaganda de sus enemigos lo convirtieron en un villano que conspira para conseguir los derechos a la corona; mientras que algunas fuentes históricas dan una imagen diferente. ¶

Parece ser que Ricardo III habría servido de inspiración para tres personajes, tanto en su vertiente histórica como literaria. Martin vuelve a hacer gala de su gusto por la libertad adaptativa y lo habría utlizado tanto para inspirarse en la creación de lobos y leones, sin guardar un paralelismo estricto con la casa de York, a la que pertenecía el monarca. El primer de la lista es Ned Stark, quien acogería la vertiente más realista de este monarca en su lucha por contener las ambiciones Lannister al trono. Ricardo III antes de ser rey fue nombrado Lord Protector del Reino a la muerte de su hermano, el ya mencionado Eduardo IV, y actuó como regente a la espera de la mayoría de edad de su sobrino Eduardo. Ahí tuvo que enfrentarse a las ambiciones de la madre del futuro soberano, Elizabeth Woodville, quien como hemos visto, no perdía oportunidad para intentar acrecentar el poder de la familia. ¶

Ricardo III fue más hábil que el líder de los Stark. Encarceló y ejecutó a algunos nobles afines a Elizabeth, y consiguió que su matrimonio y el de su hermano Eduardo IV fuera declarado ilegítimo. Esto hizo que los hijos de la pareja quedaran fuera de la línea sucesoria y el propio Ricardo pasaba a ser el legítimo dueño de la corona. ¶

Otro personaje estrella de serie también tendría su inspiración en Ricardo III: Tyrion Lannister. El monarca inglés también fue jorobado deforme (estos rasgos del Gnomo aparecen en las novelas y no en la serie). Ambos personajes se sienten marginados dentro del linaje familiar — recordemos la agria conversación entre Tywin y su hijo en la primera temporada— Además, si recorremos a la vertiente literaria del rey inglés, los dos son conspiradores, y (atención SPOILER), ambos son acusados de conspirar contra sus sobrinos.

Un último detalle, antes de ser célebre por su interpretación de Tyrion, Peter Dinklage protagonizó con éxito en los escenarios neoyorquinos la obra de Shakespeare sobre el monarca inglés. Finalmente, Stannis Baratheon sería el tercer Ricardo III de Juego de Tronos, y combina también sus vertientes históricas y literarias. Los dos tienen una reclamación legítima sobre el trono después de que se demuestre que los matrimonios de su

hermanos fueron una farsa. Ambos son buenos comandantes militares pero ambos no dudan en conspirar para eliminar a sus parientes de la línea de sucesión. ¶

Como curiosidad, la interminable y compleja Guerra de las Rosas terminó en 1485 con una solución de compromiso entre ambas dinastías contendientes. Isabel de York se casó con un miembro de una casa emparentada con los Lancaster: Enrique Tudor, quien pasaría a ser rey de Inglaterra. El hijo de la pareja, Enrique VIII, inspiraría otra célebre serie de inspiración histórica: *Los Tudor*.

Los trasfondos del Muro, los Targaryen y Khal Drogo

Más allá del enfrentamiento entre Lannister y Stark, las referencias están en otros puntos de la saga y se mantiene el ámbito de la historia medieval del mundo anglosajón. Tal y como reconoció George R.R Martin en una entrevista a la revista *Sci-Fi* en noviembre de 2000, para crear el Muro se inspiró en un viaje a Escocia en 1981 donde visitó los restos de la Muralla de Adriano, una fortificación de época romana construida para contener las tribus bárbaras del norte de las Islas Británicas, como los fieros pictos. En esta publicación Martin explica que se imaginó a un legionario contemplando con temor los enemigos que podían ocultarse en ese terreno inhóspito. ¶

A partir de aquí, Martin quiso añadir elementos propios de la fantasía e hizo al Muro más grande que hermano real en Escocia, y lo que había más allá tenía que ser más temible que los aguerridos pictos. ¶

Pero el Muro no es el único paralelismo geográfico que encontramos en *Juego de Tronos*. Los Siete Reinos de Poniente son una réplica de los Sietes Reinos sajones que conformaban el paisaje político de Inglaterra entre el siglo V y el IX, el período se conoce como la Heptarquía anglosajona. ¶

La Inglaterra sajona llegó a su fin con la llegada de los normandos en 1066, que impusieron una nueva dinastía gobernante. Los invasores estaban comandados por Guillermo el Conquistador, alter ego en nuestra saga de Aegon I, el primer rey Targaryen en las tierras de Poniente, y que instauró el gobierno de esta dinastía sobre los Siete Reinos. ¶

Si recordamos al célebre Khal Drogo, líder de los temidos jinetes dothraki, debemos personalizarlo en Genghis Khan y las poderosas huestes mongolas que atemorizaron al mundo en los siglos XII y XIII. Los caudillos y los guerreros montados comparten una fama de invencibles entre sus enemigos. También conforman una sociedad nómada muy belicosa, donde el líder debía ser fuerte; y proporcionar un botín abundante a sus hombres, si quería mantener el poder. ¶

Continuando con las peripecias de Daenerys Targaryen, encontramos otras claras referencias fuera del ámbito histórico anglosajón. Cuando conocemos al personaje se encuentra exiliada en Pentos, una de las Ciudades Libres y que recuerda a las ciudades-estado italianas, donde poderosas oligarquías de mercaderes dirigen sus destinos (de momento, este aspecto queda mejor reflejado en las novelas que en las series).

COMO CURIOSIDAD, LA INTERMINABLE Y COMPLEJA GUERRA DE LAS ROSAS TERMINÓ EN 1485 CON UNA SOLUCIÓN DE COMPROMISO ENTRE AMBAS DINASTÍAS CONTENDIENTES

Asimismo, las otras ciudades que la heredera Targaryen va encontrando en su camino tienen una inspiración en culturas antiguas como la egipcia debido a su claro componente esclavista y a la presencia de algunos elementos arquitectónicos como las pirámides. Otro pueblo que tiene un claro paralelismo en las páginas de Martin y los capítulos de la HBO son los vikingos. Sus replicantes en la ficción son la Casa Greyjoy, capaces de sembrar el terror con sus temidos ataques desde el mar, cuales hombres del Norte que atemorizaron a Europa en sus momentos de esplendor en los años más oscuros de la Edad Media.

Los guerreros de Juego de Tronos

Los fieros dothrakis y hombres de la Casa Greyjoy son solo una muestra de los guerreros en Juego de Tronos. Como ya se ha dicho, los ejércitos que despliegan las diferentes casas de los Siete Reinos recuerdan a las mesnadas medievales. Al igual que sus contrapartidas en la Europa feudal, la flor y nata de estos ejército son los poderosos caballeros, como parte de la nobleza y del sistema de vasallaje, aquí también aportan tropas ante la llamada de su señor para ir a la guerra. ¶

Si volvemos al frío Muro, la Guardia de la Noche bien podría ser una orden religioso militar de la época de las Cruzadas. De hecho, los camaradas de armas de Jon Nieve ofrecen un retrato más real y cercano a órdenes como los monjes guerreros templarios u hospitalarios que otras novelas de éxito que les atribuían supuesto conocimientos secreto sobre Cristo, y que nacieron tras el boom de *El Código Da Vinci*. ¶

Como los *milites christi*, los miembros de la Guardia de la Noche hacen un juramento de lealtad y pertenencia que los ata de por vida. Unos y otros fundamentan su organización por funciones. Su misión les impedía inmiscuirse en los conflictos entre reyes, sino proteger a su civilización de peligrosos enemigos exteriores. Para los que hayan avanzado en la lectura de los libros, a partir de *Tormenta de Espadas*, diferentes miembros de unidades mercenarias toman mayor protagonismo en la trama, tanto en Poniente como en las andanzas de Daenerys. Estos soldados de fortuna son modelados en *Juego de Tronos* a imagen y semejanza de las Compañías Libres de la Edad Media; estas unidades actuaron principalmente en Francia durante la Guerra de los Cien Años. Aunque también podemos encontrar ejemplos de estos guerreros en el ámbito mediterráneo, como fue el caso de los almogávares en las posesiones mediterráneas de la Corona de Aragón y de los condottieri en la Italia renacentista. ¶

Otros guerreros que generan debate entre los fans son los Inmaculados. En la serie han aparecido brevemente —son los guerreros que forman a la llegada de Daenerys a la ciudad de Qarth— ; pero que en el futuro tienen un papel más destacado. En el tercer libro de la saga se describe su entrenamiento, son preparados para la guerra desde pequeños de una manera que recuerda a los espartanos. Pero su condición de esclavos hace que muchos quieran ver referencias de unidades como los mamelucos egipcios o los jenízaros otomanos, que tenína sus orígenes en guerreros privados de libertad. ¶

Los personajes, hechos y lugares históricos enriquecen *Juego de Tronos*. Ayudan a Martin a buscar aquellos matices que han provocado que esta saga tenga miles de fans tanto en su vertiente televisiva como literaria. Por suerte no ha hecho un calco exacto, y así no hay manera de descubrir lo que puede venir a continuación. La Historia es un condimento excelente a la trama de los Siete Reinos, pero afortunadamente no es una guía. Al fin y al cabo, los giros argumentales inesperados es lo que convierten a la producción de HBO en uno de los grandes fenómenos televisivos de los últimos años. ■

Uma
estág
dinâ

De i
Coco
bera
mag
prin
para
entr
tiver
O *fe*
escla
ritm
pass

2.
REPRODUÇÃO DE LAYOUTS DA JOT DOWN Nº2
3 Layouts

Objectivo: Conceber 3 *layouts* editoriais iguais aos presentes na JD nº2

Material fornecido:

Layout de base
+
imagens a preto e branco
+
Documentos Word com o texto
+
Revista *Jot Down* nº2 de apoio

s
ão
fi-

ıto
ma,
ser

e

o
ıra o
e a
ınto

ão
ltar



Uma
estág
dinâ

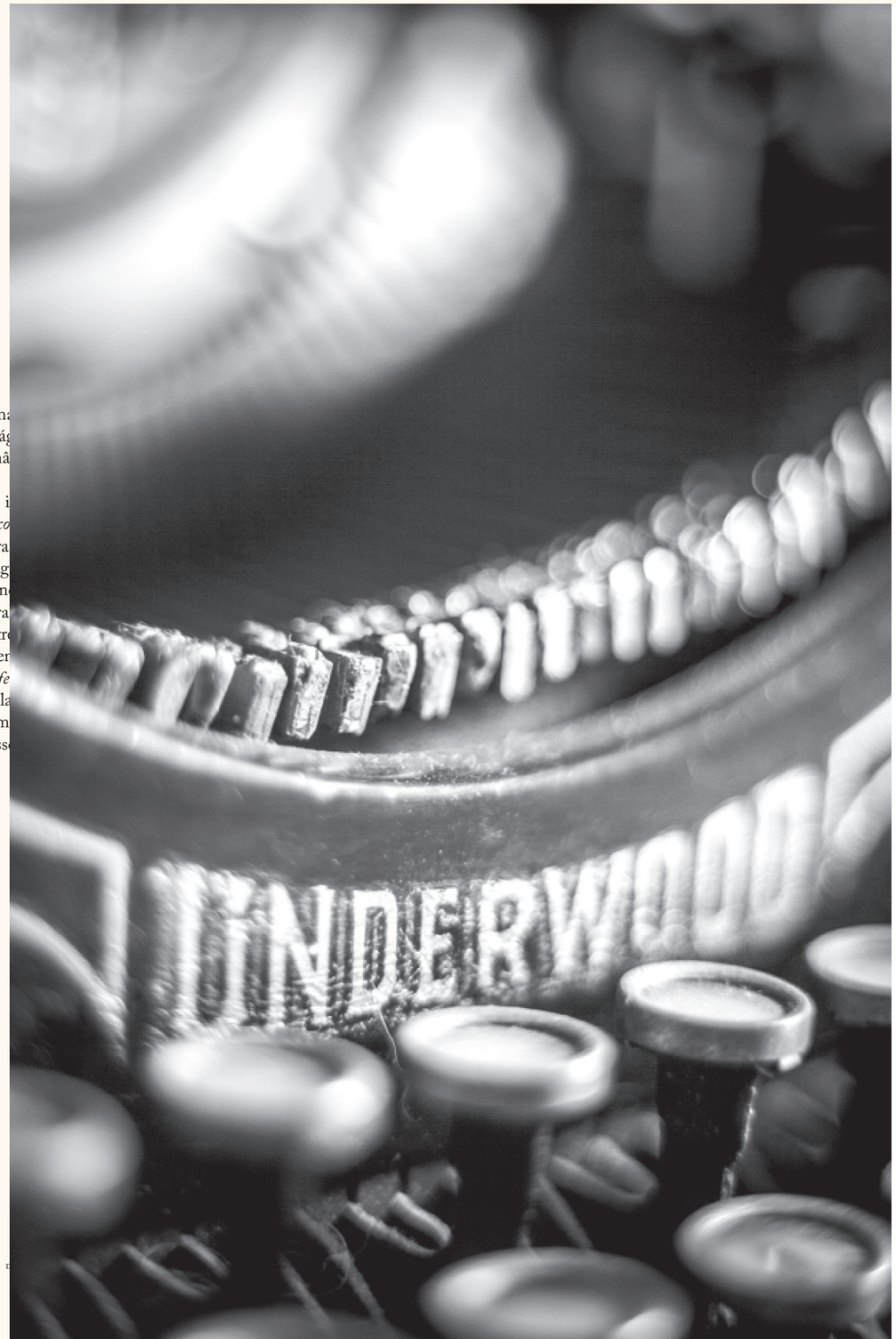
De i
Coco
bera
mag
prin
para
entr
tiver
O *fe*
escla
ritm
pass

GRAN BRETAÑA NOS HIZO ASÍ

por Fernando Olalquiaga

Siempre hemos sentido recelo hacia todo lo británico. Quizás la única excepción sea la práctica del fútbol, que acogimos con entusiasmo en los últimos años del siglo XIX, justo cuando los penúltimos restos del imperio español arrastraban a toda su población a un estado de melancolía, pesimismo e introversión del que aún no hemos salido del todo, y puede que no lo hagamos jamás. Y aunque el ímpetu con el que la marinería y parte de la oficialidad de los cargueros procedentes de Southampton y Plymouth, e incluso hay quien dice que de más allá de las Órcadas y las Shetland, no tuvo muchos escollos que salvar a la hora de montar pachangas en las playas de Guetxo o Punta Umbría, no es difícil imaginar las acusaciones de delitos de lesa patria que en aquel entonces se cruzaron comunidades enteras de vecinos hasta entonces bien avenidos de las márgenes más industrializadas del Nervión y el Río Tinto. Porque al español le gusta presumir de ser el rey de la fiesta, pero realmente la vida social en España, la vida social en este país, como al parecer es preceptivo decir ahora, quizás para mantener una ambigüedad respecto a quién debe uno rendir cuentas que puede ser muy útil en alguna situación de la que no estamos plenamente seguros, pero que intuimos que está a la vuelta de la esquina — y este es un ejemplo de esa introversión a la que se hacía referencia y que en principio parece tan poco característica de nuestro *élan vital* — la expresión de alegría popular que tanto asociamos a lo más característico de sea lo que sea España, no deja de ser un lamento prolongado al que unas veces damos salida en forma de saeta y muchas otras de golpe de estado. Y en las demás ocasiones, en todas esas situaciones en que tratamos de disimularlo, simplemente refleja una alegría terriblemente triste y hueca.

Para curarnos de nuestros males echamos mano de los británicos. Nuestros amigos los ingleses, pues ya sabemos que la auténtica identidad nacional es tener un equipo de fútbol que te represente, y esa es toda la geografía que necesitamos, son pomposos, engreídos y cargantes. Su humor es negro, mustio y atribulado; beben la cerveza caliente y untan con salsa de menta las chuletas de cordero, cerdo, pato y otros animales, de granja o no, cuya clasificación taxonómica levanta disputas aparentemente irreconciliables, muchas veces de carácter violento, en oscuras publicaciones especializadas a las que nadie confiesa estar suscrito, pero que todos han leído. Los adolescentes que pasan unos meses de verano en las ciudades costeras de East Sussex y Kent regresan con sombrías historias de incursiones nocturnas a la cocina en busca de alimento, y detallan los elaborados planes necesarios para llevarlas a cabo, no siempre a buen fin, y al contarlas les brillan los ojos y se les queda la boca seca. Hablan de restricciones a la hora de usar la ducha y otros servicios imprescindibles para mantener los estándares civilizados de higiene personal; describen, con una precisión técnica que hace temblar al oyente de temperamento más impasible, candados, cerraduras, seguros, pasadores y, en ciertos casos, dispositivos de seguridad electrónica aplicados a cada uno de los electrodomésticos que en cualquier hogar normal serían de uso diario. Buscan los rayos del sol y los absorben siguiendo un proceso fotosintético no del todo explicado, pero que les hace derramar lágrimas de gratitud. Tiemblan al oír la palabra sándwich, aunque sea de lejos.



Uma
estág
dinâ

De i
Coco
bera
magi
prin
para
entr
tiver
O *fe*
escla
ritm
passe

EL PERIODISTA NO ES UN HÉROE

por Javier Gómez
fotografía: Alberto Gamazo

EN PLENA PASIÓN POR *NEWSROOM* Y SU PERIODISMO idealizado de sonrisas perfectas y frases para la Moleskine, una serie de la BBC, *State of play*, contó el periodismo como es, con sus miserias y sus cicatrices. El periodista héroe frente al periodista que busca la verdad... sobre todo si vale para portada.

Recuerdo cuando el desasosiego me llamó por teléfono. Sonaba derrotado, insomne, agujereado. Iba vestido de madre con un hijo asesinado. Su pequeño tenía 10 años cuando descubrió la crueldad real de unas bombas que solo conocía por los videojuegos. En una guerra, alguien habría escrito que el niño fue una «víctima colateral», esa mala suerte disfrazada de los partes. Pero no. Habitaba en el norte pijo de Madrid.

Era un reportaje para un diario nacional. Habíamos visitado la casa de la familia dos días antes de aquella llamada. Penetramos en un apartamento burgués, de esos en los que siempre sobra pasillo. Las persianas y el humor caían en penumbra. La familia había bañado su rabia en cristianismo resignado, con su ración de crucifijos y cuadros sacros. El redactor jefe nos lo dejó claro, más o menos como siempre: «Quiero una foto que pegue fuerte. Una foto de portada».

El fotógrafo, un tipo con la bondad de quien necesita entender las miradas, condujo el trance con pudor y educación. Bordó un magnífico retrato de la familia con unos claroscuros de ventana antigua que mascaban tristeza. Pero el *capo* nos había recomendado una puesta en escena y nos avisó de que no volviéramos sin ella: la madre posando con la foto «más grande que tuviera» de su hijo asesinado. La gente no suele tener réplicas en cartón piedra de los vástagos que les asesinan, así que al final, algo avergonzados, le pedimos que buscara una foto del niño. Accedió. Tras unos pocos clics, con una mueca de incomodidad retenida, nos sugirió si ya teníamos lo que queríamos. Era un martes.

La historia se publicaría el fin de semana. Dos días después de la visita, el drama estaba tecleado cuando, como decía, sonó el teléfono de la redacción. Era el desasosiego con su hilo de voz a rastras.

—Quería pedirte un favor. ¿Recuerdas aquellas fotos con el retrato de mi hijo? No sé cómo decirlo. Me parecen macabras. No he dormido estos dos días pensando en ello.

—No te preocupes. Faltaría más. Es tu vida. Es tu imagen. Es tu hijo —fue lo primero (y lo único) que alcancé a decir.

La historia estaba completa. Iba a ser portada. No la tenía ningún otro medio. Debajo del titular, la madre

s
ão
fi-

ıto
ma,
ser

e

o
ura o
e a
nto

ão
ltar

con el retrato de su hijo evaporado. La mujer solo pedía una pizca de decoro. Transmití la llamada a mi redactor jefe, dando por hecho el cambio de imagen. Se negó aduciendo que el periodismo no estaba «para fotos de concurso». A mi ex jefe, por si hay dudas, no le habían asesinado a ningún hijo. La gresca pasó a un despacho superior, donde se me aconsejó que lo saldara con la foto prevista, sin decirle nada a la señora pero «con un pie de foto amable». Ninguno de ellos aceptó explicarle todas esas consideraciones periodísticas a la madre. No importa cómo acabara la historia. Ni en qué periódico pasó: podría ser cualquiera de los muchos que he conocido.

Nunca he creído que el mundo fuese un lugar especialmente acogedor. Ni he tenido mucha fe en la bondad de ustedes y yo, eso que llamamos género humano. Me pasa algo parecido como espectador. Soy escéptico y cínico. Un *casting* fallido del optimismo *hollywoodiano* que ha encontrado en las series un alivio para su pesimismo crónico. La vida tiende a ser una mierda, la política suele apestar y el periodismo es un nido de listos y tramposos. ¿Hay excepciones? Digamos que esa es la palabra.

Cada heroísmo esconde su ración de mezquindades. El pesimismo tiende a ser sincero. Lo intuyen los espectadores de las archiconocidas *The Wire* o *Treme*. Y también quienes vieran una miniserie de la BBC llamada *State of Play* (2003). Si quieren cuarto y mitad de idealismo, trajes bien planchados y una colección de frases para la Moleskine, pónganse la cacareada *Newsroom*. Disfruten de una mentira bien contada. No hay nada malo en ello: en sus frases perfectas, en su heroicidad de teletipo, en esa morfología de la perfección *made in Sorkin*, que ya destripó Vladimir Propp con los cuentos hace casi un siglo. Tampoco existe Batman y se pasan un par de horas buenas en el cine con Christopher Nolan.

State of Play (su hortera traducción es *La sombra del poder*) no tiene los mejores actores, su dirección no es apabullante ni destila modernidad. Lo sé. Pero es una historia sólida. Bien contada. Sin fisuras. Que no edulcora la realidad. Llámenlo *khedirismo* artístico (y no la confundan con la película de Russel Crowe y Ben Affleck, su *remake* en el cine).

Un puñado de periodistas investiga la muerte de la asistente de un diputado británico. Van por delante de la policía. Para lograr su propósito, no escatiman en atajos morales ni legales. Allanamientos de morada, engaños, robos, obstrucción a la justicia, grabaciones con desconocimiento del entrevistado, pago a fuentes para desvelar secretos profesionales... al final uno empatiza con la banda de sabuesos periodísticos, pero la serie nunca oculta lo que son: una banda de cabrones. Con un fin tan loable —descubrir la verdad— como egoísta —una buena historia de portada—.

Cuando se emitió, en 2003, se dijo que enmascaraba la realidad y dejaba en mal lugar al periodismo británico. Nueve años después, concluido el caso *News of the World*, la conclusión es que se quedó corta: el tabloide llegó a *pinchar* el teléfono de una niña asesinada y borrar mensajes de él antes de que los tuviera la policía.

Dicen los británicos que «si te gustan las salchichas, mejor no ir a una fábrica para ver cómo se fabrican». Un refrán que emparenta la información con los embutidos. Los que hemos pasado por un puñado de redacciones sabemos que el periodismo de investigación, la mayoría de las veces, se reduce a una llamada al periódico del partido político de enfrente. He visto a un director circular por la redacción mientras por el móvil perfilaba el editorial con un ministro. A otro decidir, en plena noche electoral, con el escrutinio empatado, a qué partido se le asignaba en la infografía un escaño que no se conocería hasta el día siguiente. A compañeros ocultar a sus interlocutores que eran periodistas mientras un fotógrafo disparaba desde un coche. A sabandijas hacerse pasar por inmigrantes para hurgar con la cuchara en el dolor ajeno de una sala de víctimas...

¿Es todo así? No. ¿Los medios engañan? En absoluto. ¿El periodismo es amoral? El periodismo son los periodistas que lo hacen. Con su cuota de balarrasas, cándidos, estafadores, tipos legales y grandes corazones. He trabajado con profesionales de una ética más espesa que un chaleco antibalas. Gente capaz de contar las mejores historias sin desenfundar un adjetivo de la cartuchera. Jefes que jamás habrían intentado darle el cambiazo al desasosiego de una madre. La mayoría nos conformamos con no pasarnos de rayas morales que muchas veces doblamos a nuestro antojo e interés.

El periodismo no está para cambiar el mundo, sino para denunciar sus miserias, contar buenas historias y aburrir lo menos posible. Podemos echar gobiernos, pero no seríamos capaces de cambiar ni una comunidad de vecinos. Así que no convirtamos a los periodistas en héroes. O, al menos, no nos lo creamos cuando nos lo cuentan. ■

fotografía: Junku Nishimura

Uma
estág
dinâ

De i
Coco
bera
mag
prin

para
entr
tiver
O *fe*
escla
ritm
pass

Análise de erros na reprodução de Layouts da JD

ERROS

Não houve erros cometidos na elaboração destes 3 *layouts*, todos os elementos gráficos foram colocados correctamente nesta etapa do teste de capacidades.

s
ão
fi-

ıto
ma,

ser

e

o
ıra o
e a
ınto

ão
ltar

Uma
estág
dinâ

De i
Coco
bera
mag
prin
para
entr
tiver
O *fe*
escla
ritm
pass

TESTE
DE
CAPACIDADES

RELAXA
EL COCO

1.4 Metodologia do Projecto

Com a utilização de uma metodologia de projecto, o processo de concepção de trabalhos torna-se mais objectivo, de modo a proporcionar uma economia de tempo de projecto e organização dentro da equipa. O método projectual necessita, então, de ser pensado e desenvolvido como instrumento eficiente para enfrentar desafios intelectuais, tecnológicos e financeiros, integrando saberes de diferentes áreas do conhecimento, para configurar um projecto multidisciplinar.

Entende-se, no campo de design, o enfoque multidisciplinar como um aspecto positivo, que auxilia no método de trabalho, através de diferentes visões enriquecedoras do projecto. Tal permite um sentido mais amplo e interrelacionado, propondo o diálogo na disciplina e nas atividades de design, com possibilidades provenientes, ainda, de outras disciplinas e áreas do conhecimento.

Desta forma, a metodologia projectual no estágio e processo reflexivo envolvem-se de muitas das competências adquiridas no processo formativo. A experiência curricular, por si, reveste-se de um conjunto de unidades que remetem para os campos teóricos e práticos do design e das várias inferências entre a sua produção e o resultado do produto final: as pesquisas, os esboços os vários procedimentos técnicos e práticos, foram naturalmente sendo sedimentados ao longo do percurso escolar. Nesta fase, foram valiosos esses conhecimentos, para uma exposição mais consistente dos procedimentos teórico-práticos em ambiente de estágio.

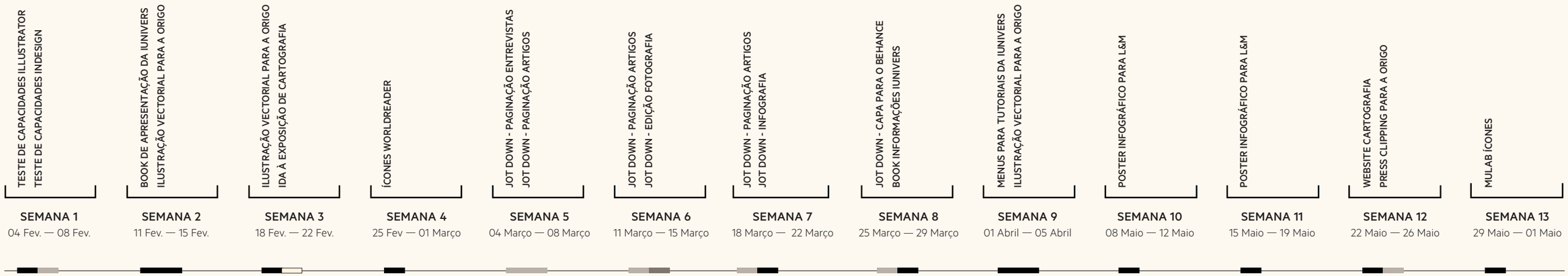
A primeira etapa da metodologia projectual envolve a apresentação do *briefing* e a sua discussão entre todos os elementos da equipa, sendo esta etapa crucial para um bom desenvolvimento de todo o desenrolar do projecto. O *briefing* resulta de uma reunião entre cliente e designer onde são transmitidas todas as informações que possam ser necessárias para a elaboração do projecto, com base nas condicionantes económicas, prazos, público-alvo, etc.

Como segunda etapa, seguia-se a pós-análise do *briefing* entre as duas estagiárias, de modo a sintetizar os dados, procurar respostas e soluções. De seguida, definiam-se as tarefas que caberiam a cada uma realizar, quando estas não eram definidas pelo orientador, esboçando-se uma planificação de trabalho.

A fase de pesquisa, ou seja, a investigação e o levantamento de dados necessários ou úteis para compreender o problema, podia estender-se durante todo o decorrer o projecto ou ser uma etapa de menor duração, consoante o tempo que se tem para a elaboração do projecto e a familiarização com determinada área ou cliente. Esta fase era um momento privilegiado a partir da qual era possível a recolha de materiais e informação, na procura de respostas, soluções e conceitos para o desenvolvimento do projecto.

Num quarto momento do processo de design, obtem-se o conceito e solução. Nesta fase elabora-se uma solução para o problema identificado nas etapas anteriores, chegando-se a um conceito que deverá estar explícito no desenvolvimento do projecto. No entanto, durante o desenvolvimento do projecto, por vezes geravam-se várias soluções para o mesmo problema, avaliando-se as diferentes alternativas em grupo e avaliando-se os critérios de proposta mais forte adequados ao público-alvo e atendendo à estética e funcionalidade. Desta forma, optava-se pela melhor versão de projecto, aprimorando-se essa versão de forma a resultar num produto final.

1.5 Cronograma do Estágio



LEGENDA

- Actividade cultural
- InDesign
- Photoshop
- Illustrator

O período do estágio curricular teve início no dia 4 de Fevereiro e terminou no dia 1 de Maio de 2013, com uma carga hóraria de 7 horas diárias durante 5 dias por semana, perfazendo um total de 405 horas.

No cronograma acima apresentado estão presentes todas as actividades desenvolvidas durante o período de estágio, distribuídas ao longo das 13 semanas da sua realização.

Como a actividade de um designer requer uma constante procura e inspiração visual, e como Madrid é uma cidade bastante cultural, na sexta-feira da terceira semana de trabalho visitou-se uma excelente exposição de Cartografia Moderna na Caixa Fórum.

CAPÍTULO II

Enquadramento teórico



Enquadramento Histórico
O Design Editorial em Espanha

2.1 Enquadramento Histórico

Mesmo com todos avanços tecnológicos os alicerces do design gráfico estão ligados à tradição livreira. O designer gráfico da actualidade não pode simplesmente ignorar as forças que, dentro ou fora do seu campo, influenciaram a forma e a funcionalidade do layout de uma página.A tecnologia da imprensa deu ao homem, com o livro, a primeira "máquina de ensinar".

Mirela Hoeltz

Os sistemas de informação que inspiram uma sociedade contemporânea em evolução são inevitavelmente desenvolvidos em torno da imagem. Tudo se traduz em comunicação visual, intencional ou não, tornando-se assim, a peça gráfica fundamental. Actualmente, com o desenvolvimento da ciência e da tecnologia, há uma vontade de romper com a tradição e o antigo, uma vez que se supervaloriza a informação, alargam-se fronteiras e rompe-se barreiras de tempo e espaço. Consequentemente, são geradas novas dúvidas e questionamentos com o passar do tempo.

"Na mesma medida que traz o novo, o inaugural, o verdadeiramente inusitado, o design contemporâneo parece conter na sua gênese uma dualidade paradoxal: transcende, ao mesmo tempo que continua, o modernismo, pois nada recusa, agregando tudo."

— Marlena Branca Sólio, *Conexão, Comunicação e Cultura*.

O entendimento de design gráfico evoluiu desde o tempo em que não existia "o nome" para o qualificar. Ainda hoje é difícil de defini-lo numa resposta unânime, embora seja mais fácil compreendê-lo. Em termos de trajecto histórico, importa evidenciar que não é tratada apenas a evolução do design gráfico, mas também a sua expressão nos mais variados suportes físicos, enquanto sistema de comunicação. Assim, o estudo das origens do design gráfico no seu enquadramento histórico e social revela-se importante a nível profissional, uma vez que a prática contemporânea de design editorial se baseia numa longa experiência e evolução de técnicas, conceitos e nas necessidades actuais.

O equilíbrio entre carácter prático e teórico motiva a escolha da área de abordagem do campo teórico, que integra o presente documento. A experiência da interdisciplinaridade é tão evidente no percurso formativo que se impôs enquanto objecto de estudo e, neste caso particular, a área disciplinar de preferência, o design editorial.

2.1.1 O meio impresso

A presença de publicações impressas nos mais variados espaços urbanos é, sem dúvida, um aforismo que configura a nossa cultura visual e nossa envolvência material.

Num contexto ocidental, os meios de comunicação conquistaram uma crescente expansão a partir dos anos quarenta. Desta forma, indústria cultural e meios de comunicação em massa começam a revelar um condicionamento do indivíduo e do designer, através das relações de produção, do consumo, da orientação do espaço. Atravessa-se um período em que as publicações impressas começam a ganhar uma vasta disseminação, sendo expressas não só pela qualidade estratégica, mas também pela criatividade dos universos gráficos criados.

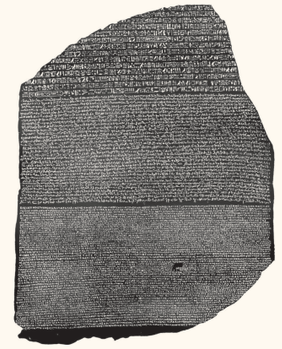
2.1.2 Evolução do meio impresso e o surgimento do design editorial

1. A escrita

Ao longo da história, o meio impresso passou por inúmeras transformações, evoluiu tecnologicamente e acompanhou a necessidade do homem em comunicar e em comunicar-se. A comunicação através de signos e símbolos data de períodos pré-históricos, quando as pinturas rupestres eram usadas como forma de expressão não-verbal para representar objetos ou situações quotidianas. Desta forma, associava-se um signo abstrato à ideia de um objecto ou pensamento. Com o passar do tempo, as imagens primitivas foram evoluindo para representações pictóricas e simbólicas, sendo posteriormente refinadas pelos antigos romanos, num alfabeto que se assemelha ao actual alfabeto ocidental.

2. Os amanuenses e o aparecimento do papel

Na idade Média, os mosteiros foram os centros de conservação da cultura clássica e da difusão do Cristianismo. Os monges escribas produziram manuscritos, os antigos livros cristãos,



4. Pedra Roseta 196 a.C.
Fragmento de pedra do Egipto com inscrições que foram cruciais para a compreensão escrita moderna.



5. Retrato de Jean Miélot.
Amanuense do duque Filipe III de Borgonha copiando textos à mão.

destinados ao clero e aos estudiosos das sagradas escrituras. O carácter ascético do monge medieval era essencialmente dirigido à tarefa da leitura e cópia dos livros e os textos eram meticulosamente transcritos à mão.

No início do século XII, om a fundação das primeiras universidades em toda a Europa e com o renascimento da cultura laica, emergiu um público cada vez mais numeroso e exigente, interessado em entender o mundo pela razão e pela ciência. Os séculos de XIV a XVI foram assinalados pela forte expansão comercial, pelas mudanças profundas na relação da Igreja Católica com a sociedade e pela concentração e centralização do poder político, dando origem ao movimento cultural denominado Renascimento. Neste novo contexto filosófico, político e económico, a ciência, a tecnologia e as artes, vivem um período de grande desenvolvimento. O pensamento metafísico e mágico dá lugar a um pensamento científico, racional, do entendimento do mundo.

Esta necessidade de haver mais documentação em pouco espaço de tempo estimulou uma crescente procura e a necessária produção de documentos escritos mais baratos. Estas condições implicaram: o nascimento de uma nova profissão, o amanuense profissional, e a afirmação do uso do papel como alternativa viável ao pergaminho, que constituía à época o meio convencional para o registo e transporte da informação escrita.

O século XV é então considerado como o século da tipografia e do livro, devido ao seu destaque nítido da disciplina editorial, sendo a chegada do livro uma das maiores correntes de transmissão da cultura ocidental, que até ali tinha permanecida privada e quase inacessível ao uso generalizado.

Apesar do um rápido aumento de documentação, os amanuenses não conseguiam dar resposta à crescente procura comercial de livros. A busca de novas técnicas para oferecer

maior rapidez ao processo reprodutivo, converteu-se numa necessidade, em função da crescente demanda de livros por parte da sociedade que descobrira o valor e a necessidade de instrumentos idóneos para o desenvolvimento cultural. Gutenberg pressentiu o potencial de lucro duma tecnologia que pudesse dar resposta a estes problemas.

3. Gutenberg e os tipos móveis
Pode afirmar-se que é durante a Renascença que surge realmente a imprensa, com o primeiro sistema ocidental de tipos móveis inventado por Gutenberg. Este processo de impressão é, sem dúvida, o mais antigo e amplamente utilizado. Os tipos móveis de Gutenberg são constituídos por pequenas peças feitas de uma liga de chumbo e antimónio, chamadas tipos. Estes eram agrupados manualmente, travados numa moldura e colocados numa prensa de impressão, onde através de um sistema de "carimbo" era feita a impressão.

Esta nova técnica permitia reduzir o custo de fabrico do livro e aumentar a reprodução do mesmo texto em vários exemplares, dando, deste modo, resposta ao livro copiado à mão, feito por uma só pessoa, processo este caro e lento. Desta forma, esta nova técnica respondia a uma crescente procura de livros entre burgueses, intelectuais e letrados.

No processo de trabalho existia uma clara hierarquia de cargos: o escritor registava os seus pensamentos, o tipógrafo desenvolvia os tipos móveis utilizados para impressão, o impressor/editor dava forma às palavras na página impressa através da grelha e da escolha do tipo de letra e, finalmente, o ilustrador criava imagens para acrescentar uma certa luz às ideias expressas através das palavras.

Com os tipos móveis, a tipografia assume o seu caráter, ao possibilitar melhor ordenação do texto na página, uso de cabeçalhos, notas de rodapé, numeração de página, índice, além de gerar layouts originais. O negócio de tipografia deixa de ser uma experiência, para ser um bem requisitado, que atendia as necessidades de um mundo que se sofisticava em termos de conhecimento.

Em 1450, o sistema foi aperfeiçoado ao ponto de permitir uma exportação comercial. Desta forma, o método de Gutenberg espalhou-se com uma rapidez incrível. Estima-se que em 1500 já estariam em circulação meio milhão de livros: obras religiosas, clássicos gregos e romanos, textos científicos e o relatório de Colombo sobre o Novo Mundo. A máquina rotativa, desenvolvida em 1810, veio substituir o prelo utilizado pelos tipógrafos até aos finais do século XVII. Os avanços do mundo da impressão aumentaram a velocidade de produção, revolucionando toda a indústria de impressão.

4. Linotype e Monotype
No final do século XIX surgem os sistemas automáticos de produção de tipos que aceleraram sensivelmente a montagem do texto a ser impresso. Em 1885, um relojoeiro alemão, Ottmar Mergenthaler, fabricou a primeira máquina para compor, chamada de *Linotype* (linha de tipos). Com a introdução deste aparelho provido de teclados, semelhantes aos das máquinas de escrever, a composição de textos mecanizou-se.

Uns anos depois, já no final do século, deu-se outro novo passo: a invenção da *Monotype*. Esta moldava letras individuais, usando metal frio derretido, em vez de estampá-los a frio. A *Linotype* (1886) e a *Monotype* (1893) são então, as máquinas que vêm substituir o tradicional mestre compositor manual das oficinas tipográficas.

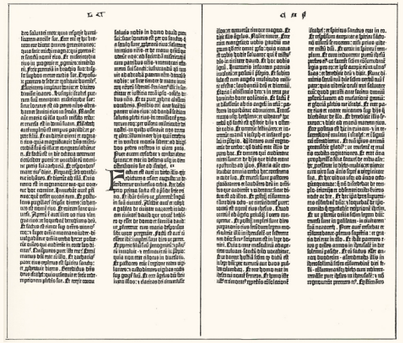
5. Offset
Em 1905 surge um outro tipo de impressão, a *offset,* que por sua vez irá substituir as duas anteriores. A impressão *offset* é processo de impressão indirecto, onde a tinta passa por um cilindro intermediário, antes de atingir a superfície, o papel.

Neste período, começa-se então a produzir uma grande diversidade de novos produtos sustentados na impressão, começam-se a explorar novos formatos, a geometria e a simetria. Desta forma, durante os anos de 1890 a 1900, a Europa e América assistiram ao surgimento de um a nova linguagem visual, de uma nova forma de publicidade e também de uma nova forma de arte: as ilustrações coloridas dos cartazes artísticos.

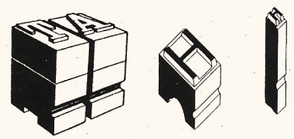
A técnica *offset* afirmou-se ao longo dos anos devido à sua economia e pela possibilidade de imprimir em qualquer tipo de papel de qualidade, mesmo medíocre, sendo por isso um processo de impressão ainda hoje utilizado.

5. Desktop Publishing
O *Desktop Publishing* (DTP), ou paginação electrónica, transplantou a tecnologia de composição para os computadores e permitiu combinar a edição tipográfica de textos com a integração de imagens. A possibilidade de criar composições gráficas em monitores, e de seguida, imprimir, foi revolucionária, quer para a indústria gráfica, quer para a indústria de computadores pessoais.

Por fim, tem-se neste momento, um ponto de convergência entre as tecnologias dos *media* impressos e os novos *media,* no qual a tecnologia desenvolvida, por estes últimos, passa a influenciar a processo de produção dos primeiros. Por outras palavras, a digitalização do processo facilitou a produção editorial e deu maior flexibilidade às publicações, diversificou imensamente o universo editorial e tornou-o mais expressivo e acessível. Desde então, a comunicação e as questões trazidas pela DTP tornaram-se cada vez mais relevantes até à proliferação dos chamados novos *media.* O meio de comunicação é, então, um produto cultural, característico de uma sociedade industrial em que: "o design gráfico, enquanto tal, necessariamente tem como função transcrever a mensagem a ser transmitida, seja de qual enfoque for, para o código simbólico estabelecido,



6. Bíblia de 42 linhas, 1455
Primeiro livro impresso na Europa, por Gutenberg.



7. Tipos móveis de Gutenberg.



8. Linha composta em Monotype.
Tipos acondicionados numa caixa de matrizes

sob pena de não efetivar-se enquanto prática comunicacional. E, é por isso que ele surgiu exatamente quando surgiu: a partir da industrialização e da emergência da sociedade de massas." (Villas-Boas. 2000, p.27)

O design gráfico como uma profissão constituída, com as atribuições, metodologias e o âmbito de acção através dos quais é hoje reconhecido, só começou a existir em meados do século xx. Até então, além dos tipógrafos impressores, diversos ofícios apoiados nas suas tradições específicas concorriam para dar solução às questões da comunicação impressa, desde o amanuense, o ilustrador, o cartazista, etc.

É em meados do século xx que surge o design gráfico, como uma profissão constituída, com as atribuições, metodologias e o âmbito de acção, através dos quais é hoje reconhecido. Até então, além dos tipógrafos impressores, apenas alguns ofícios apoiados em tradições específicas contribuíam para dar solução às questões da comunicação impressa.

2.1.3 Design editorial

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

— Max Bruinsma, *Masters of Editorialism,* Icograda, 2005.

O design editorial é uma área específica do design gráfico que tem vindo a pervagar por diversas fases, é um desafio milenar que tem ganho o seu reconhecimento ao longo da história da comunicação visual, abrangendo, por isso, tanto a produção editorial impressa, quanto a digital. O design editorial trabalha com diferentes condicionantes, de acordo com o tipo de publicação, sendo que este pode ser repartido por livros, revistas e jornais. Desta forma, o design editorial, sendo uma área e ramificação do design de comunicação visual, cujo âmbito operacional está essencialmente relacionado com os conteúdos de paginação bem como a criação dos imaginários gráficos identitários de uma edição, tem como processo gráfico a escolha de determinados elementos e a sua combinação. Ou seja, a sua base é a conjugação de diversos elementos gráficos: imagens, grelha, textos, cores, numa mesma área impressa, a página, com o objectivo de promover uma interacção entre eles, transmitindo uma determinada mensagem dentro de determinado contexto. Assim, o design editorial procura, acima de tudo, a harmonia entre o texto e a imagem, expressando claramente o conteúdo. Resumidamente, a função primordial do design editorial é a de conferir unidade e reflectir personalidade à publicação.

2.1.4 A Revista: um produto do design editorial

Entre a grande variedade de peças editoriais, a revista ocupa um lugar de destaque entre os meios de comunicação de massa por narrar diversos aspectos da sociedade e por ser um resultado magnífico da evolução das técnicas de comunicação. De facto, as revistas adquiriram um espaço de omnipresença no nosso quotidiano.

As revistas sempre foram veículos para comunicar com os consumidores. Hoje em dia, o anunciante compra muito mais do que uma simples página, compra um conjunto de valores e crenças que o leitor associa à revista. Desta forma, o modelo de revista de grande circulação tornou-se cada vez mais complexo à medida que os editores, anunciantes e leitores se tornaram mais requintados.



9. Gentleman's Magazine. A primeira publicação a ser nomeada *magazine*.



10. Time magazine publicada nos anos 20. Considerada como uma das mais importantes publicações políticas.

As características que definem a revista em relação a outros meios são a ***periodicidade***, o ***formato***, e a ***especialização***.

Segundo Maria Cristina Barbosa (1996, p. 29), "revista é um veículo de massa que se situa entre o livro e o jornal; é menos efêmera que o jornal e menos permanente que o livro". Desta forma a revista, como produto do design editorial, tem como característica fundamental a ***periodicidade***, que dirige para os seus projectos gráficos, elementos visuais muito específicos. As revistas representam um meio de informação que alia elementos essenciais como a portabilidade, tacteabilidade, repetitividade, numa combinação de texto e imagens, que lhes permitem serem renováveis e distintas. Estes factores, aliados a desenvolvimentos recentes nos métodos de produção e à influência das tecnologias dos novos *media*, possibilitam que as revistas conservem uma posição na vanguarda no que diz respeito à sua comunicação visual. Facilita, assim, a realização de mudanças estilísticas graduais, em vez da execução de *redesigns* completos. Esta capacidade de se desenvolver e ir mudando, sem perder a natureza nuclear da revista, é um componente essencial do bom design de uma revista. Neste contexto, a periodicidade "dá às revistas a capacidade tanto de reflectir como de inaugurar tendências gráficas" (Leslie, J. *Novo design de revistas*, 2003)

Em relação ao ***formato***, a diferença mais radical e visível é em relação ao jornal. As revistas são produzidas em papel e impressões de maior qualidade que os jornais, e geralmente também em formatos menores que este.

Quanto à ***especialização***, nos dias que decorrem, existe uma panóplia de revistas, cada uma com o seu carácter, o seu estilo e com o seu público alvo. A maioria das revistas tem um público-alvo bem definido, e pode controlar o seu conteúdo de acordo com ele. Cada revista procura, então, uma maneira de ser distinta, de forma a destacar-se da concorrência e atrair um público particular, assistindo-se, por isso,

a formatos, ilustrações, tipos de papéis, estilos de escrita, layouts e tipografias distintas. Neste âmbito, o design da página tem vindo a ser valorizado, sendo então considerado tão importante para a matéria, quanto o conteúdo do texto.

As revistas são, ao nível mais básico, texto e imagens criadas num processo de colaboração entre directores e designers. A química entre estes é um componente decisivo no processo, e, enquadrados nesta problemática mais lata, estão os elementos específicos do design: o tamanho da página, a grelha, os tipos de letra, os pormenores e tudo o que contribui para a identidade e o impacto visual de uma revista. Para além destes factores, somam-se outros elementos-chave que definem uma revista, sendo, por exemplo, a maneira como as revistas cobrem uma história que define a filosofia e os seus pontos de vista. Desta forma, constata-se que cada componente tem de ser encarado como uma parte da massa maior. A construção gráfica que dá forma ao projecto editorial é constituída por um conjunto de regras básicas que utilizam uma grelha e um grupo de tipos de letra (letras, números e sinais) para apoio do processo de produção. No caso das revistas, o número de páginas varia conforme a edição, mas a grelha, formato, tipo de papel, tipo de impressão e cor costumam manter-se, apesar dos elementos principais variarem. Assim, os elementos gráficos que definem uma revista são a ***grelha***, a ***tipografia*** e as ***imagens***.

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

— Stephen Osborn, 2011.

As revistas culturais podem dividir-se e compartimentar o seu conteúdo de diversos modos. As mais comuns desenvolvem-se por temas associados a textos de reportagem, crónica, notícia, crítica. Outras têm enfoque na expressão artística, literatura, cinema, artes plásticas, música. Geralmente estes conteúdos estão divididos em editoriais e/ou secções.Em relação à sua especialização, a revista é um produto voltado para um público específico, abordando um grupo de temas culturais, também com uma linguagem própria desse público.

Ao considerar o universo de informações que as revistas contêm e provocam, estas podem possibilitar uma reflexão sobre determinados contextos e seus valores culturais. Nessa óptica, Ana Claudia Gruzynski (2000, p. 21) reflete que:

"A aparência visual de uma determinada peça não representa apenas um estilo estético, mas também fala da sua época através de aspectos indiciais, isto é, da cultura, dos meios de sua produção, e da sociedade na qual se insere."

Portanto, ao refletir e analisar as diversas questões que se referem à representação visual gráfica nas revistas culturais em Espanha, induz-se uma reflexão que extrapole o suporte revista e possibilite a sua articulação com os diversos *media* contemporâneos e os significados propostos pelos produtos culturais.

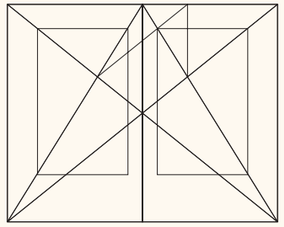
a) A GRELHA

— Breve história da Grelha no design gráfico moderno

A vertente do design editorial exige não só criatividade, mas também pontualidade, métodos e estratégias racionais, trabalhando-se com estrutura e coerência. O uso da grelha como um sistema de ordenação é a expressão duma atitude mental objetiva, funcional e estética, possibilitando ao designer conceber o seu projecto em termos construtivos. De facto, as grelhas são um componente essencial do design visual, invisível para a maioria dos utilizadores, mas crucial



11. Jan Tschichold. O uso da grelha foi influenciado pelo movimento progressista na Tipografia liderado por Jan Tschichold.



12. O cânone de Van de Graaf para dividir a páginas em proporções agradáveis, foi popularizado por Jan Tschichold em seu livro *The Form of the Book*.

para a qualidade dos projectos. A grelha, sendo um agente regulador dos elementos de texto, estabelece uma série de parâmetros através de colunas e margens, mantendo uma consistência entre todos os elementos numa página. Na verdade, há muitas centenas de anos, os livros manuscritos eram produzidos com o auxílio de grelhas, riscadas diretamente no pergaminho ou no papel. No ano de 1920 já tinham aparecido na Alemanha, Holanda, União soviética, Checoslováquia e Suíça trabalhos concebidos de acordo com os princípios de uma composição rigorosa e objectiva.

Contudo, a grelha entendida como um sistema de organização, tal como conhecemos hoje, ainda não tinha sido inventada, ainda que os primeiros passos nesta direcção estivessem já a ser dados, incorporados numa tendência geral para optimizar os recursos tipográficos disponíveis.

O racionalismo de escolas como a *Bauhaus* (1919-1933) e *Ulm* (1953-1968) contribuiu para a adopção de estruturas modulares, que estabeleceram regras para o design gráfico a partir de princípios de uniformização, consistência do projecto visual, contraste entre figura e fundo e legibilidade rápida e universal, reflectida na paginação, que predomina ainda hoje nos veículos impressos.

O desenvolvimento de sistemas de organização espacial na comunicação visual deve-se aos protagonistas da nova tipografia e do design editorial objectivo-funcional. O uso da grelha no design gráfico em tipografia foi influenciado pelo movimento progressista liderado por Jan Tschichold, tendo evoluído após a 2ª Guerra Mundial. Emil Ruder e Josef Müller-Brockmann reforçaram o uso da grelha no design. A grelha passou a ser utilizada não só como guia na paginação de livros, como também em todos os outros trabalhos de *layout* e composição. O sistema de grelhas, a restrição de número de tipo a aplicar, frequentemente só uma família

de tipos, e o uso de tipos sem serifa, foram os principais símbolos do chamado Estilo Internacional, praticamente identificado como o design gráfico da Escola Suíça.

Desta forma, o resultado do Movimento Internacional espalhou valores de neutralidade, objectividade e racionalidade por todo o mundo, expressos através de grelhas meticulosamente racionalizadas e com tipografia cuidada.

— *Finalidade da Grelha*

Segundo as teorias de Gerstner, se um programa é uma abordagem sistemática para resolver um problema, e se o processo criativo deve ser reduzido a um acto de selecção, o processo gráfico significa, em substância, escolher determinados elementos, combiná-los e dar-lhes forma. Visto por estes termos, toda a criação gráfica requer um método. A grelha orientadora no *layout* editorial pode ser considerada um deles.

Fundamentalmente, a grelha tem como função subdividir uma área bidimensional em áreas menores, de dimensões distintas. Os espaços intermediários entre os campos, denominados de goteiras, permitem que as imagens ou texto "respirem", de forma a preservar a legibilidade. Com o parcelamento em grelhas é possível ordenar-se e posicionar-se melhor os elementos integrantes da páginação. Estes elementos são então adaptados ao tamanho dos campos da grelha, encaixando perfeitamente nas suas medidas, e deste modo obtém-se uma determinada uniformidade na disposição da informação visual.

O uso de sistema de grelhas possibilita, pois, a ordenação da informação em espaços distintos. Ao ordenar os espaços dentro da estrutura obtida com uma grelha, o designer poderá facilmente dispor os textos, as imagens, seguindo critérios objectivos e funcionais.

A incorporação de todos os elementos gráficos nas malhas de um sistema de grelhas cria um sentido de planificação, inteligibilidade e clareza, gerando uma ideia de ordem racional no discurso gráfico. Esta ordem ordem e organização aumenta a credibilidade de informação e cria solidez.

A informação hierarquizada com títulos, subtítulos, textos, ilustrações, imagens e legendas, todos eles dispostos na grelha de uma forma lógica, será não somente lida mais rápida e facilmente, mas também melhor entendida e retida na memória.

A grelha orientadora no *layout* é, então, um meio regulador. Enquanto alguns *designers* consideram este método como uma inquestionável parte do processo gráfico, que evoca a ordem, precisão e clareza, outros vêm-no como um simbolismo do tradicional retrógrado, um limite imposto à expressão e criatividade. Max Bill, Josef Müller-Brockmann e Emil Ruder foram designers praticantes e apoiantes destes ideais racionalistas, que tinham como objectivo catalisar a informação num sistema simplificado e concreto: todo o trabalho visual cultivava a objectividade e o racional, focalizando apenas o essencial sem pormenores dispensáveis.

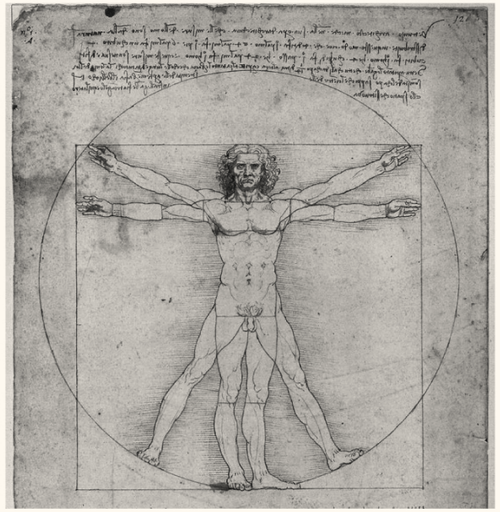
— *A Grelha na Revista*

A grelha, num projecto gráfico de revista, é responsável pela unidade das diferentes edições da publicação, de forma que, mesmo que o conteúdo varie de edição para edição, mantenha sempre a personalidade daquela revista. Ao sistematizar superfícies e espaços da página, levando em conta critérios objetivos e funcionais, a grelha sugere uma noção de ordem numa publicação, tornando a diversidade de imagens e textos mais inteligível e clara, contribuindo para a credibilidade da informação transmitida.

13.



14.

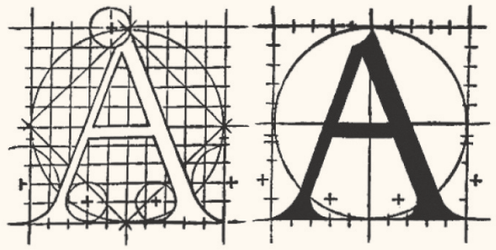


13. Imagem do volume III de *De Architectura Libri Decem*, da autoria do romano Marco Vitrúvio Polião, escrita no século I a.C.

14. Homem de vitrúvio, desenhado por Léonardo da Vinci. 1492. Desenho do cânone das proporções do corpo humano.

15. "1529 Champ Fleury Initial". Imagem do curioso e bizzaro livro *Le Champ Fleury*, do tipógrafo Geoffroy Tory, editado em 1529. Letras desenhadas pelo tipográfo que substituiu os tipos góticos pela letra renascentista.

15.



b) A TIPOGRAFIA

— O papel da Tipografia no plano editorial

O segundo elemento fundamental para manter as características da publicação é a escolha tipográfica. A tipografia é, sem dúvida, um dos principais elementos diferenciadores de revista para revista. Hoje, sob o peso de uma crescente saturação visual e consequente ênfase dos conceitos verbais, a tipografia exige alta prioridade no design editorial. Para além da transmissão da mensagem em linguagem verbal escrita, a tipografia tem como objectivo conduzir o leitor à leitura, estimular a sua percepção da estrutura subjacente ao texto, facilitar a compreensão da informação e aprofundar o seu entendimento. O objectivo fundamental da tipografia é, então, tal como no design gráfico em geral, dar ordem estrutural e forma à comunicação impressa.

No design editorial, são usadas famílias compostas por várias fontes de forma a manter uma unidade sem perder a diversidade, observando-se por isso vários níveis hierárquicos de texto. Cada família tipográfica tem a sua personalidade e o seu estilo, que ajudam a transmitir visualmente a mensagem pretendida. Esses aspectos devem ser levados em conta, no momento da escolha tipográfica, assim como a sua legibilidade.

Os tipos de letra grotescos são usualmente utilizados em cartazes e outros materiais gráficos que necessitem de grandes corpos de texto. Têm por isso um uso mais restrito a títulos, ou outros textos menores. Já os tipos com patilha (serifa) são mais adequados para grandes quantidades de texto com corpo menor e por isso tendem a ser usadas para livros e revistas.

A função da tipografia é mais que transmitir mensagem em linguagem verbal escrita. Ela assegura expressividade e ênfase aos textos, o que pode ser comparado a elementos das linguagens oral e gestual como entoações, variações de ritmo, expressões fisionómicas, movimentos corporais e posturas.

A tipografia tem um papel fundamental na hierarquização dos elementos de uma página, podendo ser usada em três níveis básicos: textos, arranjados em colunas e parágrafos; títulos, em palavras ou frases; pequenas secções, em subtítulos, destacados ou em legendas. Independentemente da hierarquia dos diferentes componentes numa página, há relações proporcionais do próprio formato da página, ou par de páginas, que estabelecem relações proporcionais entre as partes e o todo. Numa era literalmente submergida em mensagens, o tamanho, o tipo de letra e a composição do texto podem significar muito mais do que meras palavras soltas.

O design editorial, especificamente no caso das revistas, reúne textos e imagens num único produto, servindo um propósito de comunicar a mensagem da matéria individual e da publicação como um todo. A fim de diferenciar e facilitar a leitura dos textos nas revistas, são criados determinados estilos ou padrões específicos para cada entrada textual.

— Tipografia como imagem

Segundo Heller (Ferlauto, 2002, p.63), o texto assume novas funções no design moderno. A tipografia expandiu a sua capacidade de comunicação através da sua funcionalidade, transitando num contexto ilustrativo, no ambiente tecnológico ou no expressivo. Desse modo, imagens podem ser lidas sequencialmente e combinadas para formar padrões complexos de informação.

Desta forma, a tipografia pode adquirir o status de imagem, na medida em que os projectos visuais exploram o desenho das letras de maneira que o texto extrapola sua função de narrativa verbal e assume o papel de narrativa visual, seja pelo espaço ocupado na página ou pela criatividade do designer que pode compor através do desenho das letras uma infinidade de formas, massas compactas, sobreposições e outras associações. A tipografia tem aqui um papel, talvez mais redutor mas não menos importante, de ser um elemento de comunicação da informação.

No início dos anos 60, com a nova geração de máquinas de fotocomposição, o tipo de letra converteu-se numa imagem flexível, fácil de manejar, manipulada fotograficamente; os caracteres podiam sobrepor-se, contrair-se ou expandir-se, separar-se e mudar de lugar rapidamente. O design tipográfico dos anos 60 e 70 configura-se nos processos experimentais que a fotocomposição veio proporcionar e facilitar; as letras podiam agora ser sobrepostas, distorcidas, comprimidas e manipuladas até aos limites da sua legibilidade.

Na verdade, o design gráfico espanhol explora bastante este engenho de transformar a tipografia em imagem, sendo característico ver a tipografia bastante adornada e manuseada. Até à entrada da era digital, as formas básicas das letras não mudaram assim tanto em termos de desenho, mas com o aperfeiçoamento das técnicas de produção de tipos e com a evolução das tecnologias, quer de reprodução, impressão e fotografia, quer da tecnologia digital, a oferta de tipos de letras tornou-se imparável.

c) A IMAGEM

O terceiro elemento gráfico constituinte do projecto gráfico são as imagens. As imagens são as figuras que acompanham um texto, sejam elas fotografia, ilustrações, infografia. A utilização de imagens numa revista está relacionada com um vasto campo de associações entre os signos textuais, plásticos e icónicos que provocam, no leitor, outras associações que transmitem mensagens sobre a identidade da publicação e sobre o conteúdo específico que é trabalhado em cada página.

As imagens podem ter várias funções num projecto gráfico:
– *pontuação*: destaca aspectos do texto ou assinalando o seu início ou fim;
– *descritiva*: descreve objetos, cenários, personagens;
– *narrativa*: mostra uma ação, uma cena, conta uma história;
– *simbólica*: esquematiza uma ideia, podendo ser metafórica;
– *expressiva*: revela emoções através de postura, expressões de personagens ou elementos básicos da comunicação visual como ponto, linha, cor, textura;
– *estética*: destaca-se pela maneira como foi realizada, chamando a atenção para a linguagem visual. Vulgarmente aliada à escrita em manuscritos, através de tipografia harmoniosamente trabalhada e *lettering* ornamentado.

Essas funções não existem de forma independente, mas é possível que haja uma dominante. As suas funções são seleccionadas a partir de estratégias editoriais, relacionando-se com as informações textuais de modo directo ou, por vezes, actuando de maneira independente.

2.2 O Design Editorial em Espanha

O carácter imediato e efémero do design gráfico e a sua particular modelação pelo contexto social, tecnológico e económico de uma determinada cultura permite que ele expresse os sinais do tempo de uma forma mais plena do que, possivelmente, qualquer outra produção humana.

José Bártolo, *in* Reactor, 15 de Julho, 2012

2.2.1 As origens do design gráfico em Espanha

As origens históricas dos campos da edição, da publicidade e identidade visual em Espanha, estabelecem-se a partir de 1474, durante o Reinado dos Reis Católicos, em tempos de unidade imposta pela a supremacia castelhana e coincidente com a chegada da tipografia.

A imprensa tipográfica chegou a Espanha com um certo atraso em relação aos outros países da Europa, devido não só à localização periférica da Península Ibérica, mas também pela escassez de materiais de referência, resultante da falta de grandes universidade no país. A imprensa espanhola surgiu, então, sob a influência da cultura italiana renascentista, na sequência dos laços políticos e religiosos criados há séculos com Roma, e que proporcionavam um permanente intercâmbio cultural, social e cultural entre as duas nações. Esta novidade tipográfica veio a reavivar e a modernizar a atividade tradicional de produção e difusão do livro.

Os Reis Católicos, e especialmente a Rainha Isabel, reconheceram a importância cultural da imprensa e favoreciam a impressão de algumas obras, como o célebre *Universal Vocabulario*. No ano de 1482, os Reis Católicos declararam o comércio de livros isento de impostos e facilitaram o estabelecimento de oficinas tipográficas, como a sevilhana dos *Quatro Compañeros Alemanes.* Esta famosa sociedade de impressores imprimiu mais de 40 obras até 1503, com um leque temático variado: Literatura, Linguística, Ciência, Teologia, Filosofia, Direito e Música.

Nos manuscritos espanhóis do século XV eram observadas folhas de rosto vistosas com grandes capitulares em cor rubra, cheias de arabescos, com borduras e tarjas de desenho renascentistas misturadas com capitulares góticas ornadas, produzindo as mais fantásticas «saladas russas» de estilos antagónicos, em misturas eclécticas. Esta era uma estética enraizada na cultura tardomedieval alemã, flamenga e holandesa, e profundamente divergente da nova estética do Renascimento que já brilhava em Veneza.

Apesar da chegada da tipografia a Espanha ter tido uma lenta evolução até ao século XI, durante o período histórico de soberania de Carlos I e Felipe II, entre 1500 e 1580, chegou a Espanha uma idónea geração de calígrafos provenientes de Itália, Konrad Sweynheym e Arnold Pannartz, que iria revolucionar a tipografia espanhola e deixar marcas e influências até aos dias de hoje. Essas influências são ainda visíveis, nomeadamente na frequente utilização de composições caligráficas e tipográficas em identidades visuais, editorial, publicidade, etc. De facto, as raízes e influências do design gráfico são muito remotas. Os primeiros manuscritos espanhóis, destacam-se durante a dominação visigótica e muçulmana, pela sua qualidade e originalidade – muitas vezes exótica – das suas iluminuras, que segundo a opinião do paleógrafo Pere Bohigas, não encontram equivalentes em qualquer outro país: *"no tienen equivalente en la miniatura de ningún otro país"*. As navegações e trocas marítimas favoreceram a presença de influências orientais, passíveis de serem observadas nos livros do século VII, como no clássico *El Pentateuco Ashburnam*. Assim, a contribuição do estilo mouro seria decisiva no que toca à ilustração e à tipografia observada particularmente nas letras capitulares e na numeração árabe implantada em Espanha.

A fabricação e o uso do papel, introduzido por Afonso X, foram medidas de progresso sem precedentes para o movimento cultural deste país. Em pleno século XIII estas medidas culminavam em resultados admiráveis, como a criação das universidades e o aparecimento de um comércio avultado de livros. Em resposta a esta ténue demanda cultural surge o primeiro método para escrever cópias, tendo sido criada, na corte, uma excelente oficina de produção de notáveis obras que impulsiona o desenvolvimento do design gráfico e editorial.



16. Reis Católicos. Nome pelo qual ficou conhecido o casal Rainha D. Isabel I e o Rei D.Fernando II, reis de Espanha.



17. Aureum Opus, de Diego de Gumiel. 1515. A predominância do preto da xilogravura e de imagens heráldicas marcam o período dos primórdios do design gráfico Espanhol.

2.2.2 O nascimento do Design Gráfico em Espanha

Para alguns autores, o design gráfico em Espanha começa apenas com a chegada a Madrid, em 1930, de Rawicz e Maurício Mariano Amster, dois judeus polacos nascidos na cidade de Lvov. O primeiro estudou na Academia de Artes Gráficas de Leipzig, onde teve como companheiro um dos filhos do proprietário das Artes Gráficas Faure, de Madrid, que o convidou a trabalhar consigo. Dado o volume de vendas e face à circunstância de as artes gráficas espanholas necessitarem de mão de obra qualificada para revolucionar os apectos técnicos e estéticos da edição, Rawicz incentivou o seu amigo Mauricio Amster, que estudou comunicação gráfica, tipografia e design de edições na Academia Reimann de Berlim, para viajar até à capital espanhola e trabalhar consigo. O rápido reconhecimento profissional que obtiveram deveu-se, em grande parte, ao conhecimento das inovações que se tinham introduzido na Europa e nos Estados Unidos relativamente à imprensa, e aos seus conhecimentos dos conceitos estéticos que dominavam o panorama das artes gráficas a nível internacional. Para além disso, há a acrescentar o facto de terem sido formados em instituições especializadas em artes gráficas e de dominarem na perfeição, vários idiomas, o que lhes permitia traduzir textos literários e constiuía mais-valia para a interpretação correcta do manual de instruções de determinada máquina ou de processos de impressão.

2.2.3 Espanha. Consequências de uma escassez

As guerras contínuas e as crises económicas do século XIX deixaram Espanha exausta e sem forças para participar de uma maneira activa na revolução industrial de 1830. Embora durante as seguintes décadas e sob o reinado de Isabel II (1833-1868) a situação tenha melhorado um pouco, a falta de progresso nacional afectou inevitavelmente a indústria de impressão, cada vez mais longe da idade de ouro da tipografia Espanhola dos anos anteriores.

Os contínuos atrasos, por exemplo na substituição da prensa da madeira pela de ferro, debilitaram o progresso da indústria para o resto do século. Nestas circunstâncias, o impressor Gregorio Estrada decidiu promover o desenvolvimento e a cultura, imprimindo a revista *La Tipografía*, publicada de modo independente entre 1866 e 1870, com o objectivo de elevar a imprensa espanhola ao nível europeu. Esta revista foi muito provavelmente a primeira revista espanhola com conteúdo exclusivo dedicado à tipografia e à imprensa, localizando os problemas e apresentando soluções. Em tom didático e educativo, a revista criou uma excelente oportunidade para os impressores melhorarem as suas técnicas de impressão, e consequentemente, aumentarem a qualidade final dos trabalhos.

"El impresor Gregorio Estrada decidió promover el progreso y la cultura dentro del gremio de la imprenta publicando la revista La Tipografía (1866–1870)."

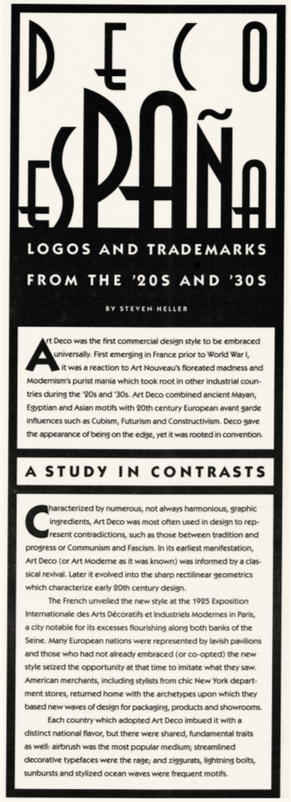
— Elena Veguillas, 2012.

A revista *La Tipografía* destaca-se pelo seu espírito internacionalista, pouco habitual nas publicações similares de época. Esta era uma revista de periodicidade mensal, impressa em papel de alta gramagem, «elegante e luxuosa», em branco e preto, maioritariamente composta só por tipografia, com poucas ilustrações, sendo estas destinadas particularmente às páginas de publicidade. A paginação da *La Tipografía* estava estruturada em páginas individuais (prática habitual naquela época, em vez do sistema actual de dupla página), divididas em duas colunas com o texto organizado como uma unidade contínua. A densidade do texto era maior do que aquela a que estamos habituados actualmente e mudava consoante a reprodução de artigos próprios ou traduzidos, alterando o espaçamento entre linhas e diminuindo o tamanho do texto. As páginas eram adornadas de forma incomum para publicações internacionais naquela época. Quanto à utilização de tipografia na publicação, o uso de diferentes tipos de fontes era moderado e, para o texto corrido, somente se usavam fontes com serifa. Para evidenciar uma hierarquia dentro do texto, utilizavam-se letras maiúsculas, tamanhos diferentes, e versaletes e, excepcionalmente, negritos. O uso de tipografia em anúncios já era um assunto completamente diferente, uma vez que se misturavam diferentes tipos na composição dos anúncios, (com serifas, grotescas e egípcias) e com diferentes tamanhos e contrastes. Estrada foi considerado um reformador e progressista dentro do contexto da segunda metade do século XIX, uma época de grandes mudanças, não só na indústria de impressão, mas também na esfera política espanhola.

Ao longo do tempo, e de uma forma gradual, o design gráfico foi-se destacando nos campos profissionais de comunicação, convertendo-se numa pequena história da transformação da Espanha contemporânea, conseguindo, assim, despertar interesse generalizado nos seus cidadãos que o começam a entender como um serviço à utilidade pública, com conteúdos que cativam em duas vertentes: estética e funcional. Esta nova percepção surge a partir do trabalho de uma geração de profissionais brilhantes que alteraram a cultura visual do pós-Guerra Espanhola, numa sociedade que não era particularmente receptiva a entender o design gráfico, como uma forma de arte. Os profissionais considerados pioneiros do design gráfico espanhol abriam as portas, para às gerações seguintes, a um novo modo de se relacionarem com a comunicação visual e de desfrutar da sua forma atractiva de a combinar, gerando-se, assim, primeiro a surpresa e depois a admiração por parte dos designers gráficos de todo o mundo.

2.2.4 O pensamento tipográfico moderno

A vitória dos Aliados na Segunda Guerra Mundial em 1945, promoveu a modernidade e o movimento avant-garde das artes plásticas e do design gráfico ganhou uma batalha contra o academicismo tradicionalista dos regimes autoritários.


DECO ESPAÑA

LOGOS AND TRADEMARKS FROM THE '20S AND '30S

BY STEVEN HELLER

Art Deco was the first commercial design style to be embraced universally. First emerging in France prior to World War I, it was a reaction to Art Nouveau's floreated madness and Modernism's purist mania which took root in other industrial countries during the '20s and '30s. Art Deco combined ancient Mayan, Egyptian and Asian motifs with 20th century European avant-garde influences such as Cubism, Futurism and Constructivism. Deco gave the appearance of being on the edge, yet it was rooted in convention.

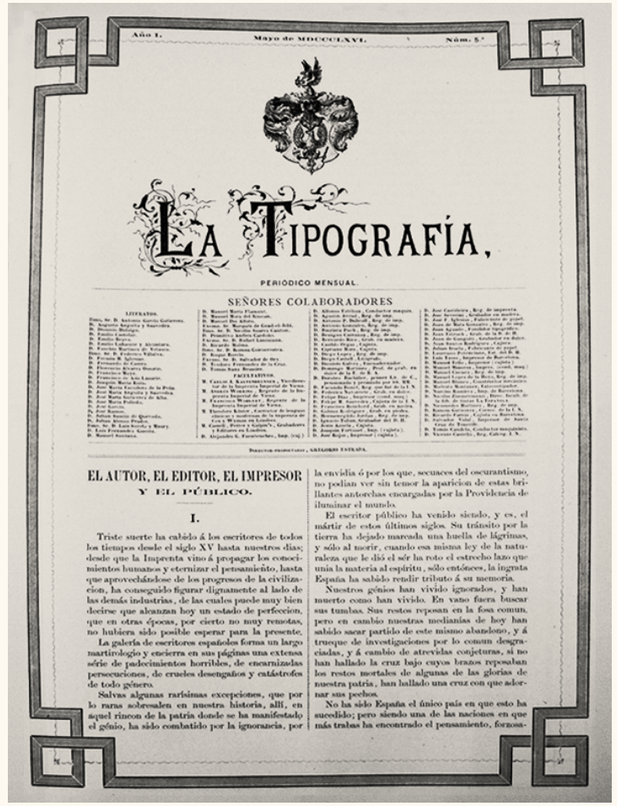
A STUDY IN CONTRASTS

Characterized by numerous, not always harmonious, graphic ingredients, Art Deco was most often used in design to represent contradictions, such as those between tradition and progress or Communism and Fascism. In its earliest manifestation, Art Deco (or Art Moderne as it was known) was informed by a classical revival. Later it evolved into the sharp rectilinear geometrics which characterize early 20th century design.

The French unveiled the new style at the 1925 Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes in Paris, a city notable for its excesses flourishing along both banks of the Seine. Many European nations were represented by lavish pavilions and those who had not already embraced (or co-opted) the new style seized the opportunity at that time to imitate what they saw. American merchants, including stylists from chic New York department stores, returned home with the archetypes upon which they based new waves of design for packaging, products and showrooms.

Each country which adopted Art Deco imbued it with a distinct national flavor, but there were shared, fundamental traits as well: airbrush was the most popular medium; streamlined decorative typefaces were the rage; and ziggurats, lightning bolts, sunbursts and stylized ocean waves were frequent motifs.

18. Imagem do artigo *Deco España* de Steven Heller, da revista *Upper and lowercase*, volume 20, 1996. O uso elegante da tipografia como imagem, é característico do movimento Arte déco.


Año I. Mayo de MDCCCLXVI. Núm. 5.

LA TIPOGRAFÍA.

PERIÓDICO MENSUAL

SEÑORES COLABORADORES

EL AUTOR, EL EDITOR, EL IMPRESOR Y EL PÚBLICO.

I.

Triste suerte la cabido á los escritores de todos los tiempos desde el siglo XV hasta nuestros dias; desde que la Imprenta vino á propagar los conocimientos humanos y eternizar el pensamiento, hasta que aprovechándose de los progresos de la civilizacion, ha conseguido figurar dignamente al lado de las demas industrias, de las cuales parece muy bien decirse que alcanzan hoy un estado de perfeccion, que en otras épocas, por cierto no muy remotas, no hubiera sido posible esperar para la presente.

La galería de escritores españoles forma un largo martirólogio y encierra en sus páginas una extensa série de padecimientos horribles, de encarnizadas persecuciones, de crueles desengaños y catástrofes de todo género.

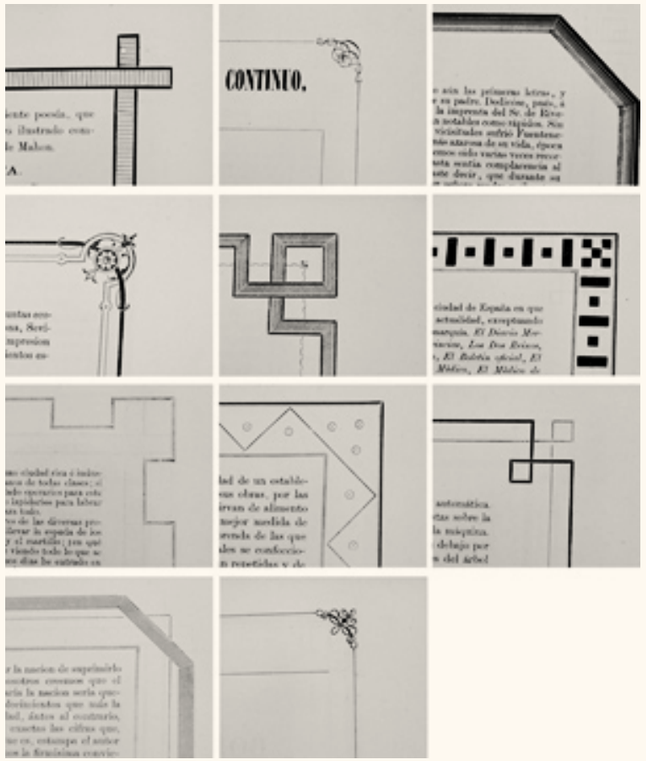
Salvas algunas rarísimas excepciones, que por lo raras sobresalen en nuestra historia, allí, en aquel rincon de la patria donde se ha manifestado el génio, ha sido combatido por la ignorancia, por la envidia ó por los que, secuaces del oscurantismo, no podian ver sin temor la aparicion de estas brillantes antorchas encargadas por la Providencia de iluminar el mundo.

El escritor público ha venido sicndo, y es, el mártir de estos últimos siglos. Su tránsito por la tierra ha dejado marcada una huella de lágrimas, y sólo al nacer, cuando esa misma ley de la naturaleza que le dió el sér ha roto el estrecho lazo que unia la materia al espíritu, sólo entónces, la ingrata España ha sabido rendir tributo á su memoria.

Nuestros génios han vivido ignorados, y han muerto como han vivido. En vano fuera buscar sus tumbas. Sus restos reposan en la fosa comun, pero en cambio nuestras medianías de hoy han sabido sacar partido de este mismo abandono, y á trueque de investigaciones por lo comun desacreditadas, y á cambio de atrevidas conjeturas, si no han hallado la cruz bajo cuyos brazos reposaban los restos mortales de algunas de las glorias de nuestra patria, han hallado una cruz con que adornar sus pechos.

No ha sido España el único país en que esto ha sucedido; pero siendo una de las naciones en que más trabas ha encontrado el pensamiento, forzosa-

19. Primeira página de *La Tipografía*, vol. 1, nº 5, Maio 1866. Novos tipos foram expressamente adquiridos para esta revista, e apesar da proveniência das fontes não ser revelada na revista, pode ser atribuída à conhecida fundição Haas. Todas páginas da revista são adornadas com bordas ornamentais com estilos gráficos que diferem de página para página. Após 4 anos de vida, a revista cessou a sua publicação devido à crise económica e política que o país enfrentou.



20. Exemplos das bordas ornamentadas presentes nas páginas da *La Tipografía*, vol. 1, nº 5, Maio 1866. Estes adornados nas páginas eram incomuns em publicações internacionais da época. Os seus contemporâneos ingleses da *Printers' Register* adoptaram esta composição com alguma relutância, por não se adequar com as noções tipográficas inglesas.

«La preocupación de Estrada por la calidad de la industria española fue lo que le llevó a publicar La Tipografía y a convertirla en una plataforma para que los impresores de la época pudieran ampliar sus conocimientos sobre imprenta.»

«A pesar de las reseñas positivas sobre La Tipografía en otras publicaciones sobre imprenta y tipografía, de la extensa lista de colaboradores y de las buenas intenciones de Estrada la revista solo se publicó durante cuatro años.»

—

http://www.monografica.org/04/Art%25C3%25ADculo/6654
(La Tipografía, Artigo 04 por Elena Veguillas em *monografica.org.* Junho de 2012) Versão reduzida da de tese de Mestrado, apropriado da autora, *La Tipografía, Rising the Spanish printing standards in the nineteenth century (1866–1869).*

Como tal, o Movimento Moderno torna-se um estilo internacional, visto que era o estilo das democracias e do período pós-guerra. Como resultado, os designers começaram a priorizar o método, o rigor na comunicação e expressão, e os aspectos funcionais.

No que diz respeito ao novo (Estilo Internacional), se há um traço característico que demonstre a influência do design suíço em Espanha é certamente a presença da fonte Folio, uma fonte grotesca desenhada pela Bauer Foundry para completar a Univers e a Helvetica, comercializada em Espanha por Neufville. Se a Helvetica se interiorizou em Espanha graças a Letraset, surgindo repentinamente como símbolo em todos os lugares da Europa, a Folio dominou entre 1960 e 1970, em tudo o que era impresso com tipografia em Espanha.

No período entre 1939 e 1975, o trabalho dos pioneiros do design gráfico vê-se inviabilizado perante as circunstâncias físicas desfavoráveis, sem os mínimos valores sociais que incentivassem novas propostas criativas por parte dos designers. Assim como a criação de identidades era praticamente desconhecida em Espanha, enquanto especialização significativa, o design editorial e a publicidade, estavam oprimidos pela situação política que o país atravessava e pela sua miserável economia. Se acrescentarmos a isto, o isolamento internacional e a falta de livros de referência, entende-se que os pioneiros do design gráfico espanhol trabalhassem durante décadas em condições difíceis, para manifestar todo o seu potencial e talento.

A guerra civil espanhola produziu uma gama enorme de cartazes republicanos, expostos numa ampla variedade de estilos de ilustração e com uso de letreiros tipográficos relativamente simples. Durante a guerra, a pressão do tempo necessário para compreensão rápida de eventos e situações estimulou o desenvolvimento do design aplicado aos meios de comunicação, como os jornais e as revistas.

2.2.5 A "reconstrução" dolorosa do design gráfico

Depois da crise económica de 1950 e com o fim do regime de Franco, em 1975, assinalou-se em Espanha um desenvolvimento marcante em diversos sectores da cultura. Uma imensa demanda conduzia a diversas manifestações na literatura, moda, cinema, teatro, música e, particularmente, no design. Em termos industriais houve, de facto, importantes processos de evolução: a implementação do sistema de impressão *offset* e o surgimento das letras *decadry* (letras de decalque), que ofereciam aos *designers* ferramentas para a criação de projectos totalmente inovadores.

No período de pós-guerra civil espanhola, a indústria de publicidade estava a restabelecer-se com base em novos pressupostos. Para o design gráfico, isso significava que os ilustradores já não eram responsáveis pela criação das campanhas, em vez disso, colocaram-nas ao serviço dos especialistas em publicidade, peritos em técnicas de análise com base nos mais recentes avanços na psicologia. Com efeito, o sector editorial foi beneficiado pela conjuntura favorável à ascensão publicitária. Como tal, os designers gráficos começaram a prestar cada vez mais atenção à palavra escrita e a sentir que um dos aspectos fundamentais do seu trabalho se relacionava com o arranjo visual dos textos, a fim de hierarquizar a forma como eles seriam lidos. Este ponto de vista foi uma das influências que melhor foi recebida pelos designers espanhóis.

Este intenso processo de desenvolvimento culminaria, no final dos anos 70 com a nova era democrática, quando são definidas as tendências e correntes que atingem uma projecção internacional, e são orientadas as potencialidades para uma nova cultura e novas tendências, o chamado modernismo.

As novas tendências gráficas do chegadas do exterior começavam a ser analisadas à luz de critérios locais sobre a qualidade gráfica: o movimento pop e todas as suas

implicações para as tradições espanholas do design, que sem dúvida incluíam o velho estilo gráfico popular comum na década de 1940, o rigor e a coerência da metodologia do design gráfico suíço e o discurso do método e do processo do design, e o *new-wave* e movimentos *hippies* decorrentes de círculos alternativos da cultura e da contracultura americana. A soma de todos estes movimentos causou uma completa reviravolta no design espanhol, resultando num tipo peculiar de design moderno a partir de 1970, que sintetizava todos estes movimentos, adaptado e reformulado para se enquadrar na realidade da Espanha.

Num intercâmbio cultural de rivalidade tradicional entre as duas metrópoles, Madrid e Barcelona, assim como entre as regiões de Valencia e Bilbao, Espanha destaca-se fortemente no que toca ao design gráfico.

Em termos gráficos, Barcelona rendeu-se ao domínio do modernismo com origem na Europa Central – Paris, Genebra e Zurique –, enquanto Madrid, que manteve um certo grau de independência quando se tratava de estilos contemporâneos, foi fortemente comprometida com as tendências gráficas americanas. Mas o carácter identitário do design gráfico espanhol pode ser facilmente reconhecido pela presença de cores quentes, nos tempos austeros e, acima de tudo, na sua expressividade, que muitas vezes inclui um toque surrealista, manifestando as duas correntes profundas presentes na alma espanhola: o Mediterrâneo, com a sua leveza e optimismo, em simbiose com a vista pacífica, e a inquestionável maneira de viver ibérica.

2.2.6 Iniciativas editorais do pós ditadura franquista

Nos anos 60 e grande parte da década de 70, as primeiras grandes iniciativas culturais ligadas à língua catalã tiveram Jordi Fornas como o designer mais prodigioso. Com um estilo descontraído, mas com uma linguagem muito própria, levava o tratamento da imagem fotográfica ao limite do grafismo, introduzindo a colagem Pop nas capas de livro e discos e reinventando uma nova maneira de colar acentos, dando muita importância à forma e composição tipográfica, através do uso de letras de decalque.

Fundada em 1962, em Barcelona, *Edicions 62* é uma das editoras mais activas do panorama literário catalão. De entre as suas variadas coleções, destaca-se, pela sua potente identidade gráfica, *La cua de palla,* desenhada por Jordi Fornas. Com recursos gráficos baseados no uso de imagens fotográficas fortemente contrastantes, títulos tipográficos usando letras de decalque, e um uso preferencial de apenas duas tintas, o preto e o amarelo, Fornas conseguiu criar um estilo de colecção fortemente relacionado com as tendências internacionais mais modernas da época. *La cua de palla* foi, sem dúvida, um dos exemplos das mais proeminentes da modernidade gráfica em Espanha, durante os anos 60 do séc. XX.

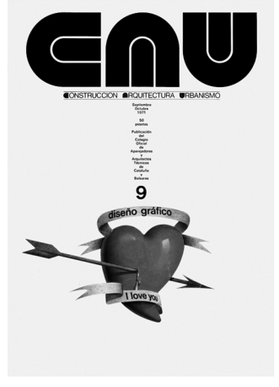
A crescente publicação de livros e revistas em catalão divide os designers gráficos num grupo de consumo interior e outro de consumo exterior, em campos deslindados por um sentimento nacionalista mais ou menos explícito. Os princípios gráficos impostos por Fornas, após a libertação franquista, continuaram relativamente explícitos, até aos anos 70, nas publicações autóctones.

As revistas culturais *l'Avenç* e *Saber*, projectadas por dois designers (Joaquim Nolla e Josep M. Mir) tiveram o seu melhor período de publicação após a fusão com *Cuadernos de Arquitectura* (*Quaderns*), o órgão oficial da Faculdade de Arquitectos de Barcelona, diversificando saudavelmente a oferta gráfica catalã.

Uma primeira ruptura, estridente e polémica, teve origem em 1970 com a publicação em castelhano da revista *CAU* promovida pela Faculdade de Topógrafos de Barcelona.


L'Avenç.

20. Capa da revista *L'Avenç*, 1881. Revista que presentava o espírito modernista, inovador e catalão.



21. Capa da *CAU* nº9 , de Enric Satué. 1971.

Nota: Consultar anexo p.92
(Imagens referentes a revista CAU e Buades)

A linha gráfica desta revista, ao encargo de Enric Satué, convoca recursos pouco utilizados na época: a encadernação aparada e colada à lombada com uma sobrecapa; o uso de diferentes tipos de papel para diferentes conteúdos; e a uma grande variedade de recursos formais em todas as suas páginas, conseguindo tirar partido da folha branca para criar contraste com uma excelente composição tipográfica e fotográfica. De facto, as capas da revista *CAU* causaram surpresa e admiração pela sua ousadia e originalidade, como a própria ideia de incluir temas de interesse geral que nada tinham a ver com a construção. Enric Satué abandonou os *clichés* gráficos das publicações sobre arquitectura e concebeu uma revista com traços Arte Pop. Graficamente, todas as publicações da revista *CAU* são de grande sofisticação, com um contraste extremo entre logótipo fortíssimo e arrojado e a requinte conjugação de cada elemento da paginação.

Em suma, *CAU* foi a revista que surpreendeu a geração de 70 em diversos aspectos: pelos conteúdos abordados, pelos especialistas que escreviam para ela, e, evidentemente, pela sua grande qualidade formal.

Diego Lara, foi outro prestigioso designer gráfico espanhol dos anos setenta e oitenta, que trabalhou em diferentes âmbitos, desde o design editorial, a diversas marcas de identidade para projectos culturais e uma produção artística materializada nas suas colagens excepcionais. *Buades,* um periódico de arte publicado entre os anos de 1984 e 1987, foi claramente o ensaio criativo mais surpreendente e livre de toda a sua produção gráfica. No seu conteúdo são constantes as referências às actividades paralelas por ele desenvolvidas, nomeadamente catálogos, revistas e livros, sendo bastante interessante o facto de também ter desenhado os anúncios presentes na revista.

A revista *Buades*, totalmente a preto e branco, vivia, como imagem de marca, da atractiva recuperação da tipografia

SupertipoVeloz, desenhada por Joan Trochut. Esta tipografia era inicialmente uma coleção de tipos móveis que, combinados entre si, constituíam um completo sistema modular. A versatilidade deste sistema permitiu aos impressores o desenvolvimento de alfabetos, o desenho de logótipos e de marcas comerciais, e até mesmo a criação de ilustrações, sem as limitações do tipo chumbo e custos. Esta tipografia era reflexo do modernismo à maneira espanhola dos anos 80, contribuindo significativamente para o desenvolvimento gráfico visual de várias edições comerciais, através da sua utilização em títulos de revista, posters, publicidade, etc.

Apesar de se passarem mais de 10 anos sobre a morte de Diego Lara, os seus trabalhos enquadram-se ainda hoje no panorama do design gráfico, uma vez que este designer não seguiu concretamente nenhum movimento artístico, recriando o seu próprio estilo, demostrando a sua grande paixão pela tipografia clássica, e relacionando-a muito bem a imagem e com o espaço que proporcionava o papel.

2.2.7 O design espanhol no século XX

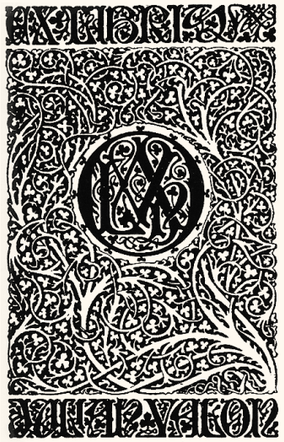
Se compararmos o design gráfico espanhol do século XX com aquilo que era feito na Europa e nos Estados Unidos, no mesmo período, observamos convergências a nível estilístico. O design espanhol, apesar de seguir as tendências e movimentos europeus, manteve uma certa tradição e não rompeu completamente com a corrente cultural do país, gerando assim projectos originais e surpreendentes, e ao mesmo tempo trazendo, uma assinatura própria e demonstrativa das suas raízes. Consequentemente, o estilo gráfico espanhol tem uma abordagem fresca e imaginativa, em que uma nova geração de designers e artistas gráficos assumem as suas raízes culturais, o imaginário popular, o *kitsch,* o vernacular.

O design espanhol, imune às influências mundo anglo-saxónico, redefine conceitos, tem maior lucidez crítica e uma linguagem mais afinada. Espanha, apesar do seu modo conservador, desperta noções de autenticidade e de resistência que pesam muitíssimo culturalmente: o local contra o global. É, aliás, interessante que o design gráfico tenha adquirido lentamente, mas firmemente, um grande reconhecimento por parte da sociedade espanhola e de outros países da Europa. Com o passar do tempo, o design gráfico e editorial deixou florescer todas as qualidades acima referidas, inserindo-se na vanguarda e guardando elementos próprios e coerentes da tradição cultural deste país.

2.2.8 Analogia com o design português

Embora não se possa definir o design gráfico de Espanha e de Portugal como uma mesma coisa, estes países compartilham analogias devido a heranças paralelas, que só recentemente foram analisadas dentro do contexto de design. Desde a década de 1930 até aos anos de 1970, os dois países foram, em grande medida, isolados do resto da Europa por governos repressivos, turbulências políticas e infortúnio financeiro. Por esta razão, o modernismo europeu e construtivismo russo teve pouca influência durante esta época. No entanto, este isolamento também ajudou a gerar uma abordagem única ao design gráfico.

O estilo gráfico de Espanha e de Portugal compartilham qualidades estéticas semelhantes e muitas vezes reflete uma visão tranquila da vida: charmoso e aconchegante, colorido e, às vezes, imbuído do sensual, o surreal, e espirituoso. De facto, a cultura visual Espanhola destaca-se mais pela arquitetura ricamente texturizada, a arte modernista de Gaudí, Picasso, Miró e artes e ofícios locais, que vêm por sua vez influenciar o panorama do design gráfico, com a inserção de elementos mais detalhados e pormenorizados. O design espanhol é considerado como um design "quente". Portugal foi mais isolado dos acontecimentos políticos, económicos e artísticos que ocorreram nas outras regiões da Europa entre



26. Josep Triadó, *ex-libris* de um livo impreso por Borràs i Mestres em 1906.



27. Anónimo. Cartaz de touradas de 1856.

os anos de 1926 até 1970. Muitos designers portugueses foram estudar na Suíça, imergindo-se imediatamente no estilo internacional, trazendo habilidades recém-adquiridas de volta para Portugal.

Durante as décadas de 60 e início de 70, dominadas em Portugal pela ditadura de Salazar e em Espanha pela ditadura de Franco, o sector editorial era muito escasso e peculiar na península Ibérica, transparecendo os valores de que na altura "ser-se do seu tempo" era difícil em Espanha e perfeitamente impossível num Portugal onde a pobreza e o isolamento forçados se agitavam como opção deliberada de um país "orgulhosamente só".

No entanto, há registo de escassos projectos editoriais, principalmente em Espanha, capazes de integrar correntes contra-culturais do pensamento europeu, constituindo um símbolo de resistência ao franquismo. A revista *Triunfo* é um desses exemplos editoriais absolutamente singulares na Península Ibérica, que num primeiro olhar parece combinar desequilibradamente preocupações de uma revista de *LifeStyle* com algumas "inquietações" de uma sub-cultura pop intelectualizada, mas que com um olhar mais atento, revela não só uma forte coerência e resistência editorial mas, igualmente, uma interessante galeria sob a qual, evolutivamente, desfilam ideias e tendências (do Situacionismo à *Pop Art*, da *Pop Art* ao pensamento cultural e político gerado sob a influência de Frankfurt).

Portugal e Espanha, apesar de serem países distintos, tem aspectos históricos comum, cultura e tradições idênticas, e a influência que mutuamente exercem é enorme. O facto de os designers gráficos de ambos os países serem possuidores de bastante talento, ainda que limitados pelos recursos, constituiu-se o factor determinante para a construção de um discurso gráfico próprio. Face ao tardio desenvolvimento tecnológico em ambos os países, foram valorizados e desen-

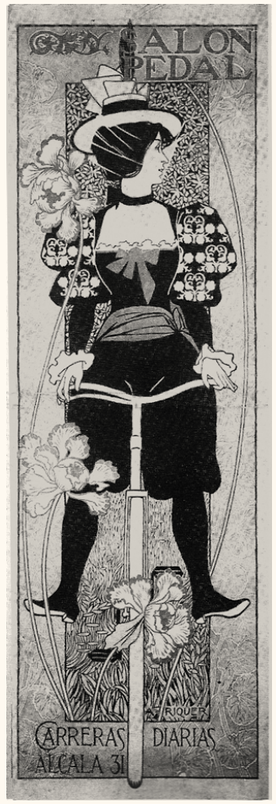
2.2.1 As origens do design gráfico em Espanha

As origens históricas dos campos da edição, da publicidade e identidade visual em Espanha, estabelecem-se a partir de 1474, durante o Reinado dos Reis Católicos, em tempos de unidade imposta pela a supremacia castelhana e coincidente com a chegada da tipografia.

A imprensa tipográfica chegou a Espanha com um certo atraso em relação aos outros países da Europa, devido não só à localização periférica da Península Ibérica, mas também pela escassez de materiais de referência, resultante da falta de grandes universidade no país. A imprensa espanhola surgiu, então, sob a influência da cultura italiana renascentista, na sequência dos laços políticos e religiosos criados há séculos com Roma, e que proporcionavam um permanente intercâmbio cultural, social e cultural entre as duas nações. Esta novidade tipográfica veio a reavivar e a modernizar a atividade tradicional de produção e difusão do livro.

Os Reis Católicos, e especialmente a Rainha Isabel, reconheceram a importância cultural da imprensa e favoreciam a impressão de algumas obras, como o célebre *Universal Vocabulario*. No ano de 1482, os Reis Católicos declararam o comércio de livros isento de impostos e facilitaram o estabelecimento de oficinas tipográficas, como a sevilhana dos *Quatro Compañeros Alemanes.* Esta famosa sociedade de impressores imprimiu mais de 40 obras até 1503, com um leque temático variado: Literatura, Linguística, Ciência, Teologia, Filosofia, Direito e Música.

Nos manuscritos espanhóis do século XV eram observadas folhas de rosto vistosas com grandes capitulares em cor rubra, cheias de arabescos, com borduras e tarjas de desenho renascentistas misturadas com capitulares góticas ornadas, produzindo as mais fantásticas «saladas russas» de estilos antagónicos, em misturas eclécticas. Esta era uma estética enraizada na cultura tardomedieval alemã, flamenga e



24. Alexandre de Riquer, Cartaz.

CAPÍTULO IV

Enquadramento Prático

CAPÍTULO III

Estado da Arte



Panorama do Design Editorial Espanhol
Apartamento Magazine
Lados Magazine
Metal Magazine

OUT OF BOX

"Receio, que a actual crise signifique o recrudescimento da exibição de força dos mais fortes. Mas a eventual pulverização de modelos absolutos permite que regiões periféricas ou pequenas, grupos minoritários ou independentes, possoam ganhar expressão sem os antigos constragimentos."

Jorge Figueira, in PLI *Arte e Design Magazine nº4



Estado da Arte
Panorama do Design Editorial Espanhol

¶

O presente capítulo pretende analisar o panorama actual do design editorial em Espanha, mais especificamente as revistas culturais espanholas e o posicionamento no mercado da revista *Jot Down*, projecto desenvolvido durante o âmbito de estágio.

Na época de crise que atravessamos, estamos perante uma psicose, um ciclo que destrói o consumo, emprego, reinvestimentos e alegria de viver. Desta forma, a revista, como produto de consumo, enfrenta também uma colossal caída de vendas. Este não é o resultado de uma realidade, mas de um estado de espírito social induzido, contagiado pela crise que se gerou em vários países europeus e que Espanha importou sem ter em conta a sua própria realidade. De facto, a crise económica que Espanha enfrenta não é justificação para o desaparecimento de tantas revistas no segmento do mercado espanhol.

O panorama editorial europeu apresenta-se muito mais optimista que o espanhol, dado que países como França, Itália, Alemanha e Reino Unido inventaram, desenvolveram e amadureceram conceitos editoriais que hoje se tornaram clássicos e autênticas marcas. Espanha, apesar de ter recebido influências destes países, com boa formação no âmbito do design editorial, não soube aproveitar nem a experiência que estes editores internacionais trouxeram, nem tão pouco adaptar-se à sua realidade social e cultural.

No universo editorial espanhol sempre houve muitas disfuncionalidades. Passou-se de uma época em que os "quiosques" não tinham capacidade de absorver tantos títulos para outra em que continuamente encerravam vários produtos editoriais. Isto porque alguns grupos editoriais cresceram rapidamente e como consequência não conseguiam adaptar-se às audiências. Como consequência desta psicose social, situamo-nos numa fase propícia para a reflexão no que diz respeito ao investimento editorial. Há que reorientar funções, objectivos e formas de trabalhar, sendo também a selecção de conteúdos

o aspecto fundamental. Como consequência, as revistas tem que se adaptar às novas tecnologias e às novas demandas dos leitores, coexistindo e interatuando com a *internet* e outros suportes.

Hoje em dia é o público consumidor quem reorienta os negócios e pede novas ideias. O consumidor passou da aceitação passiva de conteúdos (como a televisão), a uma busca voraz de conteúdos na internet. A forma de criá-los, editá-los, apresentá-los e distribuí-los será a chave para que estes novos produtos vinguem no mercado. Actualmente, Espanha enfrenta um período associado à conflitualidade e antagonismos, como também a fenómenos de reacção, crítica e pragmatismo. Face a estes momentos difíceis, a mente de alguns designers espanhóis trabalha em passos largos para se adaptar às novas situações. Deste ponto de vista, expressar através do design editorial um sentimento e uma mudança de posicionamento requer metáforas criativas e disposição receptiva dos que a contemplam.

Nesta época turbulenta da economia em geral, afectando consequentemente o sector editorial, a jovem revista cultural *Jot Down*, em particular, conseguiu fazer o que parece ser impossível: vender milhões de exemplares de uma revista com mais de trezentas páginas e pelo preço avultado de quinze euros. Mais surpreendente é o facto desta revista ser originalmente um projecto digital que recentemente passou para papel, já com repercussões que explicitam a sua permanência duradoura neste mundo "físico". Um factor deste sucesso editorial, em tempos de crise, poderá dever-se aos seus extensos e extraordinários artigos, aspecto em que a *internet* apresenta claras desvantagens, pois ainda não consegue proporcionar um conforto na leitura de textos com grandes dimensões.

Por detrás de uma paginação cuidada e uma tipografia sóbria, o grupo de designers *Relaja el Coco* cuida dos detalhes de cada artigo, dotado de um conteúdo

com uma qualidade difícil de se encontrar no mercado espanhol, conseguindo, por isso, em pouco mais de um ano de existência, que a revista *Jot Down* se tenha tornado na maior publicação cultural em Espanha.

Apesar de existirem diversas revistas culturais espanholas para além da *Jot Down,* não há competência directa com esta, uma vez que em termos de conteúdos e design editorial, nenhuma a consegue igualar. As revistas espanholas especificamente com conteúdos culturais, como a *El cultural* e a *Vice*, não conseguem competir com a *Jot Down* devido ao seu fraco posicionamento do mercado, mercê do seu débil design editorial.

Revistas como a *Apartamento, Calle 20, d[x]i , Lados, Lamono, Metal, Perdiz e Tiger*, apesar de não apresentarem um conteúdo não estritamente cultural, competem no mesmo segmento de mercado com a *Jot Down*. Neste sentido, pretende-se explorar estas revistas, nomeadamente a *Lados, a Metal* e a *Apartamentos,* como as revistas mais semelhantes em termos gráficos e, por conseguinte, as mais competitivas em relação à *Jot Down* no mesmo segmento do mercado editorial espanhol, face ao mesmo tipo de leitores.

Nesta secção, estas três revistas serão exploradas através de cinco elementos cruciais para o design de revistas: — formato; capas; ritmo; conteúdo; e imagens —, e por ordem de competitividade com a *Jot Down*, sendo a *Lados magazine* a maior concorrente, uma vez que o seu conteúdo é o que mais se aproxima do da *Jot Down.*

WEBSITES DAS REVISTAS

EL CULTURAL
www.elcultural.es

VICE
www.vice.com/es

CALLE 20
www.calle20.es

d[x]i
www.dximagazine.com

LAMONO
www.lamonomagazine.com

PERDIZ
www.perdizmagazine.com

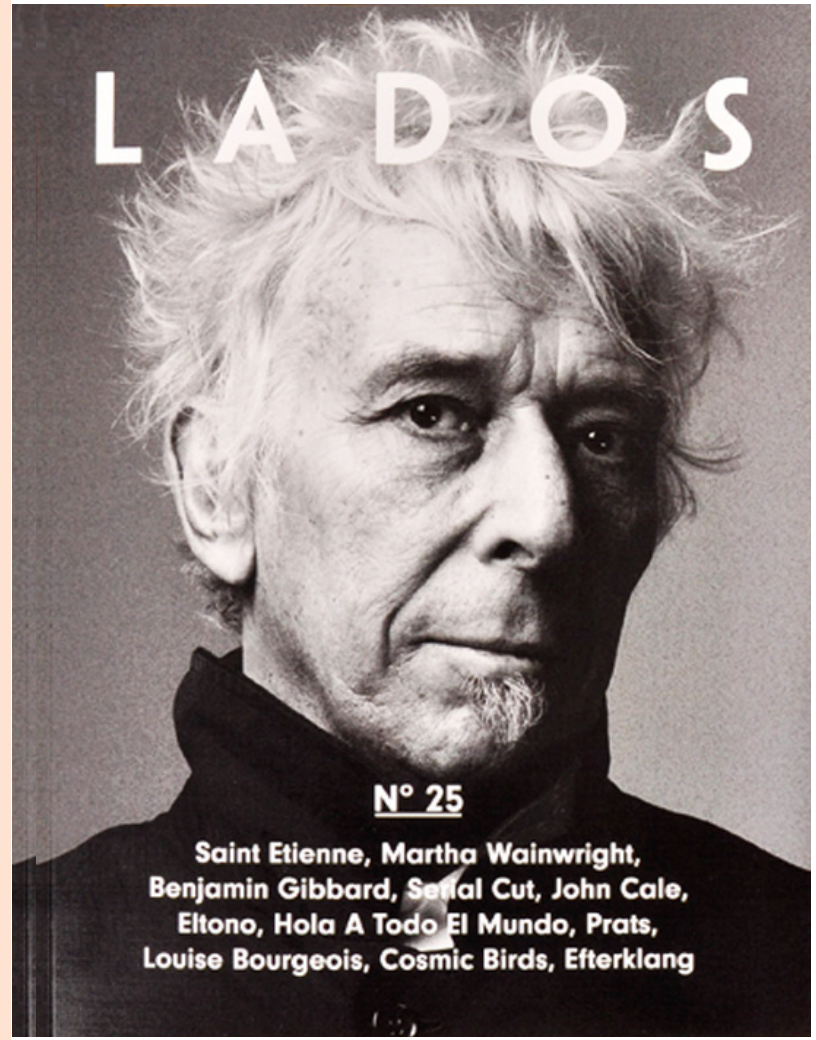
TIGER
www.tigermagazine.com

LADOS MAGAZINE

"Lados is a spanish magazine that spreads all kind of cultural contents"

Editor: Lados magazine
Cidade: Barcelona
Data de origem: Outubro 2007
Direcção de Arte: P.A.R
Dimensões: 22.5 x 30 cm
(com uma secção interior com a medida de um A5)
Número total de páginas: 80 a 130 páginas
Língua: Espanhol
Periodicidade: Bimensal
Website: www.lagosmagazine.com

Lados Magazine. Capa. Número 25. Janeiro 2013



LADOS MAGAZINE

Lados magazine é uma revista bimensal que tem como princípios básicos a difusão de todo o tipo de conteúdos culturais, desde música, moda, arte e cinema, entendendo cada uma destas disciplinas como uma representação das diferentes vias de expressão da capacidade interior de personalidades múltiplas. Esta revista também pretende servir de canal amplificador para uma maior difusão de diferentes nichos informativos, usando a publicação como uma ferramenta transversal que une e comunica diferentes segmentos.

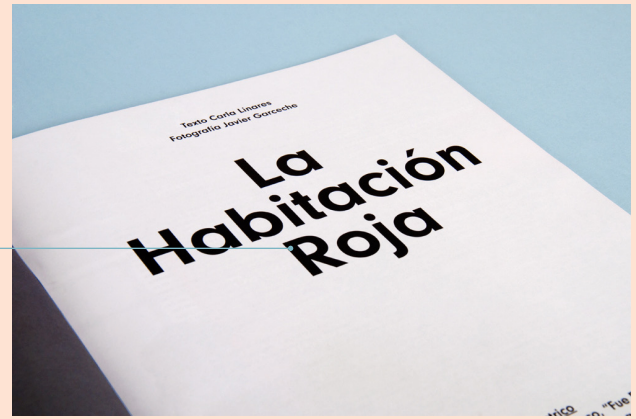
A primeira publicação de *Lados magazine* foi lançada em Outubro/Novembro de 2007, correspondendo ao número ø desta edição. Durante mais de 5 anos, a revista *Lados* passou por diferentes etapas criativas, sempre explorando um contínuo melhoramento em função da sua evolução.

Actualmente, *Lados* vive uma etapa de amadurecimento tanto dos seus conteúdos como do seu grafismo, procurando posicionar-se o dentro do grupo das novas tendências editoriais europeias. Com efeito, *P.A.R*, um estúdio de design gráfico sediado em Barcelona, assumiu o encargo da sua direcção de arte e respectivo design a partir do número 21 da edição.

Lados procura, através dos seus conteúdos romper com as barreiras arcaicas que



Lados Magazine. *Double Spread.* Número 22.



Neuzeit Grotesk

Lados Magazine. Número 22. Pormenor do uso da Neuzit Grotesk.



Lados Magazine. Artigo em *Double Spread.* Uso de duas colunas de texto.



Lados Magazine. Uso de secções de dimensões menores em certos artigos.

sempre delimitaram cada um dos sectores culturais, recombinando-os nas suas páginas para conseguir chegar ao máximo público possível, cuja sensibilidade e respeito pela virtude da criação em si é um ponto de referência.

Como resultado do aspecto visual da revista, os elementos gráficos como a tipografia, organização gráfica e respectiva combinação entre os elementos, são de extrema relevância. O facto desta revista conter uma secção com um formato de página diferente em relação às restantes páginas confere-lhe uma dinâmica peculiar.

Através do uso de fotografias deslumbrantes combinado com uma paginação simples, onde a relação das margens com a mancha útil do texto é bastante harmoniosa e arejada, *Lados* consegue transmitir a informação visual de uma forma espontânea e distinta. Esta revista oferece um vasto e variado material, com uma simples variação de estilos a partir de dois tipos de letra, que se complementam esplendidamente. *Lados* tem um modelo gráfico muito centrado, com títulos em espinha, característico dos layouts simétricos (clássicos). Tem, assim, detalhes muito refinados, destinados a um público-alvo com um certo requinte cultural e visual, sendo um prazer ler e desfrutar do agradável tipo de união entre texto e design editorial das suas páginas.

Os dois únicos tipos de letras usados na *Lados* são a *Pradell* de Andreu Balius, e a *Neuzeit* de Wilhelm Pischner. *Pradell,* é um tipo de letra serifado com bastante carácter, tendo ganho inúmeros prémios ao longo da sua breve existência. *Pradell*, desenhado por Andreu Balius entre 2001 e 2003, é resultado de um trabalho sobre os tipos de letra do século XVIII do espanhol Eudald Pradell. Este tipo de letra que possui patilha (serifa) é usado para o texto corrido, podendo ser utilizado também nos títulos de alguns artigos.

A *Neuzeit*, tipo de letra sem serifa, faz a combinação perfeita com a *Pradell*, uma vez que confere um toque de sofisticação e modernidade à paginação.

A capa da *Lados*, também ela simplista mas objectiva, conjuga o nome da revista, no topo e centrado, com uma fotografia impactante de determinada personalidade mencionada na presente edição. Os nomes das personalidades entrevistadas são dispostos na zona inferior da capa, não interferindo com a fotografia.

Em suma, *Lados* é uma revista apologista da máxima "*Less is more*", optando pela legibilidade e a atracção pelo prazer de ler.



Lados Magazine. Número 25. Pormenor do uso da Neuzit Grotesk.

Pradell



Lados Magazine. Artigo em *Double Spread.* Uso do tipo de letra Pradell.

APARTAMENTO

"an everyday life interiors magazine"

Editor: Marco Velardi
Cidade: Barcelona
Data de origem: Abril 2008
Direcção de Arte: Omar Sosa (Albert Folch Studio)
Dimensões: 17 x 24 cm
Número total de páginas: 220 a 270 páginas
Língua: Inglês
Periodicidade: Bianual
Website: www.apartamentomagazine.com

Apartamento. Capa. Número 8. Outubro 2011



APARTAMENTO

Apartamento Magazine é uma revista bastante distinta das demais revistas de decoração e de design de interiores. *Apartamento* surge com a necessidade de revolucionar o mercado editorial, saturado de revistas de decoração e arquitectura sempre com a mesma capa, os mesmos temas, as mesmas fotos, as mesmas entrevistas, etc.

Na verdade, é a partir associação de espaço e ocupação de onde parte a ideia e o conceito desta revista. Ao contrário das muitas revistas de decoração tradicionais, que dispõem espaços minimalistas, na *Apartamento* as divisões apresentadas são muitas vezes pequenas, desordenadas, mas com personalidade e vida. As pessoas que expõe as suas casas são, maioritariamente, pessoas ligadas ao mundo artístico, fotógrafos, artistas, músicos, que são convidados a falar sobre os seus lugares de vida.

Apartamento é uma revista independente criada por Nacho Alegre (fotógrafo) e Omar Sosa, (co-fundador da *Folch Studio*), sediados em Barcelona, e também por Marco Velardi (escritor e curador de Design), de Milão. Actualmente a *Apartamento* já é distribuída internacionalmente em 45 países, inclusive no Japão, onde a sua população é extremamente emotiva e culturalmente interessada por revistas, sendo por isso publicadas edições especiais com um suplemento traduzido em japonês.



Apartamento. Número 4. Pormenor da lombada e da encadernação.

Futura



Apartamento. Número 4. *Double Spread.* Inserção da imagem entre as 2 colunas.



Apartamento. Número 11. *Double Spread.* Uso de duas colunas de texto.



Apartamento. Número 4. Miolo impresso a uma cor (monocromático).

Apartamento, apesar de ser uma revista originária de Espanha, é inteiramente escrita em inglês. Apesar da sua primeira edição ter sido lançada em Abril de 2008, foi em 2007 que Apartamento foi concebida, ainda sob forma de uma espécie de fanzine e já com a ideia de abordar interiores de uma maneira diferente.

Apartamento é considerada como uma revista de referência, não só no panorama de revistas de arquitectura e de design de interiores, como também no amplo universo editorial, tendo ganho em 2010 o prémio *Yellow Pencil* como a melhor revista pelo D&AD. De facto, há um paralelismo entre a ascensão da *Apartamento* e a banalização da revista cultural *Vice*, que se tem tornado mais *mainstream*, atingindo um tipo de leitor apreciador de revistas mais tradicionais.Esta revista, é sem dúvida um resultado lógico de uma mudança de mentalidade pós-materialista. Numa época em que as pessoas estão entediadas com ostentação e espaços extremamente banalizados, há uma procura de identidade no meio da produção em massa e na globalização, que busca o lado pessoal, natural e real. Os pequenos artigos presentes na primeira parte da revista refletem esta circunstância, sendo expostas histórias pessoais bastante impressionantes. Nestes artigos não é discutido o ideal de casa nem as tendências da decoração, o objectivo é recolher dados da vida doméstica, mostrando-se a sua verdadeira personalidade, e gerando reflexões de uma



Apartamento. Suplemento traduzido em Japonês.

relação entre espaços e pessoas. Desta forma, as fotografias desta revista são diferentes das fotografias luxuosas desprovidas de qualquer tipo de emoção apresentadas nas demais revistas decoração. As fotografias da *Apartamento* transmitem sentimentos, realidades, imperfeições e vida. Demonstram a beleza de como as pessoas realmente vivem, em vidas reais, mesmo não sendo em casas perfeitas ou autênticos templos de design, as suas fotografias detêm a magia da realidade.

Assim, esta revista consegue marcar diferença no mercado editorial até pelo seu formato, pequeno e intimista. No entanto, é certo que existem outros factores peculiares aliados ao seu sucesso, como o seu conteúdo, as suas fotografias singulares, o uso de diferentes tipos de papel (com e sem brilho brilho) e a sua maravilhosa paginação. Com distintas secções marcadas por diferentes grafismos de entrada de secção e diferentes tipos de papel, esta revista oferece uma dinâmica visual bastante apelativa. O seu *layout* bastante simplista, organizado apenas em uma ou duas colunas por página, consegue proporcionar um conforto e ritmo de leitura absolutamente extraordinário. Também a sua capa é bastante atractiva, uma vez que a ilustração/fotografia persuasiva que ocupa toda a sua área combina harmoniosamente com o seu robusto logótipo caligráfico, que é posicionado no topo e centrado na área da capa. Por baixo do logótipo preto e impactante da *Apartamento* é apresentada gráficamente e de forma discreta a lista das pessoas que serão abordadas nessa edição.

Os dois tipos de letra usados na *Apartamento*, *TS Clearface* e *Futura*, atribuem bastante carácter a esta revista. *TS Clearface,* desenhado por Morris Fuller Benton, é um tipo de letra de patilha (serifa) e extremamente funcional, que tem como qualidade especial conseguir converter uma simples palavra em índole de logótipo. Por sinal, o logótipo da *Apartamento* é criado a partir da família *TS Clearface Bold.* Este tipo de letra é também usado nos títulos dos artigos, em tamanho relativamente grande em relação com a proporção da página. O tipo de letra *Futura*, um tipo grotesco e geométrico, considerado como um dos símbolos do modernismo geométrico no design gráfico alemão, é usado especificamente para o texto corrido e para alguns títulos de artigos desta revista. A decisão de Omar Sosa, ao aplicar o tipo de letra Futura para do texto corrido, torna a mancha de texto pesada, mas prevalece o propósito de produzir uma mancha de texto diferenciadora, atribuindo um carácter moderno e totalmente inovador à paginação da *Apartamento.*

Apartamento visa, assim, ser uma fonte de inspiração, uma nova força estimulante para o mercado editorial, preenchendo uma lacuna quer de conteúdo quer em aspectos gráficos dos leitores com "sede" do autêntico. *Apartamento* tem, por isso, planos para o aumento da sua circulação, com o objectivo de atingir um "estado estacionário" de 80 mil cópias, apesar de estar ciente de que o mais importante é manter o espírito da revista.



Apartamento. *Double Spread.* Entrada gráfica de artigo..

METAL

"Metal is an independent publishing project with a curious eye and an international spirit"

Editor: Yolanda Muelas
Cidade: Barcelona, Espanha
Data de origem: Junho 2006
Direcção de Arte: Albert Folch Studio
Dimensões: 22.9 x 30.5 cm (largura variável)
Número total de páginas: 120 a 190 páginas
Língua: Inglês e Espanhol
Periodicidade: Trimestral
Website: www.revistametal.com

Metal. Capa. Número 27. Spring/Summer 2012



METAL

A revista *Metal* nasce em Barcelona no ano de 2006, pelas mãos de Yolanda Muelas, surgindo como um projecto editorial independente vinculado ao mundo da moda e das tendências de arte. A revista surgiu com o desejo de fornecer algo de novo ao mercado editorial espanhol e com o intuito de se difundir por outros países. *Metal*, actualmente publicada em espanhol e inglês, é distribuída internacionalmente por mais de vinte países posicionando-se no topo de vendas. Esta condicionante favorável possibilitou a duplicação do seu número de páginas inicial.

Esta revista é uma mistura única entre moda e as artes, num âmbito vanguardista internacional, abordando conteúdos ousados sobre arte, moda, literatura e música que são explorados de uma forma não convencional com o intuito de oferecer um produto alternativo ao público-alvo (bilingue) que constantemente insiste em aumentar. *Metal* publica quatro números por ano, resultando numa colecionável e exclusiva publicação internacional para os olhos curiosos e os espíritos abertos.

Esta revista investe no renascimento de conceitos e conteúdos reais e considera que um formato de revista diferente é não só viável, mas também absolutamente necessário. A conceptualização, direcção de arte, e desenho gráfico da revista *Metal* são da responsabilidade do *Folch Studio*, um excelente *atelier* de design gráfico sediado em Barcelona.



Metal. Número 9. Fevereiro 2008. *Double Spread.*

Avenir



Metal. Número 11. Junho 2008. *Double Spread.* Uso da Avenir no título.



Metal. Número 24. Julho 2011. *Double Spread.*



Metal. Número 24. *Double Spread.* Sobreposição do texto com a imagem.

É, por isso, uma revista conceptualizada por pessoas jovens e vocacionada também a um público-alvo jovem (entre os 18 e 40 anos).

O seu grafismo de carácter experimental, onde o texto sobrepõe as imagens explorando os limites da grelha, e onde a própria imagem explora os limites da página, incita a tipografia e o *layout* da revista para um nível totalmente novo. A sua linguagem gráfica experimental, permite trabalhar cada número de maneira diferente, com o objectivo de surpreendero leitor. As páginas desta revista são, por isso, consideradas umas das mais talentosas e quentes do mercado mundial.

Os dois tipos de letra usados na revista *Metal* são a *Avenir* e a *Hoefler Text.* A primeira é um tipo de letra grotesco realista, usado para os títulos e textos auxiliares. Já a *Hoefler Text*, um tipo de letra com patilha (serifa) e Humanista, para além de ser usado em alguns títulos, é também usado para corpo de texto principal.

Segundo *Albert Folch*, a "esfericidade e versatilidade", foram directrizes que permitiram o desenvolvimento desta revista. Através de uma breve análise desde do seu primeiro número (com as dimensões de 225 x 300 mm) até à edição actual, nº29, podemos observar uma evolução interessante de como o seu grafismo e a própria revista foi progredindo ao longo dos anos.



Metal. Número 23. Maio/Abril de 2011. *Double Spread.*

CAPÍTULO IV

Enquadramento Prático



Projecto editorial: Revista Jot Down
Breves considerações

4.1 Projecto editorial: Revista Jot Down

El amor y la muerte bailan una danza macabra desde el inicio de los tiempos. Así comenzaba el artículo Canciones para amar y matar» de Ricardo J. González en la revista cultural Jot Down. De igual manera, el papel e internet bailan una danza macabra, como una relación de amor odio: no se soportan, pero el uno no puede vivir sin el otro. Contra todo pronóstico, este magazine digital ha pasado, en menos de un año, de gatear a andar, y casi a correr de 10 redactores y colaboradores a 85.

Noemí López Trujillo

4.1.1 Conceito Editorial

*Jot Down Magazin*e é uma revista espanhola que teve a sua primeira edição em Junho de 2012. É uma revista de publicação trimestral, editada por Wabi-Sabi Investments, S.C, e sob a direção e coordenação da agência Brands & Roses. Em Maio de 2011, *Jot Down* inicia a sua trajectória como um projecto digital, divulgador de conteúdos culturais. No entanto, desde a sua conceptualização, a *Jot Down* teve a ambição de se tornar em formato analógico, aspirando ser o *New Yorker* espanhol.

Apesar de muitos considerarem que a *internet* é o futuro da imprensa, para a *Jot Down* é o presente. De facto, a *internet* foi apenas um pretexto para adiar a publicação em papel, tendo em conta a dupla crise que se atravessa (económica e da imprensa). No entanto, a internet teve o papel fundamental de fornecer o *feedback* e contactos para que fosse possível a realização de um sonho — resgatar, para o mundo físico, o talento e conteúdos inseridos na rede cibernauta. Esta revista surge assim com um formato que desafia o estabelecido, conseguido vingar-se no mercado editorial.

A revista *Jot Down* tem uma tiragem de cerca de 10.000 cópias, na qual as suas vendas não não são feitas em quiosques (para contornar todo o sistema de distribuição), mas sim em livrarias. O projecto *Jot Down* surge a partir da preocupação cultural, e pelo facto de não existir nenhuma revista que oferecesse uma grande diversidade de conteúdos culturais que na opinião dos seus fundadores Ángel Fernández e Ricardo J. González, seria necessário comprar por mês, cinco ou seis revistas diferentes para se conseguir ler tudo o que interessaria. Deste modo, a finalidade da *JD* é dar opinião, pesquisa e análise de extensos e profundos eventos culturais em acontecem em Espanha e no mundo, tomando como ponto de partida a televisão, cinema, música, desporto, política, etc. Relativamente ao conteúdo, a *JD* inclui artigos excepcionais que procuram a autenticidade, a liberdade e a qualidade. Esta revista aborda diversos assuntos culturais e apresenta extensas entrevistas que entretém sem superficialidades e comunicam sem frieza impessoal. A extensão dos seus artigos exige ao público uma leitura cuidada e activa. Esta revista foi criada para se ler no seu todo e não apenas as suas manchetes - estamos diante de um produto final que convida à análise e reflexão. A *JD* conta com a presença de magníficos colaboradores como Enric González, Félix de Azúa, Juan Gómez Cadenas, Ignacio Vidal Folch, entre muitos outros. Esta edição em papel, é composta por umas 300 páginas e, em cada edição, os seus artigos circulam ao redor de um tema em questão.

Em termos gráficos, a *JD* aposta na sobriedade, que é denunciada ao leitor através da sua capa e das imagens totalmente a preto e branco e de uma prosa que envolve desde a leitura do seu primeiro parágrafo. O facto da revista ser publicada totalmente a preto e branco (monocromática) foi opção do cliente, por ser mais económico, no entanto a riqueza é fornecida pelo seu *layout* dinâmico e contemporâneo que promove a divulgação do conteúdo. A equipa da *Jot Down* considera intemporal o uso do preto e branco, superando a barreira de cor criada entre duas épocas, deixando embebida a nostalgia da tinta, impressoras e do papel. A *Jot Down magazine* explora as tendências atuais e os estilos de design criativo. Valoriza a fotografia e a ilustração, com uma forte presença do contraste entre o preto e o branco, gerado pela disposição no layout da tipografia e das grandes imagens. De facto, a acuidade com a tipografia, *lettering* e a infografia criaram uma forte identidade gráfica que percorre não só a revista *Jot Down* como todo o trabalho dos designers do *Relaja el Coco*. Este projecto já transita internacionalmente trazendo contatos e clientes para este estúdio relativamente jovem. Graficamente, a *Jot Down* é uma revista atraente e variada, com um *layout* racional e minimalista, mas com bastante riqueza de detalhes. Uma vez não se pretendia que a revista fosse seccionada, a equipa de designers ultrapassou este desafio na primeira edição, criando ritmo através de diferentes abordagens com elementos gráficos distintos, como moldura preta ou texturada ou papéis coloridos. De facto, esta revista é incrivelmente cuidada em aspectos formais, sentindo-se a nostalgia do papel. A gramagem do papel é grossa, tal como a revista em si, de tal maneira que se pode sentir o corte, e quando se passa com o dedo pelo corte, são sentidas irregularidades mínimas causadas pela estática da guilhotina.

O facto de não existirem anúncios publicitários na sua paginação, leva-nos a questionar de como sobrevive financeiramente. De facto, a sua principal fonte de financiamento são as pessoas pagam para ter a revista. Outras fontes são *Five*, a editora de livros, publicidade, distribuição de outras publicações e a *Tanyible.com*. Apesar do século XXI ser marcado pelo caos cultural, onde a quantidade substituí a qualidade e o ditado das agências substitui o cultivo de critérios próprios, a *Jot Down* consegue diferenciar-se deste panorama. *Jot Down* é uma lufada de ar fresco que renova o ar cansado da imprensa.

4.1.2 Briefing

1. Objectivo
Elaborar o projecto editorial da 3ª edição da revista cultural *Jot Down*. Com esta edição, pretende-se condensar todos os aspectos positivos das edições anteriores, para criar uma terceira edição mais coesa.

2. Equipa
Por vezes, quando um projecto implica uma dimensão alargada este obriga à constituição de uma equipa para o desenvolvimento e implementação de várias funções. Neste projecto justifica uma divisão de tarefas, quer pelo facto de existir uma maior produtividade como um maior enriquecimento criativo que vários elementos de uma equipa podem gerar entre si.

Para este projecto editorial, a equipa é formada por quatro pessoas com as seguintes tarefas:

- *Francesco Furno:* Coordenador do projecto, account, responsável por fazer infografias, a maior parte de edição de fotos e alguma paginação;

- *Pablo Galeano:* Responsável pelo planificação do projecto, elaboração de infografias, texturas e aberturas de página;

- *Sofia Brajal:* Paginadora, infografista e responsável por alguma edição de imagem.

- *Elsa Rodrigues:* Infografista, paginadora e responsável por alguma edição de imagem.

3. Enquadramento
O tema central desta edição é o escritor Júlio Verne, e foi-nos pedido que explorássemos o universo deste precursor do género de ficção científica, um universo cheio de submarinos, máquinas voadoras e viagens à Lua, de forma a que o transmitíssemos em características gráficas.

4. Conteúdos
Nesta 3ª edição, estão presentes 52 artigos de várias temáticas: Literatura, História, Sociedade, Ciência/Tecnologia, Arte/Arquitectura, Deporto, Cinema, Filosofia e Outros.

5. Etapas
Uma vez que o material necessário para o desenvolvimento da revista era recebido fragmentariamente, estipulou-se que a 1ª semana era destinada apenas à paginação de entrevistas e outros artigos e. Na 2ª semana, para além de alguma edição de imagem, foi uma semana dedicada exclusivamente à paginação de artigos. Na 3ª e última semana, foi feita a elaboração de toda a infografia e a finalização da paginação dos restantes artigos.

6. Objectivo de prazos
Paginar entre duas a três *layouts* por dia e, fazer infografias e iconografias entre 1 a 2 horas.

4.1.3 Planificação Gráfica

A planificação da revista é essencial para uma uma boa organização do projecto e para que exista uma estrutura com a mesma qualidade, igual ao produto final. A planificação é apenas concebida quando os designers conhecerem a extensão do texto e a quantidade de imagens que deverá conter a paginação. No entanto, as imagens não foram fornecidas todas no início do projecto, afectando por isso a planificação da revista. Visto que a planificação é feita consoante uma estimativa de número de palavras por página e imagens, por vezes ocorrem imprevistos, havendo texto a mais para o número de páginas estipulado, ou não existem imagens para o artigo em questão, levando por isso, a constantes alterações da planificação à medida que se iam desenvolvendo as diferentes páginas.
É de salientar que o *layout Icono (Un viejo dentro)* não existe nesta edição da *JD*, sendo um erro da legenda desta planificação. As páginas do artigo *Postales desde el infierno* (p.118 da *JD*), possui um arranjo gráfico totalmente distinto dos demais, no entanto, não há referência na legenda da sua existência.

A planificação pode ser consultada em anexo (p.94), e corresponde à quarta e última versão da planificação da revista *Jot Down* Nº*3, Jules Verne*. Apesar desta planificação se assemelhar ao produto final, a revista, tem algumas discrepâncias em diversos aspectos.

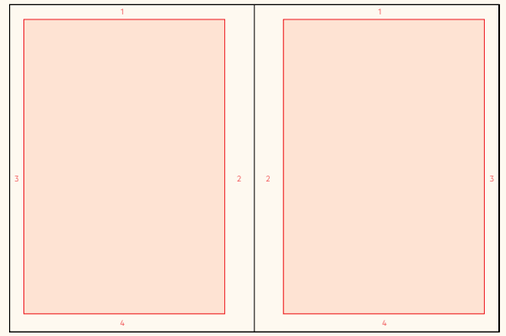
4.1.4 Formato da Revista

O formato da revista é um importante elemento que a diferencia das demais publicações periódicas e define, em parte, o seu conteúdo. Ou seja, a composição e colocação dos elementos gráficos devem ser compatíveis com o formato. Apesar de não existir nenhum tamanho ou formato standard para as revistas, o seu formato é o resultado da sua facilidade de manejo, adaptabilidade do conteúdo ao formato, limitações mecânicas na impressão e custos de produção. Actualmente é possível investir em formatos e paginações diversas de acordo com o conteúdo, os custos e a imaginação dos designers envolvidos na sua concepção. A revista *Jot Down*, como revista de grande circulação, tem as dimensões 28 cm de altura por 21 cm de largura, dimensões essas aplicadas desde a sua primeira edição. Este formato de revista é relativamente grande devido à extensíssima quantidade de conteúdo que necessita de estar presente em cada publicação.

4.1.5 Proporções das Margens

Por regra, a mancha de texto é sempre emoldurada por uma "zona ou área de segurança" para os elementos respirarem gráficamente entre si. No entanto, devido a razões técnicas, o corte final das páginas impressas pode diferir entre 1 e 5 milímetros, reduzindo significativamente a área das margens. Desta forma, as margens protegem o conteúdo do projecto impresso no processo de acabamento na gráfica, visto que que um texto sem margem, seria cortado pela guilhotina usada para aparar o miolo impresso.

Numa página, as margens bem proporcionadas poderão estimular fortemente a leitura uma vez que proporcionam uma melhor ergonomia e usabilidade do objecto impresso tanto física como visualmente. Assim sendo, as margens razoavelmente largas são consideradas importantes por gerar espaço em branco, permitindo uma maior legibilidade e uma boa aparência estética pelo facto de existir uma área de arejamento, que torna o processo de leitura mais leve. Desta forma, é a construção das margens que vai definir a mancha gráfica numa página. No entanto, existem vários tipos de margens consoante questões económicas e limitações gráficas. Para além das margens comuns, com certo espaço branco, existem as margens luxuosas e elegantes, com uma área de margens considerável, raramente encontradas em revistas. As margens económicas, com pequenas margens e uma grande área de texto impressa, são características em revistas e livros. As margens económicas quase sempre têm simetria entre as margens, que é o caso da revista *Jot Down*. Apesar de algumas limitações, as proporções das margens podem influenciar de forma crucial a estética da página. Se as margens forem demasiado pequenas, o leitor terá a noção de que a página está demasiado cheia, reagindo inconscientemente de forma negativa, uma vez que ao segurar na revista, os seus dedos taparão a mancha de texto e as imagens. Os *designers* do estúdio *Relaja el Coco*, com a sua sensibilidade crítica, empenharam-se em obter proporções de margem interessantes, no entanto algumas imagens extrapolam os limites das margens, apelando a uma paginação moderna e irreverente, que por vezes faz parecer que as páginas são maiores do que de facto são. A proporção bem calculada das margens superior, inferior, interna e externa (1,27; 1,565; 2,5; 1,27 cm), incute a sensação positiva e repousante. As margens são bem dimensionadas e agradáveis nas suas relações reciprocas, no que diz respeito à mancha de texto. De facto, a grelha está bem posicionada na página, e com margens laterais com dimensões que oferecem uma paginação equilibrada. As margens laterais com diferentes dimensões, atribuem contraste e dinâmica à página e o facto da margem interna ser suficientemente generosa para afastar o texto da lombada, oferece comodidade de leitura.



25. Proporções das margens da revista *Jot Down*

LEGENDA

1. Margem superior (12,7 mm)
2. Margem interna (25 mm)
3. Margem externa (15,65 mm)
4. Margem inferior (12,7 mm)

4.1.6 Recursos Tipográficos

A ordenação tipográfica, unida aos demais componentes do projeto, constrói a personalidade da publicação. A ordenação desses elementos são chaves em qualquer estrutura e planejamento, já que localizam sutilmente o conjunto de elementos fixos que compõem a primeira página de qualquer artigo, como o título, a introdução, a fotografia, os créditos e o texto corrido. Desta forma, o que define o carácter de uma revista é a maneira como se combinam essas partes e como estas interagem graciosamente com as palavras. O texto, sendo o principal elemento gráfico da revista e o mais extenso, exige uma gama de estratégias de forma a quebrar a sua monotonia e induzir ritmo e energia à página, sem desviar a atenção do

TIPO DE LETRA. CHAPARRAL PRO (20 pt.)

abcdefghijklmnoprstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PRSTUVXYZ
1234567890

Criado pelo tipógrafo Carol Twombly em 2000, Chaparral combina a legibilidade dos Egípcios popularizados no século XIX com a elegância da letra dos livros romanos do século XVI. O resultado é um tipo slab serif versátil e híbrido. Ao contrário dos tipos egípcios "geométricos", Chaparral tem variações da proporção da letra que lhe dão uma aparência atraente em todos os pesos. Este tipo é usado para o texto corrido a (9,5/11,5 pt.).

TIPOS DE LETRA. Heroic Condensed (20 pt.)

abcdefghijklmnoprstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUVXYZ
1234567890

Heroic Condensed é um tipo de letra grotesco realista, esguio e elegante, o que lhe permite uma vasta gama de utilizações. Heroic Condensed foi aperfeiçoado para o funcionamento pleno e sublime do olho humano, sendo por isso um tipo de letra com um refinamento técnico excepcional, criado a partir da lógica estrutural entre a fusão da geometria pura e o equilíbrio óptico. Na Jot Down, este tipo de letra sans-serif é frequentemente utilizado em títulos e destacados.

leitor para realmente importa: o conteúdo. Como tal, a escolha e uso da tipografia de uma forma intencional, torna-se num factor determinante, para tornar a revista atractiva e desejada por os leitores. Uma boa paginação passa, sem dúvida, pelo uso adequado dos recursos tipográficos, determinada pelos critérios da hierarquia, legibilidade e leiturabilidade.

A hierarquia, segundo E. Lupton, indica a organização do conteúdo, enfatizando alguns dados e preterindo outros. A hierarquização ajuda os leitores a localizarem-se no texto, sabendo onde encontrar e sair e como seleccionar conteúdos. O uso de diferentes tamanhos e diferentes pesos de um tipo de letra, ou até mesmo o uso de diferentes tipo de letras são alguns aspectos gráficos que conferem essa hierarquização hierarquização e código visual.

A legibilidade refere-se a facilidade com que um leitor consegue discernir o tipo numa página e baseia-se na relação da forma das letras, do branco anterior das mesmas, do corpo usado, do comprimento das linhas, do entrelinhamento, do espacejamento e das margens. Já a leiturabilidade, significa "facilidade de leitura" e relaciona-se com a quantidade de esforço que uma pessoa tem de fazer para ler um texto. A leiturabilidade é afectada pelo tipo de letra escolhido, o corpo da letra, o espaço entre letras e palavras, o comprimento das linhas de texto e pelo entrelinhamento. A leiturabilidade relaciona-se também com a uniformidade do tom de cinza (cor tipográfica) criado pela composição de texto na página. O ideal será criar uma textura cinzenta homogénea com espaçamento interlinear constante, onde não existam áreas escuras nem claras que distraiam a atenção. Os principais elementos textuais que complementam a página impressa da *Jot Down* são o índice, numeração de página, títulos, subtítulos, textos introdutórios, destacados ou olho, texto corrido, legendas e notas de rodapé. Sendo o texto corrido o principal elemento textual de uma revista, a escolha do seu tipo de letra torna-se um aspecto crucial.

O texto corrido é, sem dúvida, o elemento que é submetido a mais restrições dentro da grelha, não deve exceder os limites da mesma, dever manter o espaço estabelecido entre as colunas, um corpo de letra igual geralmente em todos os artigos e um espaçamento entre letras estável. Na verdade, existem inúmeros tipos de letra que podem ser aplicados em texto corrido, no entanto, uns são mais legíveis do que outros devido à sua anatomia. Para o texto corrido, é normalmente utilizada a caixa-baixa, uma vez os caracteres de caixa-baixa possuem formas mais distinguíveis devido às suas hastes ascendentes e descendentes, facilitam a leitura. A Chaparral Pro é tipo de letra específico para texto corrido da revista *Jot Down*. É um tipo de letra legível, elegante e clássico e por ser um tipo de letra serifado, propicia o agrupamento das letras em conjuntos significantes ajuda, "ligando" as letras para formarem palavras, aumentado a leiturabilidade. Relativamente à formatação do texto, os parágrafos da mancha de texto da *JD* são classificados de parágrafos modernos, uma vez que surgiram a partir dos princípios das *New Typography* (de Jan Tschichold), cujas as linhas do parágrafo são todas alinhadas à esquerda, sempre com espaço entre os parágrafos. De facto, o espaço de linha entre parágrafos é uma solução bastante elegante que confere um carácter modernista às páginas desta revista. Na *Jot Down,* um grande contraste de peso e forma marca a abertura dos artigos com os títulos em caixa alta, em corpos maiores, pesos mais negros, mais condensados e em tipos de letra grotescos. Estas características fazem com que os títulos causem um grande impacto visual, proporcionando uma hierarquia bastante clara e entre os vários elementos textuais. Nesta 3ª edição da *JD,* os tipos de letra Metric, Helvetica Neue e Heroic Condensed são os tipos usados particularmente nos títulos, sub-títulos e destacados. Como foi referido anteriormente esta edição foi repensada, experimentando outras variações guiadas por uma concepção base, desta forma o tipo de letra Knockout foi substituído pelo Heroic Condensed, uma vez que o tipo de letra Knockout começou a ser bastante vulgarizado nas publicações espanholas. Os títulos, para além de serem elementos funcionais, são também elementos decorativos. A *Jot Down* é notada por conter alguns títulos bastante atrativos e distintos, consoante o modelo de *layou*t definido para o artigo. Alguns dos títulos mais decorativos d*a Jot Down* são colocados dentro de molduras ilustradas, ou são títulos graciosamente ilustrados numa página inteira, conferindo uma viveza visual magnífica às suas páginas.

Uma vez que se primazia o uso de uma tipografia racional no desenvolvimento editorial desta revista, apesar do posicionamento e tipo de letra dos títulos variarem consoante o layout específico para cada artigo, estes orientam-se sempre pelas opções gerais escolhidas para o *layout* da revista, conferindo uniformidade a todo o projecto. A entrelinha dos títulos e de alguns destacados é mais apertada do que o normal, de forma atribuir a coesão da mancha gráfica. Por consequência, quando os destacados em caixa baixa tem letras com acentos ou hastes, há uma sobreposição incorreta dessas partes da letra. Este incidente ocorre devido aos estilos de texto pré-estabelecidos no programa de edição gráfica *InDesign* para cada elemento textual,no entanto, tenta-se atenuar este problema aumentando ligeiramente o valor da entrelinha.

TIPO DE LETRA. Helvetica Neue (20 pt.)

abcdefghijklmnoprstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PRSTUVXYZ
1234567890

O tipo de letra Helvetica Neue, surgiu em 1983 como uma evolução da Helvetica, apresentando diferenças subtis que causaram um impacto positivo em termos de legibilidade. O tipo de letra Helvetica foi criado por Max Miedinger em 1957, alcançando num curto espaço de tempo uma grande ressonância e devido às preocupações que originaram o seu desenho, esta é uma das fontes mais associadas ao modernismo no design gráfico. Helvetica Neue é um tipo de letra grotesco realista, sem serifa e bastante versátil.

TIPO DE LETRA. Metric (20 pt.)

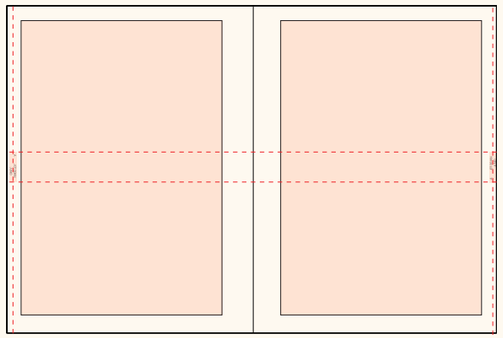
abcdefghijklmnoprstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PRSTUVXYZ
1234567890

Metric é um tipo de letra grotesco humanista sem serifa, criado em Berlim com o intuito de ser um tipo de letra aplicado à sinalização de rua. A criação deste tipo de letra baseia-se na geometria rigorosa da engenharia e na sua racionalidade, mas sem as limitações inerentes à geometria rigorosa, funcionando com mestria em diversas situações. Na Jot Down, este tipo de letra, para além de ser utilizado em alguns títulos, é especificamente utilizado nas legendas, créditos e numeração de página.

4.1.7 Numeração de Páginas

Um elemento importante na paginação de um documento impresso é a numeração da página. Segundo Müller, a numeração da página deve ser posicionada num sítio que satisfaça funcional e esteticamente. A posição da área tipográfica na página e a largura da margem disponível determinam a sua possível posição.

Na revista *Jot Down*, a numeração das páginas é posicionada lateralmente, na margem exterior da página, que é um caso muito pouco frequente na paginação de revistas. Sob ponto de vista psicológico, a numeração da página posicionada no meio da página tem um efeito estático. Apesar do seu posicionamento discreto e simétrico, no meio da página, este posicionamento está muito próximo dos limites da página, sendo uma opção bastante arriscada, entrando em conflito no *layout* com a moldura preta, que oculta parcialmente a numeração, perdendo legibilidade.



26. Numeração de páginas da Revista *Jot Down* nas margens externas. Numeração composta pelo número da página corrente, nome da revista e o mês da publicação.

4.1.8 Mancha Gráfica

A composição da mancha gráfica tem como o objectivo o rápido entendimento do leitor, e a sua dimensão é definida pelo formato da página e pela largura das margens estabelecidas. A mancha gráfica é então a área onde são distribuídos os elementos gráficos: imagens, texto e qualquer detalhe gráfico que tenha que estar na revista ou que esteja lá para ressaltar ou ornamentar a página. O dimensionamento da mancha gráfica é calculado quando o designer conhece a extensão do texto e a quantidade de imagens que deverá integrar na paginação. É por isso que o planeamento da revista é um passo bastante importante para a elaboração de qualquer edição editorial. Para além disso, tem de se ter uma ideia de como se irá conceber a solução, de modo global e em pormenor, para o *layout* em questão. Este esforço requer alguma prática e a total compreensão e percepção do planemento gráfico.

Uma vez que o corpo da letra a usar para o texto corrido está estipulado deste a primeira edição da JD, o número de páginas disponíveis, a extensão do texto e a existência, ou não de imagens na paginação são os três factores que vão definir a altura e largura da mancha de texto. Assim, um texto muito extenso e com poucas imagens, ao ser integrado em poucas páginas, vai exigir que a mancha de texto seja colocada no *layout* de forma a gerar espaço livre, para que a página possa respirar, constituindo por vezes um desafio. Efectivamente, a decodificação da mancha gráfica dá-se em dois momentos:

"o primeiro momento é quando o leitor observa a massa gráfica em conjunto, distinguindo as subáreas, isto é, identificando as ilustrações, os títulos, os intertítulos, os brancos, os gráficos, o texto, etc. A segunda, ao se deter nos detalhes destas subáreas."
(SILVA, Rafael Souza. 1985)

As manchas de texto pesadas, com muita área impressa fazem com que a relação de proximidade entre o leitor e o veículo seja afectada. Existe assim a necessidade permanente de abertura de novos espaços, que constituí um grande desafio na paginação desta revista, que tem 136 138 palavras no total dos seus artigos. Desta forma, é necessário que se crie e ofereça ao leitor um local de introspecção e de conforto, uma área onde as ideias possam circular.

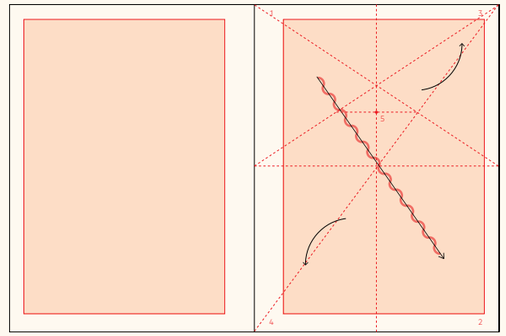
O facto das margens inferiores serem maiores que as do topo das página, resulta na consideração estética e formal da revista *Jot Down*: a mancha de texto parece mais leve sobre a página, uma vez que é transferida para cima. A mancha de texto que aparece como área cinzenta, parece flutuar, estática, sobre a página impressa. Desta forma, visto que os principais elementos do trabalho gráfico são o branco do papel e o preto do impresso, como branco entendemos todos os espaços e a disposição do arranjo tipográfico, enquanto o preto representa essencialmente o grafismo impresso. A valorização do branco da página representa o espaço de circulação das ideias do leitor e os fluxos, os caminhos deixados pelo designer. O branco proporcionado compensa a perda de espaço pela beleza e leveza da página. Para Villas-Boas:

"aqui, cabe a velha máxima de que qualquer elemento de uma página significa alguma coisa — até mesmo o não-elemento, representado pelo espaço em branco."
(VILLAS-BOAS, André, 2000)

Desta forma, o preto sobre o branco exprime um efeito positivo, e o branco sobre o preto exprime um efeito negativo. Por ter sua posição invertida, aumenta a dificuldade e cansaço no movimento ótico, portanto, nesta 3ª edição da *Jot Down*, o seu uso é aplicado de forma restrita, apenas sendo aplicado num *layout* em toda a revista, com a finalidade de quebrar a monotonia das páginas, e desta forma, gerando um efeito visual satisfatório, atingindo o objetivo de criar ritmo entre os artigos. Também é de referir que numa página há zonas de maior visibilidade. Efectivamente, a visão fixa-se instintivamente no lado superior esquerdo do papel, uma vez que estamos culturalmente condicionados a saber que o início do texto está ali. Desta forma, Alberto Dimes observa que:

"a grafia ocidental da esquerda para a direita, no sentido horizontal, é um dos alicerces do percurso obrigatório dos olhos, influindo decisivamente em nosso comportamento."
(Dimes, 1974, p.102)

Assim, como a visão desloca-se instintivamente com rapidez na diagonal para o lado inferior oposto, a rota básica da vista projeta-se do lado superior esquerdo para o lado inferior direito. Por isso, cabe ao designer ter o cuidado de preencher as zonas mortas e o centro ótico da página com aspectos atractivos para que a leitura se torne ordenada, sem o deslocamento repentino da visão.



27. Mancha gráfica da revista e zonas de maior e menor visibilidade.

LEGENDA

1. Zona primária
2. Zona secundária
3. Zona morta
4. Zona morta
5. Centro óptico

4.1.9 Grelha e *Layout*

A grelha pode ser definida como "*uma solução planejada para determinados problemas (...) (que) permite ao designer criar diferentes layouts contendo uma variedade de elementos, sem, todavia fugir da estrutura predeterminada*" (HURLBURT, 1999). Como cada problema que surge é diferente do precedente e requer uma nova solução, também a grelha deverá responder à solução específica de cada problema novo que surja. Este compromisso requer que o designer responda com atitude a cada nova tarefa que é formulada, analise racionalmente, e solucione de modo funcional, uma vez que a preocupação ao paginar qualquer revista, é dotar as mensagens da devida estrutura visual, a fim de que o leitor possa ler confortavelmente o texto e discernir a sua mancha de gráfica. Cabe ao designer, com o seu talento criativo, organizar de forma lógica as constantes mudanças do conteúdo informativo na grelha de forma a transmitir plenamente a mensagem pretendida.

A grelha na revista é responsável pela unidade das diferentes edições da publicação, de forma que, mesmo que o conteúdo altere de uma para outra, todas tenham sempre a mesma linha gráfica e coerência entre as várias edições. Aos sistematizar superfícies e espaços da página, tendo em conta critérios objectivos e funcionais, a grelha sugere a ideia de ordem numa publicação, podendo gerar uma diversidade de grafismos que tornam as imagens e textos mais inteligíveis e claros, contribuindo para a credibilidade da informação transmitida.

A grelha da revista *Jot Down* é composta por 6 colunas e 54 campos. É uma grelha sensivelmente complexa, menos rígida, que permite uma maior variedade de composições. O facto de trabalhar com páginas divididas em colunas, permite a disposição de mais de uma coluna de texto por página, ajuda a manter um comprimento de linha manejável e gera espaço branco na página. No *layout*, a harmonia da imagem geral depende de uma boa disposição dos elementos gráficos, da clareza dos tipos eleitos para a composição do texto, do tamanho da letra, da largura das colunas, da entrelinha, etc.

Desta forma, as seis colunas do layout da página da *JD*, são usadas com diferentes combinações para encontrar respostas relativas à funcionalidade, à legibilidade e à estética.
A mancha de texto passa a ocupar as colunas do layout de forma a compor uma ou duas colunas de texto, que na sua largura e altura, e também na relação com o formato da página, obedecem as suas proporções matemáticas da grelha. De facto, o uso das colunas da grelha é variável e flexível, sendo a mancha de texto disposta apenas numa ou duas colunas por página, dispostas das mais variadas maneiras. Como o *layout* é composto maioritariamente apenas por 2 colunas, número par, consegue-se uma distribuição mais equilibrada na página, apesar de estas serem dispostas de maneira a proporcionar um estilo diferente e original, que é geralmente atribuído pelo uso de número impar de colunas. O equilíbrio é também um elemento-chave do sucesso de uma boa paginação, tanto simétrico quanto assimétrico. Num *layout* simétrico, é fácil de entender o equilíbrio formal, com o centro da página servindo de fulcro e a área dividida uniformemente em duas porções. No *layout* assimétrico, o mais utilizado na revista *JD*, as opções e tensões são provocadas pela inexistência de um centro definido, requerendo a habilidade de conjugar harmoniosamente os vários elementos gráficos (texto e imagem) na página. É na tensão e nessa possibilidade implícita que está o impacto da abordagem assimétrica. Também o contraste de tamanhos entre os vários elementos gráficos e textuais da página produz efeitos dinâmicos e contrastantes na paginação desta revista.

Todos os *layouts* da revista *JD* tem uma estrutura definida numa ou duas colunas por página, que percorrem todo o design editorial da revista, articulando os elementos textuais e não textuais, ainda que de forma flexível, atento ao ritmo sequencial. Outra característica distintiva desta revista é a organização da abertura dos artigos, ou seja, cada novo artigo inicia-se na página do lado esquerdo da página dupla (*double-spread*), onde se posiciona uma imagem referente ao artigo ou a titulação e início do texto. A direcção da *Jot Down* ao querer evitar a fragmentação a revista por secções, procura uma fluidez e sequencialidade entre conteúdos, que é solucionada através do uso de 10 *layouts* diferentes mais 4 *layouts* distintos para as entrevistas. O contraste entre *layouts* constrói, basicamente, a identidade gráfica desta revista, criando uma excelente dinâmica visual por se diferenciarem uns dos outros em aspectos gráficos. Em anexo, na planificação (p.94), pode-se visualizar a distribuição ecléctica dos *layouts* consoante o de artigo. As páginas modelo existentes são então:

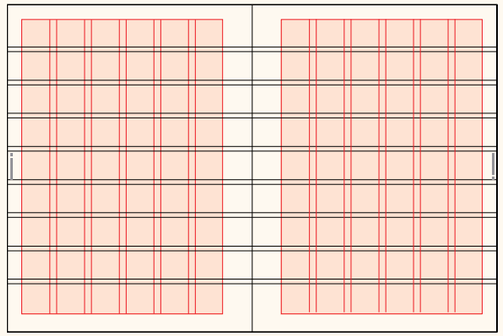
– *Iconos de línea: Layout* assimétrico, onde a micro-infografia é o destaque da página de abertura do artigo. Nesta estrutura existe uma distribuição equilibrada dos brancos, tornando este layout bastante leve e arejado;

– *Iconos contextuales:* Página com iconografia disposta lateralmente, e com apenas uma coluna de texto por página. (Excepção do artigo *Con perdón, senor Verne* (p.202 da *JD*), onde o texto é distribuído por duas colunas de texto, de forma a economizar espaço para que seja possível obedecer ao número de páginas de estipulado;

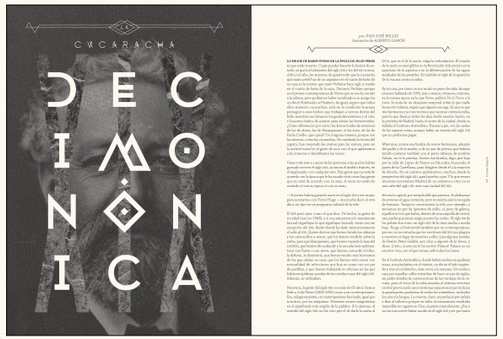
– *Marco con textura:* Modelo que contêm uma moldura texturada na área das margens das páginas, pequenas micro-infografias e duas colunas de texto por página. É um *layout* simétrico, mais estático e racional, que traduz uma sensação de serenidade;

– *Sin textura: Layout* simétrico, no qual as margens são ligeiramente maiores, proporcionando um *layout* mais arejado, uma vez que as duas colunas de texto são relativamente estreitas;

– *Marco negro:* Tipologia com uma moldura preta nos limites externos das páginas. *Layout* assimétrico, com o título do artigo num tamanho de corpo impactante e com a presença de vários destacados em caixa alta nas suas páginas;



28. Grelha da revista da *Jot Down*, dividida em 6 colunas e 54 campos.



29. *Double Spread.* Abertura do artigo *La cucaracha decimonónica* (p.108 da *JD*). *Layout Apertura Especial*, desenvolvido por Sofia Brajal. Abertura especial ilustrada por Pablo Galeano.

Nota: Consultar anexo p.104
(Imagens referentes aos 4 *layouts* de entrevista)

– *Apertura Especial: Layout* de abertura especial, onde as ilustrações da página do lado esquerdo, todas elas concebidas pelo Pablo Galeano, enriquecem visualmente toda a composição. Este tipo de paginação é composto apenas por um coluna de texto, centrada na página. (Excepção do artigo *La cucaracha decimonónica* (p.108 da *JD*), onde o texto é distribuído por 2 colunas de texto de forma a economizar espaço para que seja possível obedecer ao número de páginas estipulado.)

– *Pequeña intervención: Layout* assimétrico, cujo título tem pequenas intervenções gráficas, e os subtítulos tem uma formatação especial, delimitado por elementos gráficos.

– *Sin intervención: Layout* simétrico, composto por duas colunas por página, normalmente alinhadas à margem interna, de forma a proporcionar uma margem externa maior. Na página dupla de abertura desta composição, geralmente a imagem é posicionada na parte superior topo da página do lado direito.

– *Doble columna: Layout* com duas colunas por página, e destacados ou imagens no centro da página, introduzidos por um elemento gráfico quadrado.

Para as entrevistas, existem quatro modelos de *layouts* que foram estipulados na edição anterior *Jot Down* Nº2. Um dos *layouts* tem como página dupla de abertura uma fotografia que ocupa a totalidade dessas duas páginas com o título no canto inferior esquerdo da página esquerda; outro, onde a fotografia do entrevistado ocupa apenas a área total da página do lado esquerdo e é composto por duas colunas de texto na página direita; outra tipologia de página em que a fotografia ocupa igualmente a página esquerda, mas apenas com uma coluna de texto na página direita, alinhada à margem esquerda da grelha; e por último, um *layout* com texto na página de abertura e uma fotografia a ocupar ¾ dessa página dupla de abertura de artigo. É de referir, que para todas as entrevistas, era necessário a criação um título com uma composição tipográfica que transmitisse o carácter do entrevistado.

4.1.10 Ritmo e Sequência Editorial

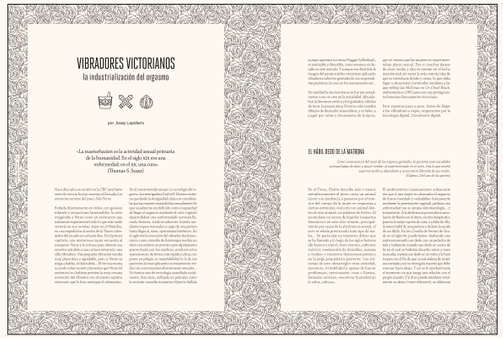
"o modo pelo qual os observadores reagem a uma página é afetado pela memória daquilo que acabaram de ver, assim como pela curiosidade sobre o que vem em seguida."

— Jan V. White

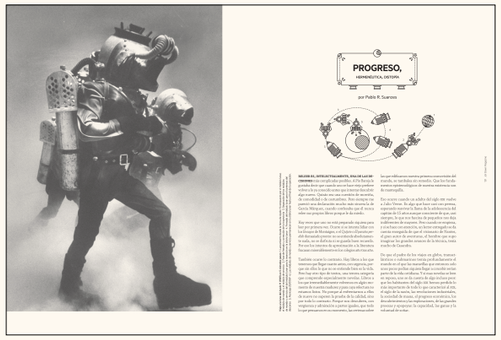
As revistas culturais podem dividir e compartimentar o seu conteúdo de vários modos diferentes. Os mais comuns são por tipo de texto (entrevista, crónica, notícia, crítica, etc) ou por expressão artística (literatura, música, cinema, artes plásticas, etc). Geralmente, este conteúdo está dividido por secções ou partes.

Como já foi referido no ponto 4.1.2 do presente capítulo, nesta 3ª edição estão presentes 52 artigos de várias temáticas: 14 artigos de Literatura, 10 de História, 6 de Sociedade, 5 de Ciência/Tecnologia, 3 de Arte/Arquitetura, 3 de Deporto, 2 de Cinema, 2 de Filosofia e 2 de temas indefinidos. Sendo assim, pode-se afirmar que *JD* é uma revista bastante ecletica, no que diz respeito ao conteúdo. No entanto, direcção da Jot Down, como cliente, não pretende que esta revista seja um objecto editorial fragmentado por secções, procurando uma fluidez e sequencialidade entre todos os seus conteúdos.

Desta forma, a *JD* é composta por dezenas de páginas duplas, com conteúdo gráfico bastante diversificado, que se apresentam ao leitor com uma ordem definida. Através destas páginas onde o uso de elementos gráficos varia gradualmente de layout de artigo para artigo, remete-se à passagem de tempo, gerando assim ritmo e movimento entre as páginas. De facto, é este uso de diferentes modelos de layout, como foi referido no ponto 4.1.8 deste capítulo (Grelha e *Layout)*, que confere um ritmo de alternância e uma sequencialidade editorial a todo o projecto, evitando-se assim, as zonas seccionadas que o cliente não pretende.



24. *Double Spread.* Abertura do artigo *Vibradores victorianos* (p.60 da *JD*). Layout *Marco con textura*, desenvolvido por Sofia Brajal. Infografias e textura desenvolvida por Pablo Galeano.



24. *Double Spread.* Abertura do artigo *Progreso, hermenéutica, distopía.* (p.130 da *JD*). Layout *Iconos de línea*, desenvolvido por Sofia Brajal. Moldura do título desenvolvida pelo Francesco Furno. Infografia desenvolvida por Elsa Rodrigues.

4.1.11 A imagem no Sistema de Grelhas

O design editorial de uma revista, na maioria dos casos, inclui imagens, desde fotografias, gráficos, ilustrações, infografias, etc. São as imagens que realmente inserem o factor novidade, além da fortalecerem a comunicação visual e a beleza de cada página da revista *Jot Down*. As imagens dão visibilidade ao texto antes da sua leitura, quebrando a monotonia e transmitindo movimento ao seu todo. Da mesma forma, ajudam e permitem romper as restrições impostas pela grelha e a rigidez formal criada pelos elementos tipográficos.

A decisão pela edição, posição na página e o uso de uma ou outra imagem envolve uma relação com o texto. As imagens podem então aplicar-se de uma maneira mais flexível e visualmente estimulante. À vista disso, as fotografias no *layout* da *Jot Down*, ocupam o espaço de mais de um coluna e, inclusive, excedem os limites da grelha ocupando totalmente as margens da página. Esta disposição arrojada das imagens a corte, faz com que o leitor tenha a percepção de que a página seja maior do que realmente é. Quando o leitor não vê os limites de uma imagem dentro dos limites físicos de uma revista, tende a completá-la mentalmente, adicionado na sua fantasia aquilo que não vê. As aparências também iludem quando se opta por uma margem branca generosa, ficando todos os elementos ilustrativos contidos na mancha gráfica. Neste estilo de paginação, a publicação pode parecer mais pequena do que realmente é.

As fotografias da *Jot Down*, pelo facto de sere monocrómáticas, produzem interessantes variações visuais consoante a mancha de cor seja mais escura ou clara. No entanto, as fotografias desta revista são produzidas sem atender à sua grelha, ou seja, os fotógrafos não sabem antecipadamente em que contexto as suas fotografias serão usadas, de maneira que não irão compor as imagens seguindo de um sistema de grelhas que lhes seja conhecido. Assim, a fotografia em si,

que será empregue em diferentes contextos, não é produzida num formato pré-especificado, sendo por isso necessário ter em atenção as dimensões da fotografia, de modo a que seja possível a sua integração harmónica no *layout* e sem que haja distorção da imagem. Quando estão presentes rostos de pessoas em fotografias, existe também o cuidado de colocar as pessoas a olhar para "dentro" da área da revista, de modo a centralizar a atenção para o interior da revista e não para os seu exterior. Por vezes, é necessário refletir-se as fotografias, havendo o cuidado de se evitar a perda de informação no caso de existir texto implícito.

Quando se colocam as imagens dentro da grelha é importante ter atenção à sua posição, porque pode condicionar a forma como se lê a informação e a atenção do autor. O orientador de estágio indicou-nos para colocar as imagens sempre no topo, uma vez que o centro óptico da página se situa na parte superior da página, e o facto de a imagem não estar no fundo da página harmoniza uma sensação de leveza na página, de forma a contrastar com a mancha de texto que por vezes é muito densa.

As infografias presentes na *Jot Down*, desenvolvidas de raiz pela equipa *Relaja el Coco*, são relacionadas com texto em questão, facilitando a compreensão e instigando curiosidade pelo texto. A infografia sendo uma potente ferramenta visual, adapta-se perfeitamente à cultura visual desta revista, tendo a versatilidade para actuar como imagens decorativas e simplificar informações complexas.Também o uso de molduras trabalhadas em redor dos títulos e molduras com textura à volta da página produzem efeitos atrativos e grande valor estético, conferindo ao interior da revista uma riqueza e singularidade única.



24. *Double Spread.* Abertura do artigo *Los días que no fueron* (p.212 da *JD*). *Layout* de base *Sin intervención*, com ligeiras alterações, paginado por Francesco Furno. A fotografia é posicionada ao corte, ocupando as margens estabelecidas e com o cuidado de colocar os olhares das pessoas em direcção ao centro da página dupla.



24. *Double Spread.* Abertura do artigo *Con perdón, señor Verne* (p.202 da *JD*). *Layout Iconos contextuales*, desenvolvido por Sofia Brajal. Infografia desenvolvida por Elsa Rodrigues e Sofia Brajal.

4.2 Breves Considerações

Para o desenvolvimento de cada publicação da *Jot Down,* é necessário identificar os elementos compositivos nos quais reside o seu equilíbrio e dinamismo, para que se possa produzir uma revista coesa tal como esta é. De facto, a planificação inicial da revista é um ponto de partida valioso, que permite maximizar a eficácia da paginação, sendo um instrumento para tomar decisões que melhoram a qualidade da publicação. No entanto, a planificação não foi feita de uma forma eficaz, uma vez que o cliente não conseguiu facultar todas as imagens no início do projecto, afastando a planificação inicial da revista de uma possível aproximação com o produto final. Este facto dificultou a concepção de alguns *layouts*, que por vezes tinham que ser totalmente modificados face à falta ou excesso de imagens para o artigo em questão, sendo feito um esforço para manter o número de páginas estipulado na planificação, de forma a não comprometer o desenvolvimento do resto do projecto.

As entrevistas, por serem os artigos com o maior destaque na *Jot Down,* foram os primeiros artigos a serem paginados. Foi desafiante construir tipograficamente um título que transmitisse o carácter ou imponência do entrevistado, através do peso, tamanho e do tipo de letra. Destaco a composição tipográfica do título da entrevista ao Alfonso Guerra, uma vez que foi bem conseguida, recebendo elogios pela parte da equipa *Relaja el Coco*, que considerou que o título veio engrandecer a página desse artigo. (p.137 da *JD*).

Um dos *layouts* mais desafiadores de se paginar, foi o artigo *Vibradores victorianos* (p.60 da *JD*) e o artigo *Julio Verne. La palabra como autogobierno de la imaginacion y la liberdade* (p.164 da *JD*). Estes dois artigos, devido à extensão do texto e às suas características textuais, tiveram que ser paginados num *layout* diferente do que estava pré-estabelecido na planificação. Este facto constatou-se após sucessivas tentativas fracassadas de se construírem os artigos segundo a paginação, tal como o número de páginas estabelecidas na planificação. Face às características gráficas dos artigos



24. Título da entrevista a Alfonso Guerra, em escala reduzida. (pag. 136 da *JD*). Composição tipográfica com tipo de letra Metric com um contraste significativo entre o peso *semibold* e o *bold* e dos tamanhos do corpo da letra.

a paginar, sugeri que ambos os *layouts* fossem paginados segundo o modelo *Marco con textura*. Essa sugestão foi aprovada pelo orientador de estágio, que também considerou ser a única opção para contornar o problema em questão. No entanto o modelo de layout *Marco con textura* não tinha pré-estabelecido a formatação de certos elementos textuais, como sub-títulos e citações. Uma vez que o texto do artigo *Vibradores victorianos* tinha esses elementos textuais, foi-me incumbida a estipulação de um estilo gráfico para estes, de acordo com os princípios de hierarquização.

É de referir que no artigo *Julio Verne. La palabra como autogobierno de la imaginacion y la liberdade*, tive a preciosa ajuda do Francesco Furno na formatação do texto, uma vez que era maioritariamente composto por poesia, exigindo um maior cuidado tipográfico devido à sua complexidade.

Foi também desafiante evitar os erros comuns que afectam a leiturabilidade e legibilidade de uma revista, como demasiado texto numa só página e o excesso de colunas; é de evitar, na medida do possível, as viúvas e os órfãos pois criam desequilíbrio na mancha textual; por outro lado, devem ser implementados em todos os artigos espaços em brancos suficientes para que o olho descanse e a publicação não pareça desordenada.

CAPÍTULO V

Reflexões finais



Nota Conclusiva
Reflexão crítica sobre o processo de estágio

5.1 Nota Conclusiva

O trabalho criativo é uma escolha contínua de caminhos. A idealização estética e o pragmatismo andam de mãos dadas face à optimização do resultado final. Esta é uma "via dolorosa" que passa por uma quase feroz e incessante auto-avaliação e pela constante procura de novas linguagens expressivas, através de uma capacidade constante de frescura, de renovação, de entusiasmo e surpresa.

Noemí López Trujillo

A revista é um produto editorial composto por páginas que, fechadas ou abertas, configuram um espaço bi-dimensional, uma superfície finita de unidade de composição onde os textos e imagens são impressos. O conjunto dessas páginas tornam o objecto revista, um objecto tri-dimensional, com um formato e peso particular. Entender as particularidades e potencialidade dessa superfície finita de composição, é pois, o primeiro passo para a criação de uma revista.
A facilidade ou dificuldade com que o leitor navega através da revista é, então, da responsabilidade do projecto gráfico.
O papel cultural das revistas representa o expoente máximo da comunicação impressa, um produto elaboradíssimo e sofisticado que funde admiravelmente textos e imagens com grande eficácia e elegância. A revista *Jot Down*, mais do que a cultura geral que oferece, contribui para a análise do que é um bom produto de design. A excelente simbiose da selecção de conteúdos, de uma tipografia cuidada e da presença de fotografias e infografias magníficas, faz com que esta revista seja um produto editorial primoroso e único. Esta revista é um título para nichos, destinado a pessoas interessadas em aspectos que ultrapassam o conteúdo, podendo afirmar-se que a *Jot Down* se tem vindo a transformar numa marca, devido à sua coerência ao longo das suas edições. Apesar de ser uma revista com pouco tempo de existência é, sem dúvida, relevante para a cultura das revistas espanholas, não só pelo seu conteúdo, como também em termos de design editorial. A excelência das proporções do formato da revista, a dimensão da sua mancha gráfica e os tipos de letra utilizado são os três factores fundamentais que determinam a sua estética no geral.

Através da análise dos aspectos fundamentais do design editorial, conclui-se que a paginação da revista *Jot Down* não é uma tarefa simples, uma vez que o nível da complexidade desta tarefa reside nas relações compositivas entre tipografia, grelha, layouts, manejo de pretos e brancos, assimetrias, contrastes, infografia, entre outros. Com um estilo gráfico muito próprio desde a sua primeira edição, há uma coerência estilística entre todos os elementos gráficos e, apesar do leitor habitual saber o que deve esperar da revista *Jot Down*, a cada nova edição, este é surpreendido com pormenores gráficos que marcam a diferença e renovam o espírito desta revista. Assim, a sequencialidade é um aspecto importante neste tipo de publicações, podendo ser percebida como um processo orgânico e contínuo no tempo. Cada novo número oferece a oportunidade de testar algo de novo como reacção a números anteriores, a oportunidade de reflectir, inclusive de questionar e propor rupturas. Em suma, o design gráfico desta revista faz-se através de um excelente projecto contínuo, que incorpora mudanças subtis e de forma gradativa, sem deixar desaparecer por completo a sua "natureza nuclear". Todos os elementos deste projecto editorial, em maior ou menor grau, identificam a revista. Em maior grau, a marca é um elemento identificador único, em menor grau, os recursos tipográficos, uma vez que podem ser utilizados nas mais diferentes revistas.

"Dentro do design, há quem veja a tipografia como um livro de leis ou, pelo contrário, como um código ético. No primeiro caso, usam-se à risca os preceitos, invocando Bringhurst ou Tschichold para tomar decisões como se fossem alíneas no Diário da República. No segundo caso, cada decisão é pesada e adaptada a cada momento, tornado-se numa responsabilidade pessoal de quem a toma, mesmo quando é apoiada nas decisões de terceiros."
(Mário Moura)

A revista *Jot Down* usa a tradição do design para vencer as barreiras com o seu cliente, através do recurso a uma grelha funcionalista e de critérios de legibilidade e leiturabilidade mas, ao mesmo tempo, extrapola as regras da tipografia clássica nalgumas aberturas de artigo, através do uso da tipografia como imagem, acreditando no potencial de novidade. Desta forma, a equipa *Relaja el Coco* convence o cliente, por vezes céptico, a adoptar algumas soluções que vêm a enriquecer graficamente esta revista. Concluindo, a composição entre texto e imagem faz do design gráfico desta revista o grito de autenticidade, através do uso de uma grelha funcionalista.

5.2 Reflexão crítica sobre o processo de estágio

5.2.1 O processo de estágio

O processo de estágio, é uma experiência produtiva e recompensadora, não só no domínio profissional, na medida em que foram adquiridas competências técnicas na área do design gráfico, como também a nível interpessoal.
Para além da integração do estagiário em "designer em processo", proporcionou-se outro tipo de trocas e valências, a presença profissional no mercado real e o apoio humano dado pela equipa *Relaja el Coco*.

A experiência de assimilar conhecimento nesse contexto adquire contornos diversificados: a aprendizagem é feita com contributo do trajecto de cada um, com a personalidade, com a maneira como cada elemento da equipa é capaz de naturalmente se construir, ao dividir o seu saber e partilhar o seu interesse por determinado assunto ou área. O processo de acompanhamento e tutoria é partilhado por todos, é um processo que flui e que se fundamenta no contexto do projecto, de uma dúvida, de uma necessidade. Desta forma, existiu sempre o esforço da resposta, ou pelo menos da orientação segundo uma directriz. É importante o sentimento de integração no ambiente de trabalho, sendo que a possibilidade de discutir e opinar sobre um assunto é também sinónimo de intervenção oportuna na discussão e de o fazer esclarecidamente, visto que também se apreende com a discussão geral e integrada do projecto, em equipa.

Os três meses de estágio na empresa *Relaja el Coco* proporcionaram um experiência bastante enriquecedora, que exigiu adaptação a uma nova rotina, diferente da rotina académica. Nesse sentido, é aumentada a autonomia e a capacidade de trabalhar de forma independente, gerindo-se autonomamente o processo de trabalho. No espaço de *atelier*, por ser um ambiente partilhado com várias empresas, testa-se também a capacidade de trabalhar na azafama da realização simultânea de vários projectos, testa-se a convivência em grupo e o trabalho partilhado.

No decurso da experiência foi desafiante contornar os bloqueios, delineando novas ideias, educando-me a utilizar racionalmente as minhas capacidades, de forma a inventar soluções para o problema em questão.

5.2.2 Conclusão

Em conclusão, o estágio administra-nos doses reforçadas de autonomia, senso crítico, e responsabilidade. Não sendo apenas estas as competências adquiridas no processo de estágio, são tantas e todas aquelas que envolvem aprendizagem sendo, que haverá tanto por onde começar, uma vez que os projectos trazem sempre algo de novo (um alinhamento, uma cor, uma imagem) que devemos necessariamente (re) olhar, pondo em prática todos os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos até à data.

6. Referências Bibliográficas

PUBLICAÇÕES IMPRESSAS

ARNOLD, E. C., (1965) *Tipografia y Diagramado para Periódicos,* Mergenthaler Linotype Company.
ARMSTRONG, Helen; LUPTON, Ellen, (2009) *Graphic Design Theory – Readings From the Field*, Princeton Architectural Press.
BRINGHURST, Robert, (2004) *The Elements of Typographic Style,* H & M publishers.
CAMPBELL, Alastair, (1997) *The New designer's handbook*, Little Brown, Londres.
DABNER, David, (2003) *Guia de Artes Gráficas: Design e Layout*, Editorial Gustavo Gili.
FOGES, Chric, (2000) *Diseño de revistas*, McGraw Hill.
FIORAVANTI, Giorgio, (2007) *Diseño y reproducción: notas históricas e información técnica para el impressor y su cliente*. Editorial Gustavo Gilli.
FRUTIGER, Adrian, (2007) *En torno a la tipografia*, GG Diseño.
HOCHULI, Jost; KINROSS, Robin, (1997) *Designing Books: Practice and Theory,* Hyphen Press.
HURLBURT, Allen, (1977) *Layout: The design of the printed Page*, Watson-Guptill Publications.
KINROSS, Robin, (2002) *Unjustified Texts: Perspectives on Typography*, Hyphen Press.
KANE, John, (2012) *Manual dos tipos*, Editorial Gustavo Gili.
KUNZ, Willi, (2004) Tipografia: Macro y microestéctica, GG Diseño.
MEEGS, Philip, (2006) *Megg's History of Design.* (4ª edição). John Wiley & Sons, Inc.
MESEGUER, Laura, (2010) *Typomag, Typography in Magazines*, Index Book.
MCLUHAN, Marshall, (1972) *A galáxia de Gutenberg,* Companhia Editora Nacional.
MULLER-BROCKMANN, Joseph, (2012) *Sistemas de grelhas. Um manual para designers gráficos*, GG Diseño.
LESLIE, J. (2003) *Novo Design de revistas*. GG Diseño.
LUPTON, Ellen, (2006) *Thinking with type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors & Students,* Cosac Naify.
LUPTON, Ellen; MILLER, J. A. (1996) *Design Writing Research: writing on graphic design,* Phaidon.
SAMARA, Timothy, (2005) *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop,* Rockport Publishers.
SALA, Màrius, (2007) *Pages: Editorial Design*, Gingko Press.
SATUÉ, Enric, (1999) *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días.* Aliaza Editorial.
SILVA, R. S., (1985) *Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa,* Summus.
SMEIJERS, Fred, (2007) *Type Now | a manifesto,* Hypen Press.
TSCHICHOLD, Jan, (2006) *The New Typography,* University of California Press.
VILLAS-BOAS, André, (2000) O que é - e o que nunca foi - design gráfico, 2AB.
VIGNELLI, Massimo, (2010) *The Vignelli Canon*, Lars Muller Publishers.
ZAPPATERRA, Yolanda.(2008) *Diseño editorial Periódicos y revistas*, GG Diseño.
TYPE ONE. (2005) *Discipline and Progress in Typography*, Die Gestalten Verlag

Ensaios

As Duas virtudes de um Livro, Paul Valéry (1926)

Designing Programmes, Karl Gerstner (1964)

Good Design is Goodwill, Paul Rand (1987)

Grid and Design Philosophy, Joseph Müller-Brockmann (1981)

The New Typography/ Die Neue Typographie, Jan Tschihold (1928)

The Crystal Goblet, Beatrice Warde (1980)

PUBLICAÇÕES ELECTRÓNICAS

http://everydaylola.com/design-apartamento/
http://www.moma.org/interactives/exhibitions/2012/millenniummagazines/
http://www.guardian.co.uk/world/2012/jul/10/interiors-magazine-apartamento-global-following
http://www.icograda.org/feature/current/articles239.htm
http://www.shift.jp.org/en/archives/2008/05/apartamento_magazine.html
http://www.pullthemetal.com/2009/11/apartamentoapartamento/?lang=en
http://www.archizines.com/Apartamento
http://thedepartmentofnews.com/print-today-apartamento/
http://xombit.com/2012/06/jot-down-futuro-industria-editorial
http://madrilanea.com/2012/03/16/entrevista-ricardo-gonzalez-jot-down/
http://www.apmadrid.es/noticias/generales/emprendedores-jot-down-queremos-leer-the-new-yorker-en-espanol
http://www.segundoanfiteatro.es/2011/12/jot-down-la-prosa-lleva-frac/
http://blog.presspeople.com/2011/12/jot-down-surge-del-mal-humor-que-nos.html
http://www.laplayademadrid.es/archives/6785
http://cultura.elpais.com/cultura/2012/08/29/actualidad/1346226060_676549.html
http://ressabiator.wordpress.com/2011/07/05/design-in-business-printing-herbert-spencer/#more-3979
http://www.behance.net/gallery/Jot-Down-n3-Contemporary-Culture-Mag/8026777
http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2013/07/JotDown.pdf
http://pt.scribd.com/doc/94400938/Diseno-Editorial
http://store1.adobe.com/cfusion/store/html/index.cfm?store=OLS-US&event=displayFont&code=CHAP10005010
https://klim.co.nz/blog/metric-and-calibre-design-information/
http://www.slideshare.net/designjohnson/mack-iii-forumdanieleoliveira
http://janelaomi.blogspot.pt/2010/03/chaparral-pro.html
http://bocc.ubi.pt/pag/hoeltz-mirela-design-grafico.html
http://www.magspreads.net/2011/04/apartamento-magazine-4.html
http://folchstudio.com/categories/magazines
http://www.typerepublic.com/pradell.html
http://martinribe.wordpress.com/2009/05/05/reflexiones-sobre-el-diseno-editorial-en-espana/
http://www.welovecolophon.com/archive/?mag_id=674
http://issuu.com/revistametal/docs/metal_13_p_simples
http://xombit.com/2012/06/jot-down-futuro-industria-editorial
http://madrilanea.com/2012/03/16/entrevista-ricardo-gonzalez-jot-down/

Publicações Periódicas

Apartamento
www.ink-magazine.com

Baseline magazine
www.baselinemagazine.com

Design Issues
www.mitpressjournals.org

Ink
www.ink-magazine.com
(Número 2, Novembro 2007)

Lados Magazine
www.ladosmagazine.com

Monográfica
www.monografica.org
(Proyecto de Graduación, Junio 2012)

Revista Metal
www.revistametal.com

ANEXOS



A

Imagens: Revista CAU e Buades

Planificação: Jot Down Nº3

Modelos de *Layouts*: Artigos de entrevistas

Jot Down para Behance: Suporte Digital

B

Origo: Ilustração para Landing page

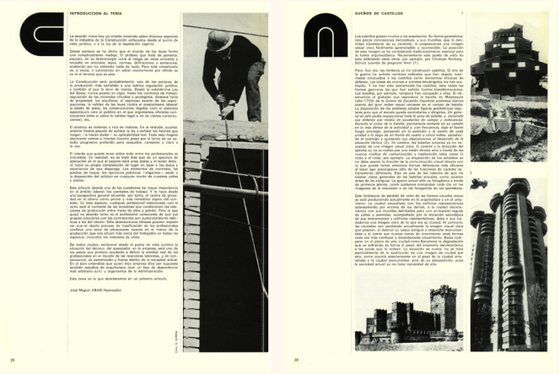
C

Recursos Linguísticos:Termos Técnicos e Estrangeirismos

A.1 Imagens

Revista CAU e Buades.

A1.

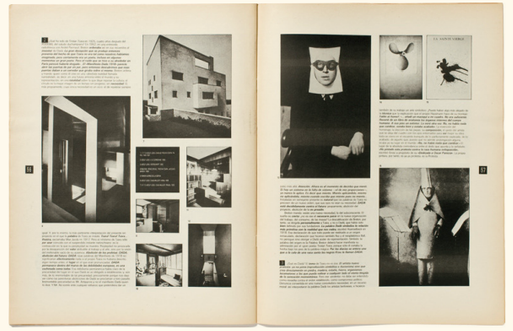


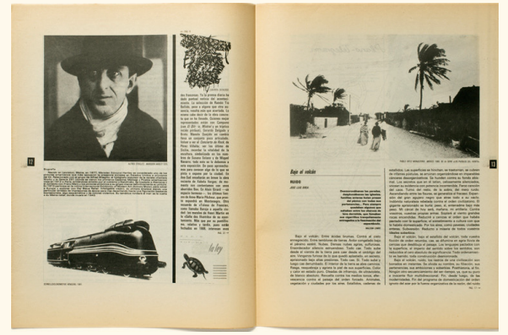
A2.



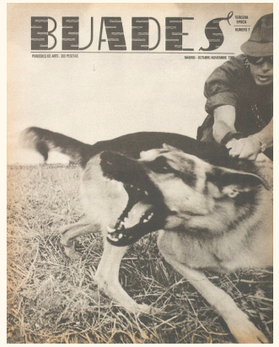
A1. Páginas da revista CAU Nº 8. Graficamente as páginas são de grande sofisticação, onde os elementos gráficos estão distribuídos num sistema de grelhas, cirando um sentido de planificação e clareza.

A2. Capas da revista CAU, com um contraste extremo entre o logótipo super arrojado e o requinte da composição gráfica.

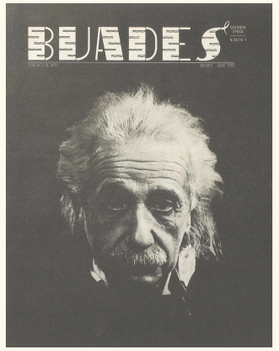


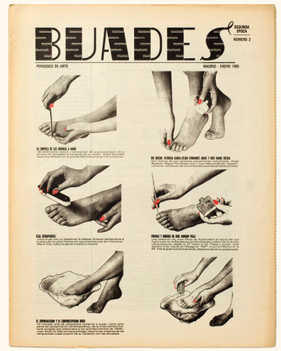


A3.



A4.





A3. Páginas da revista *Buades*. Todo o conteúdo desta revista é a preto e branco, com *layouts* modernos e diversificados, característico, do estilo suíço, com uma estrutura de grelha composta por várias colunas.

A4. Capas da revista *Buades*, por Diego Lara. Logótipo composto pelo *Super Tipo Veloz* do catalão Joan Trochut.

A.2 Planificação

Jot Down Nº3

LEYENDA:

- Iconos de línea (tipo Lardhy)
- Iconos contextuales (tipo Nazismo)
- Icono (Un viejo dentro)
- Marco con textura (tipo El periódico mecánico)
- Sin textura (tipo Intensidad 1969)
- Marco negro (tipo Jimi Hendrix)
- Apertura Especial (tipo Destacado ti Átila)
- Pequeña intervención (tipo Charles Darwin)
- Sin intervención (tipo Sálvese quien pueda)
- Doble columna (tipo Hace 90 años)

JOT DOWN - Nº3 - PLANILLO · JULES VERNE

Portada	Interior de portada	1	2	Ilustración tentáculo Diego Cuevas	3	Sumario	Sumario	4	5				
Fotografía		6	7	Félix de Azúa. En que novela vives?	8	Félix de Azúa. En que novela vives?	9	Félix de Azúa. En que novela vives?	fotografía fuera de artículo	10	11	La parada del 19	La parada del 19	12	13
La vuelta al mundo en 40 imágenes	La vuelta al mundo en 40 imágenes	14	15	La vuelta al mundo en 40 imágenes	16	La vuelta al mundo en 40 imágenes	17	La vuelta al mundo en 40 imágenes	La vuelta al mundo en 40 imágenes	18	19	La vuelta al mundo en 40 imágenes	La vuelta al mundo en 40 imágenes	20	21
La vuelta al mundo en 40 imágenes	textura final	22	23	Viaje a la superficie de la tierra	24	Viaje a la superficie de la tierra	25	Cuando Verne anticipó el terrorismo contemporáneo	Cuando Verne anticipó el terrorismo contemporáneo	26	27	Cuando Verne anticipó el terrorismo contemporáneo	Cuando Verne anticipó el terrorismo contemporáneo	28	29

Jot Down - nº2 - Planillo

Julio Verne	Julio Verne	30	31	Julio Verne	Julio Verne	32	33	Julio Verne	textura Luis Figo	34	35	Entrevista: Luis Figo	Entrevista: Luis Figo	36	37
Entrevista: Luis Figo	Entrevista: Luis Figo	38	39	Entrevista: Luis Figo	Entrevista: Luis Figo	40	41	Entrevista: Luis Figo	Entrevista: Luis Figo	42	43	Entrevista: Luis Figo	Entrevista: Luis Figo	44	45
Entrevista: Luis Figo	textura Luis Figo	46	47	El viaje a la luna de Méliés	El viaje a la luna de Méliés	48	49	El viaje a la luna de Méliés	El viaje a la luna de Méliés	50	51	Drácula de Bram Stoker	Drácula de Bram Stoker	52	53
Drácula de Bram Stoker	Drácula de Bram Stoker	54	55	Drácula de Bram Stoker	Drácula de Bram Stoker	56	57	El Kraken	El Kraken	58	59	Vibradores Victorianos	Vibradores Victorianos	60	61

LEYENDA:

- Iconos de línea (tipo Lardhy)
- Iconos contextuales (tipo Nazismo)
- Icono (Un viejo dentro)
- Marco con textura (tipo El periódico mecánico)
- Sin textura (tipo Intensidad 1969)
- Marco negro (tipo Jimi Hendrix)
- Apertura Especial (tipo Destacado ti Átila)
- Pequeña intervención (tipo Charles Darwin)
- Sin intervención (tipo Sálvese quien pueda)
- Doble columna (tipo Hace 90 años)

Vibradores Victorianos 62	Vibradores Victorianos 63	Vibradores Victorianos 64	Vibradores Victorianos 65	La luna es Baker Street? 66	La luna es Baker Street? 67
Los cuadernos de Annorax 68	Los cuadernos de Annorax 69	Los cuadernos de Annorax 70	Textura final 71	Hombres de acción 72	Hombres de acción 73
Hombres de acción 74	Hombres de acción 75	Abolida la esclavitud de las personas 76	Abolida la esclavitud de las personas 77	Abolida la esclavitud de las personas 78	Abolida la esclavitud de las personas 79
Rimbaud o Prust? 80	Rimbaud o Prust? 81	Rimbaud o Prust? 82	fotografía fuera de artículo 83	No, no veré a Janet 84	No, no veré a Janet 85
No, no veré a Janet 86	No, no veré a Janet 87	fotografía fuera de artículo 88	Textura 89	Entrevista: Ana María Maute 90	Entrevista: Ana María Maute 91
Entrevista: Ana María Maute 92	Entrevista: Ana María Maute 93				

Entrevista: Ana María Maute 94	Entrevista: Ana María Maute 95	Entrevista: Ana María Maute 96	Entrevista: Ana María Maute 97	Entrevista: Ana María Maute 98	Entrevista: Ana María Maute 99
Entrevista: Ana María Maute 100	Entrevista: Ana María Maute 101	Entrevista: Ana María Maute 102	Textura 103	Instrucciones para reservar una habitación 104	Instrucciones para reservar una habitación 105
Instrucciones para reservar una habitación 106	Instrucciones para reservar una habitación 107	La cucaracha decimonónica 108	La cucaracha decimonónica 109	La cucaracha decimonónica 110	fotografía fuera de artículo 111
Por un puñado de cenizas 112	Por un puñado de cenizas 113	Por un puñado de cenizas 114	Por un puñado de cenizas 115	Por un puñado de cenizas 116	Por un puñado de cenizas 117
Por un puñado de cenizas		Postales desde el infierno	Postales desde el infierno	Postales desde el infierno	Postales desde el infierno
Take up the white man's	Take up the white man's				

LEYENDA:

- Iconos de línea (tipo Lardhy)
- Iconos contextuales (tipo Nazismo)
- Icono (Un viejo dentro)
- Marco con textura (tipo El periódico mecánico)
- Sin textura (tipo Intensidad 1969)
- Marco negro (tipo Jimi Hendrix)
- Apertura Especial (tipo Destacado ti Átila)
- Pequeña intervención (tipo Charles Darwin)
- Sin intervención (tipo Sálvese quien pueda)
- Doble columna (tipo Hace 90 años)

Take up the white man's burden 126	Take up the white man's burden 127	Take up the white man's burden 128	Textura final 129	Un refujio confortable 130	Un refujio confortable 131
Progreso, hermenáutica 132	Progreso, hermenáutica 133	Progreso, hermenáutica 134	Progreso, hermenáutica 135	Progreso, hermenáutica 136	textura 137
Entrevista: Afonso Guerra 138	Entrevista: Afonso Guerra 139	Entrevista: Afonso Guerra 140	Entrevista: Afonso Guerra 141	Entrevista: Afonso Guerra 142	Entrevista: Afonso Guerra 143
Entrevista: Afonso Guerra 144	Entrevista: Afonso Guerra 145	Entrevista: Afonso Guerra 146	Entrevista: Afonso Guerra 147	Entrevista: Afonso Guerra 148	Entrevista: Afonso Guerra 149
Entrevista: Afonso Guerra 150	Entrevista: Afonso Guerra 151	Entrevista: Afonso Guerra 152	Entrevista: Afonso Guerra 153	Entrevista: Afonso Guerra 154	Entrevista: Afonso Guerra 155
Entrevista: Afonso Guerra 156	textura 157				

El tesoro del capitán nemo 158	El tesoro del capitán nemo 159	El tesoro del capitán nemo 160	El tesoro del capitán nemo 161	Monstuos 162	Monstuos 163
La palabra como autogo-bierno 164	La palabra como autogo-bierno 165	La palabra como autogo-bierno 166	La palabra como autogo-bierno 167	La palabra como autogo-bierno 168	fotografía fuera de artículo 169
Tempora mutantur 170	Tempora mutantur 171	Tempora mutantur 172	Tempora mutantur 173	Tempora mutantur 174	fotografía fuera de artículo 175
Victorianos eminentes 176	Victorianos eminentes 177	La vuelta al mundo en setenta y dos hora 178	La vuelta al mundo en setenta y dos hora 179	La vuelta al mundo en setenta y dos hora 180	fotografía fuera de artículo 181
Del nautilus al cristal palace 182	Del nautilus al cristal palace 183	Del nautilus al cristal palace 184	fotografía fuera de artículo 185	Granujas, oportunistas y chuflados 186	Granujas, oportunistas y chuflados 187
Granujas, oportunistas y chuflados 188	Granujas, oportunistas y chuflados 189				

LEYENDA:

- Iconos de línea (tipo Lardhy)
- Iconos contextuales (tipo Nazismo)
- Icono (Un viejo dentro)
- Marco con textura (tipo El periódico mecánico)
- Sin textura (tipo Intensidad 1969)
- Marco negro (tipo Jimi Hendrix)
- Apertura Especial (tipo Destacado ti Átila)
- Pequeña intervención (tipo Charles Darwin)
- Sin intervención (tipo Sálvese quien pueda)
- Doble columna (tipo Hace 90 años)

Granujas, oportunistas y chuflados	fotografía fuera de artículo	Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar	Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar	Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar	Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar	Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar	Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar		
190	191	192	193	194	195	196	197		
Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar	Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar	Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar	Droysen, Verne, Luciano y la oralidad lunar	Con perdón señor Verne	Con perdón señor Verne	Sherlock y el misterioso caso de la maratoneta	Sherlock y el misterioso caso de la maratoneta		
198	199	200	201	202	203	204	205		
Sherlock y el misterioso caso de la maratoneta	Sherlock y el misterioso caso de la maratoneta	Sherlock y el misterioso caso de la maratoneta	fotografía fuera de artículo	Las asombrosas hermanas Bronte	Las asombro-sas hermanas Bronte	Los días que no fueron	Los días que no fueron		
206	207	208	209	210	211	212	213		
Los días que no fueron	Los días que no fueron	Leonardo Torres Quevedo	Leonardo Torres Quevedo	Leonardo Torres Quevedo	Leonardo Torres Quevedo	Leonardo Torres Quevedo	Leonardo Torres Quevedo		
214	215	216	217	218	219	220	221		

Leonardo Tor-res Quevedo	Leonardo Tor-res Quevedo	Un precursor desconocido	Un precursor desconocido	Un precursor desconocido	textura	Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini		
222	223	224	225	226	227	228	229		
Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini		
230	231	232	233	234	235	236	237		
Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini	Entrevista: Manuel Pellegrini	textura	Las guerras del opio	Las guerras del opio	Las guerras del opio	Las guerras del opio		
238	239	240	241	242	243	244	245		
Las guerras del opio	Las guerras del opio	Las guerras del opio	Las guerras del opio	Las guerras del opio	Las guerras del opio	Las guerras del opio	Las guerras del opio		
246	247	248	249	250	251	252	253		

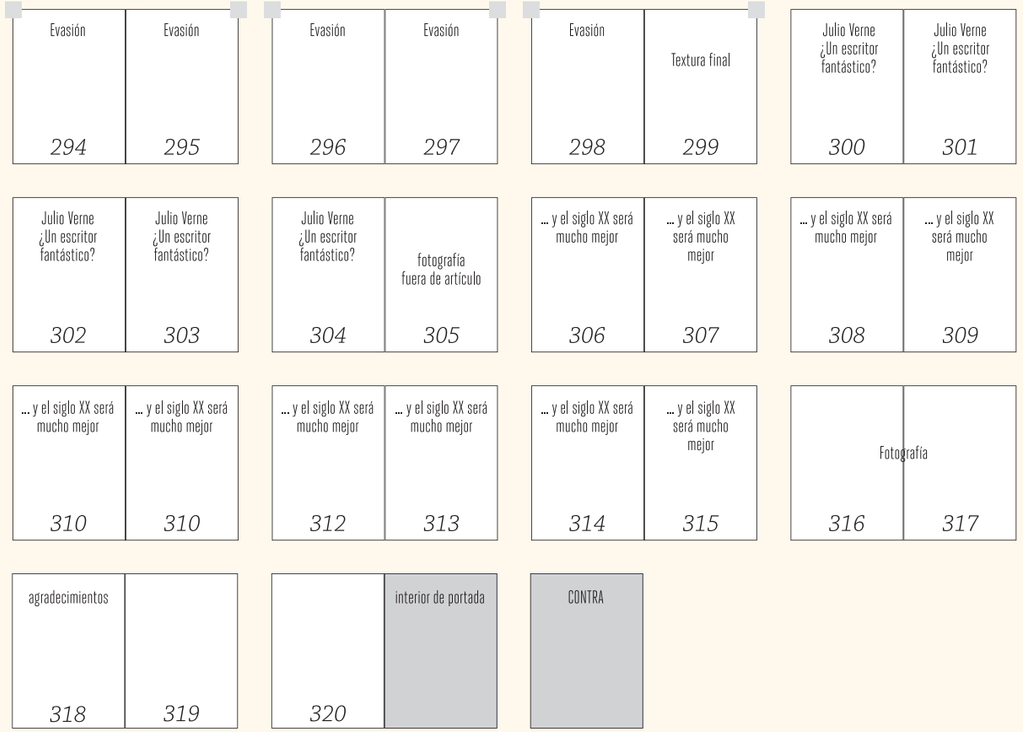
LEYENDA:

- Iconos de línea (tipo Lardhy)
- Iconos contextuales (tipo Nazismo)
- Icono (Un viejo dentro)
- Marco con textura (tipo El periódico mecánico)
- Sin textura (tipo Intensidad 1969)
- Marco negro (tipo Jimi Hendrix)
- Apertura Especial (tipo Destacado ti Átila)
- Pequeña intervención (tipo Charles Darwin)
- Sin intervención (tipo Sálvese quien pueda)
- Doble columna (tipo Hace 90 años)

Jot Down - nº2 - Planillo

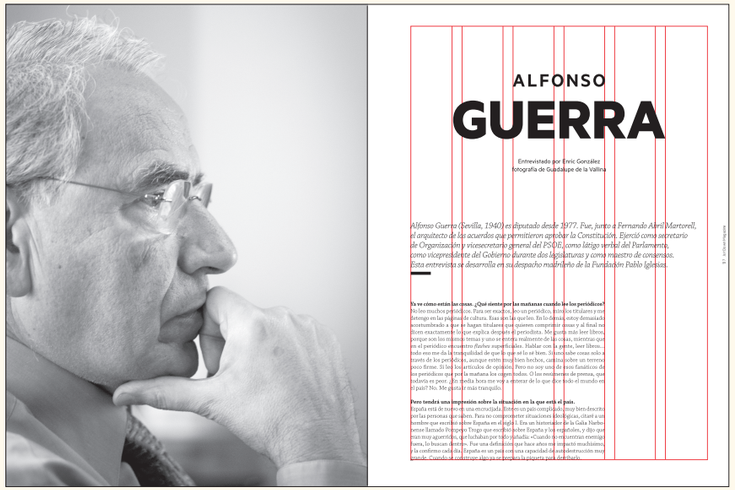




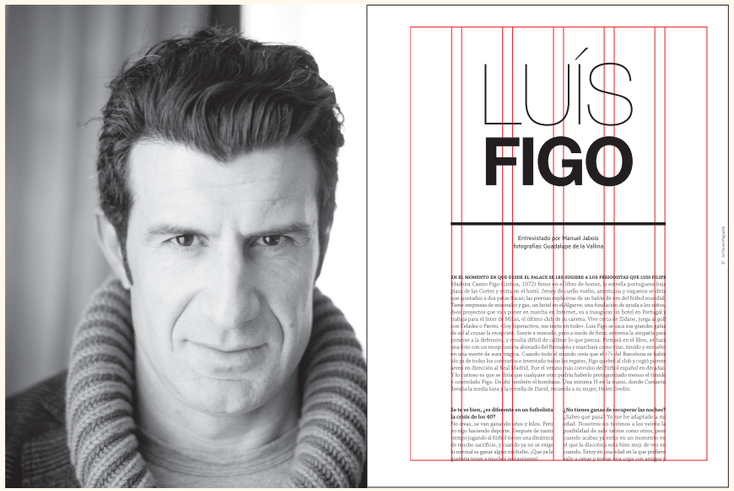


A.3 Modelos de *Layouts*

Artigos de entrevista.



A5. Entrevista a Alfonso Guerra (p.137 da *JD*). Paginação desenvolvida por Sofia Brajal. Página esquerda ocupada por uma fotografia do entrevistado, e página da direita composta pelo título, centrado na página; introdução e texto corrido alinhados ao limite esquerdo da grelha.



A6. Entrevista a Luís Figo (p.37 da *JD*). Paginação desenvolvida por Elsa Rodrigues. Graficamente este *layout* é semelhante ao da entrevista a Alfonso Guerra, mas é composto por 2 colunas de texto, centradas no sistema de grelhas, proporcionando uma área maior para os elementos respirarem.



A7. Entrevista a Ana Matute (p.90 da *JD*). Página dupla de abertura ocupada, totalmente, por uma fotografia da entrevistada e com o título da entrevista centrado no canto inferior esquerdo.



A8. Entrevista a Manuel Pellegrini (p.228 da *JD*). Paginação desenvolvida por Sofia Brajal. *Layout* composto por uma coluna de texto, título e introdução, centrados nas 3 primeiras colunas da grelha. A fotografia ocupa ¾ dessa página dupla de abertura de artigo.

A.4 Jot Down para Behance
Suporte Digital

A.4.1 Capa (Simulação)

Para Jan White, "*a capa é um poster em miniatura, como um cartaz emitindo a sua mensagem*" (WHITE, 2006). A capa, como imagem do produto revista, deve comunicar a identidade do projecto, permitindo o contacto do leitor com o seu conteúdo informacional. Desta forma, a estruturação e arranjos entre texto e imagem devem ser concebidos de uma forma criativa e acessível, para que a informação seja apresentada com hierarquização e clareza, ao ponto de ser suficientemente apelativa para conseguir destacar-se das suas concorrentes. A capa é, então, a cara da revista, é o que vende a revista ao consumidor. Por isso, é importante que a capa tenha uma identidade distinta e um estilo gráfico semelhante em todas as edições, para que se estabeleça uma relação de continuidade entre as várias edições, de forma a que o leitor as possa reconhecer e, ao mesmo tempo, exprima o factor novidade.

A marca ou nome da revista, associada à imagem e à composição da capa, é a primeira identificação visual sobre o produto. No caso dos produtos editoriais como a revista, a marca ou nome é de extrema importância, uma vez que, associado ao estilo gráfico, é o que identifica o número individual da revista. Usualmente, o nome da revista é posicionado no topo superior, uma vez que nas papelarias, as partes de baixo são suscetíveis de serem encobertas.

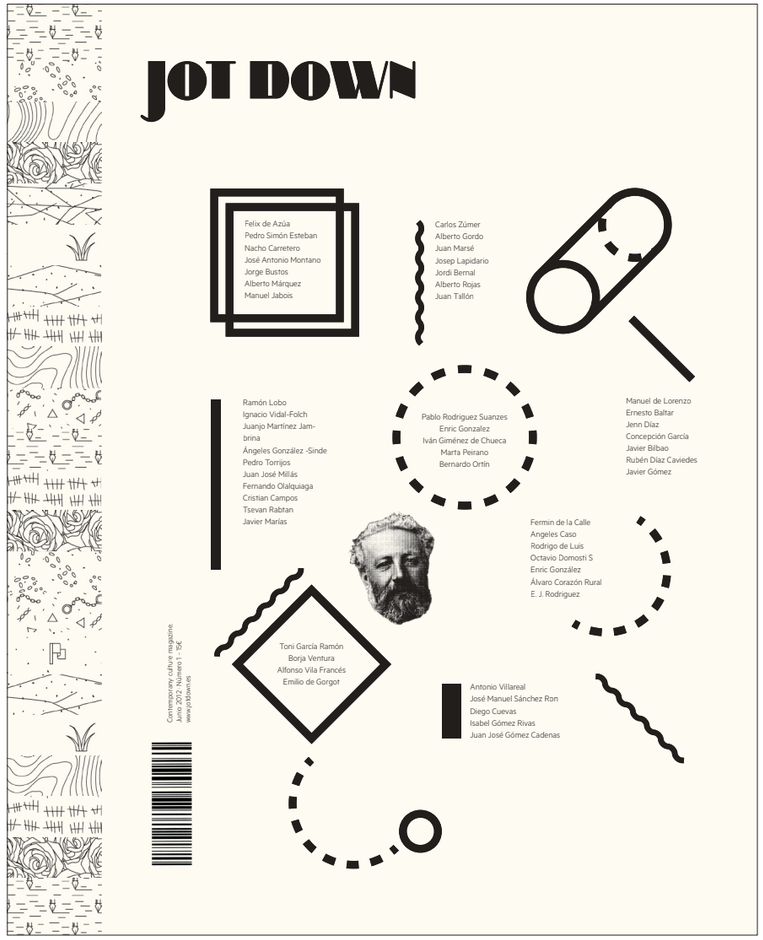
As capas da *JD* são a preto e branco, compostas por uma imagem de fundo, fotografia ou ilustração, com o logótipo/nome da revista posicionado no topo superior e alinhado ao centro da página. A lista dos nomes dos entrevistados e escritores dos artigos é um elemento fixo em todas as edições, sendo disposta na parte inferior da página, dentro de um retângulo preto. Já o código de barras é colocado na lombada, juntamente com o nome, número da edição e com um símbolo, criado para identificar cada edição. A capa da 3ª edição da *JD* tem como imagem de fundo uma ilustração preta, pelo que o retângulo preto é suprimido.

As capas da *Jot Down* possuem uma estrutura rígida, exigida pelo cliente. No entanto, o estúdio *Relaja el Coco* não aprecia o estilo gráfico das que são lançadas para o mercado, optando por criar uma capa alternativa ao seu agrado para exposição da revista no seu *portfólio on-line.*

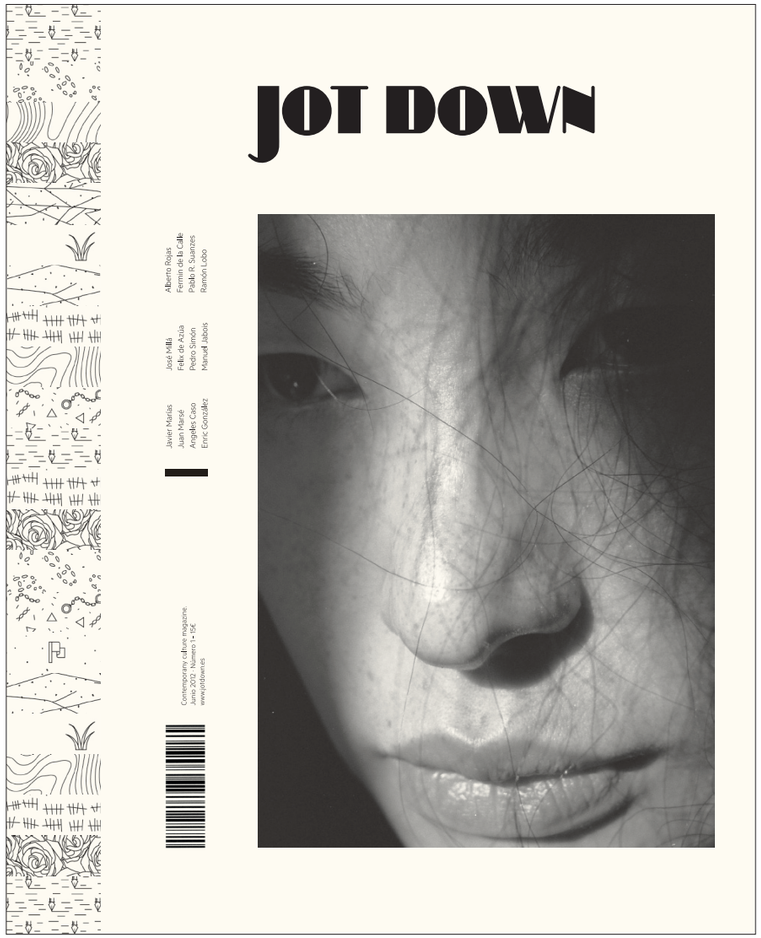
Foi-nos então proposto desenvolver uma capa alternativa para ser a cara da revista *Jot Down* no *Behance*, de acordo com o estilo gráfico da capa desenvolvida para o *Behance* da *JD* Nº1, e outra completamente livre, mas em que se utilizasse fotografia.

As duas propostas por mim desenvolvidas foram apreciadas pela equipa *Relaja el Coco*, sendo a que identificava mais a identidade da revista a escolhida para representar a *Jot Down* Nº3 no *Behance.*

A capa criada de acordo com o estilo gráfico da capa fictícia do Nº1 tinha que conter os nomes mais sonantes dos escritores que participaram nesta edição, conter o logótipo e código de barras na mesma posição da Nº1 e expressar o tema da revista. Julio Verne é então representado através de um universo vectorial que remete para a ideia de aventura e acção, através da utilização de elementos gráficos que constroem percursos e formas distintas, simbolizando as viagens de submarinos, máquinas voadoras e viagens à Lua.



A9. Capa minimalista elaborada para a apresentação da revista *Jot Down* no Behance do atelier *Relaja el Coco.* Composição gráfica composta por texturas utilizadas nesta edição, na lombada; os nomes dos entrevistados e participantes; e formas gráficas que remetem para o universo de Julio Verne. Capa desenvolvida por Sofia Brajal.



A10. Versão da capa com o uso de fotografia. Capa estéticamente muito *clean,* mas impactante. Nomes dos escritores dos artigos e dos entrevistados, presentes lateralmente, no seguimento da linha do código de barras. Capa desenvolvida por Sofia Brajal.

A.4 Jot Down para Behance

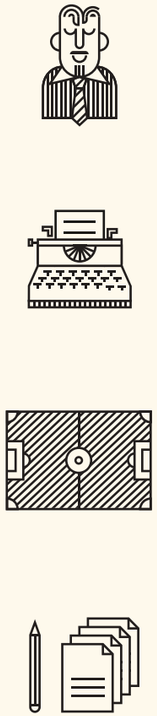
Suporte Digital

A.4.2 Infografia de Apresentação da Revista

A infografia consiste numa unidade informativa de elementos icónicos e tipográficos, que permite ou facilita a compreensão dos acontecimentos, acções ou aspectos mais significativos da atualidade, que acompanha ou substitui o texto informativo, com o objectivo de promover interes-se e compreensão. Desta forma, para que uma ilustração se considere infografia tem que explicar algo, contar uma história, transmitir informação como uma notícia. Desde o início dos anos 80, com o jornal *USA Today*, que a infografia tem ganho destaque no mundo editorial através do desenvolvimento de sistemas e tecnologias de informação que potenciaram a informatização das redacções, tornando este processo mais simples. Actualmente, a infografia é uma das áreas com maior relevância no campo editorial, estando presente em diversos contextos: publicitários, científicos, económicos, etc.

Nestes último anos, mais especificamente em Espanha, esta nova dinâmica da informação visual permitiu que as publicações se tornassem mais estéticas e de fácil compreensão. De facto, os jornais espanhóis, à semelhança dos portugueses, têm apostado fortemente em conteúdo infográfico, recebendo vários prémios de distinção em jornais como *El Público,* o *El País* e o *La Vanguardia*. Em Espanha, verificamos que a infografia ganhou espaço e relevância como uma unidade visual discursiva, reforçando as ideias presentes no texto, levando-nos a crer que a infografia é uma linguagem importante e enriquecedora para o mundo do design editorial.

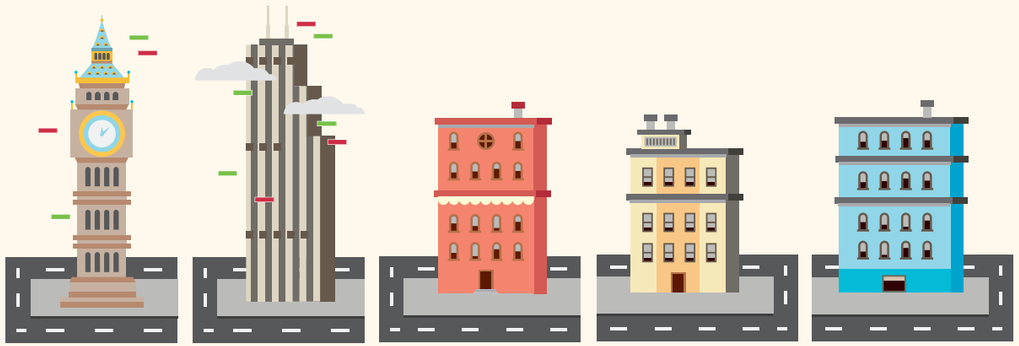
Na *Jot Down*, as infografias tem um estilo muito particular: são monocromáticas, criativas e ricas em detalhes, sendo usado apenas o *outline* preto para dar vida às infografias. Estas, por vezes, tornam-se mais decorativas do que informativas. Para a apresentação da revista *Jot Down* no *Behance*, a equipa *Relaja el Coco* resolveu elaborar um esquema infográfico acerca do fluxo de trabalho e detalhes de produção, denominado *The dark side of the editorial project*. Aqui, apresento a minha colaboração para esta infografia.



A11. Ícones para Infografia *Jot Down The dark side of the editorial project*: *Client*; Writers; Soccer fields; Articles & Proff reader.

B.1 Origo

Ilustração para *Landing page*



B1. Big Ben;
Sear Towers;
Edifício com mercearia;
Edifício 1;
Edifício 2.

website: http://origo.by

C.1 Recursos Linguísticos

Termos Técnicos e Estrangeirismos

Briefing, *s. m.* (palavra inglesa). Reunião de informação táctica antes de uma tarefa ou missão, devendo criar um roteiro de acção para criar a solução que o cliente procura.

Egípcias, *s. f. pl.* Letras de patilha geométrica mais conhecidas por *slab-serifs.*

Estilo Internacional. Movimento artístico modernista gerado pelo o sucesso da tipografia e do design gráfico suíço do pós-guerra, associado à Escola Suíça dos anos 50 e 60. A padronização da forma visual através de informações simples, concretas e racionais, eliminando qualquer tipo de interferência visual, com o objetivo de ser compreendida universalmente, eram as características deste movimento.

Feedback, *s. m.* (palavra inglesa). Reacção a alguma coisa, resposta, retorno.

Funcionalismo, *s. m.* O objectivo do funcionalismo é o de resolver problemas práticos de forma lógica e eficiente. Seguindo o princípio de que a forma está ao serviço da função, os artistas do movimento Moderno aliaram o funcionalismo ao racionalismo tentando criar soluções de design que se tornassem universais. Os designers da Bauhaus e do Estilo Internacional seguem a linha do funcionalismo onde a forma é funcional, racional, despojada de ornamento.

Grotescas, *s. f. pl.* As famílias tipográficas sem patilhas (serifas) são conhecidas como *sans-serif* (do francês "sem serifa"), também chamadas grotescas. O primeiro tipo de letra grotesco aperece no ano de 1816, no entanto só ficou difundida em 1925, com o aparecimento da famosa Futura de Paul Renner.

Humanistas, *s. f. pl.* Originadas nos séculos XV e XVI, os tipos humanistas emulavam a caligrafia clássica das primeiras impressões com tipos romanos e dos manuscritos humanistas, com variações caligráficas e um contraste médio entre hastes grossas e finas. As serifas são triangulares ligadas à haste por curva.

Layout, *s. m.* (palavra inglesa). Modo de distribuição e arranjo dos elementos gráficos num determinado espaço ou superfície.

Landing page, *s. m.* (palavra inglesa). Página de destino ou página de entrada por onde o visitante chega a um site, quando um usuário clica num resultado de busca.

Media, *s. m. pl.* (redução da locução inglesa *mass media*). Todo o suporte de difusão de informação que constitui ao mesmo tempo um meio de expressão e um intermediário na transmissão de uma mensagem; Conjunto dos meios de comunicação social.

Pop Art *s. m.* Movimento artístico que transpõe o ambiente da civilização contemporânea por meio de junções de objectos quotidianos, de extractos de imagens publicitárias, etc. Este movimento surgiu na década de 50 na Inglaterra mas alcançou a sua maturidade na década de 60 em Nova York.

Orfão, *s. m.* Linhas isoladas de um parágrafo que principía na última linha de uma página.

Situacionismo, *s. m.* Movimento internacional de cunho político e artístico. Este movimento foi activo no final da década de 1960 e aspirava por grandes transformações políticas e sociais.
O movimento surgiu em itália com a fusão de várias tendências artísticas, que se auto definiam a vanguarda da época: *Internationale lettriste,* o *International movement for an imaginist Bauhaus* e a *London Psychogeographical Association.* Esta fusão incluiu influências adicionais do dadaísmo, surrealismo, e Fluxus, e foi inspirado pelo comunismo de conselhos e pela Revolução Húngara de 1956.

Software, *s. m.* (palavra inglesa). Conjunto de programas, processos e regras relativos ao funcionamento de um conjunto de tratamento de informação (por oposição a hardware).

Viúva, *s. f.* Termo tipográfico que representa a palavra que fica sozinha na última linha do parágrafo.

Este Relatório de Estágio foi escrito
ao abrigo do antigo Acordo Ortográfico

Instituição
Formadora:

IPL
instituto politécnico de leiria

Entidade
de Acolhimento:

RELAJA EL COCO

Tipos de letra usados

Capa do relatório de estágio
Metric e Neutra Text

Interior
Adobe Caslon, Metric e Neutra Text

DESIGN EDITORIAL DE REVISTAS CULTURAIS
Copyright © Sofia Brajal 2013

Todos os direitos reservados.
A reprodução de alguma parte deste trabalho,
não é permitida sem o consentimento do autor.

Sofia Brajal
www.behance.net/sfiabrajal



Los ojos de la inmensa humanidad sentada en la bancada se fijan en el vacío de una puerta por la que debe venir.

Solvers dominó a un europeo la victoria en el último maratón de este italiano saltarín. Se la ganaba, relata Doyle en el Daily Mail.

La última calle, a cinco metros de la llegada, coincide con la entrada del estadio.Dorando Pietri entra en el estadio. En ese instante, Doyle cierra que es para el tiempo.» Por delante del azor de retirada, el maldo escapa de la pista, sobre gabardina, con su bastón. Solvers en 20 yardas el último para conseguirlo. Se tambalea, ni sentes de inteligencia en su rostro. De nuevo las piernas vuelve a trompicarse en una pendiente acentuada y cae. Se levanta, se tambalea, cae de nuevo. Los jueces para socorrerle la verticalidad hacen más de media docena. Doyle sobre en la tribuna de prensa: «¿Se va a caer otra vez? No, es mejor, se balancea, y entonces atraviesa la cinta. De las llegada al recreso de la resistencia humana. Ha sido el mejor de los Juegos Olímpicos de 1908, mejor que Dorando en los Juegos Olímpicos de 1908. La gran meta no se ha conseguido todavía. El italiano sobre los últimos 350 metros se vuelo de nuevo ciegos. Dos horas, cincuenta y cuatro minutos y 46 segundos después de haber salido, Dorando Pietri entra en el estadio. Pietri atraviesa la línea de meta acordado por dos personas comprometido una de las más dramáticas y bellas crónicas de la historia del deporte.

El momento queda inmortalizado por un fotógrafo anónimo de Topical Press, la agencia gráfica británica que cubre los Juegos. Recordando a Pietri, cuenta los hechos a través de una fotografía en la que aparecen el británico Joseph Jack Andrew y el norteamericano Michael Bulger, a su derecha, con el uniforme de Chief Clerk ciñudo y el neoglobo en su ubicuna compuesta dudoso, el hombre que ingresó la duracion exacta de los 42 195 metros. Pietri, que no sabía que había ganado, que no sabía que había sido descalificado durante unos con Arthur Conan Doyle, que no quiere ser la excepción, pero la presencia dirigida a nuestro rostros dudosa la fiscus de prensa. Bulger, ofendido como el padre de Johnny Hayes, el perseguidor de Pietri, salva la vida a Dorando segundos después de cruzar la meta ordenando su traslado inmediato al hospital.

El protagonista, Dorando Pietri, acostumbra en nuestro debut en nuestro hombre que ha sido descalificado por ayuda exterior, lo que ha supuesto la descalificación del italiano. En enfrago, Pietri, que no sabía que había ganado, que no sabía que había sido descalificado durante unos con Arthur Conan Doyle, que no quiere ser la excepción a su entorno y dedicado unas recordaciones palabras «No recoge diploma, medalla ni banda por extranjera, pero ha ganado un corazón de oro en el pecho de todos los verdaderamente cada recuerdo de nuestro corazón».

Doyle, con admisión por Pietri en medio a su indignación por su descalificación, propone una nueva para recoger trofeo en favor del italiano para que pueda salir una palabra en su Italia natal. En su trabajo, los jueces de la prueba, entre los que se encuentran Conan Doyle, Payne y Langford, se dejan organizar por el perfeccionismo e recuperan un lugares cerca d'Hadleo Park, donde se encuentra el estadio. Pietri, que no sabía la calidad de fiesta y disfruta entonces, se dispone a recibir de pantalón, mientras Conan Doyle, impresionado por aquella travesía, se sumerge en entender cobre del Corinth Olimpic Holidays. La historia cuenta con Lord Desborough, presidente de la Asociación Amateur Athletic de Daily Mail con la crónica de Doyle protagonizada por la portiva fotografía y una hoor trabalera: «En hombre y fue heroe, sin embargo, pronuncia: la bella pro ca propósito fue rotundo completamente en agradar».

