



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

DESIGN EDITORIAL E LEITURABILIDADE:
PRODUÇÃO DE UM MANUAL PARA PROFISSIONAIS DO LIVRO

Mayara Kelly Martins Viana Costa Nunes

Rio de Janeiro
2023

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**DESIGN EDITORIAL E LEITURABILIDADE:
PRODUÇÃO DE UM MANUAL PARA PROFISSIONAIS DO LIVRO**

Mayara Kelly Martins Viana Costa Nunes

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção Editorial.

Orientadora:
Prof.^a. Ms. Andréia de Resende Barreto
Vianna

Rio de Janeiro
2023

**DESIGN EDITORIAL E LEITURABILIDADE:
PRODUÇÃO DE UM MANUAL PARA PROFISSIONAIS DO LIVRO**

Mayara Kelly Martins Viana Costa Nunes

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção Editorial.

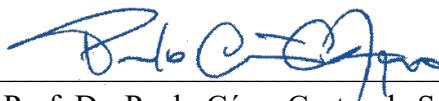
Aprovado por



Prof.^a. Ms. Andréia de Resende Barreto Vianna (orientadora)

 Documento assinado digitalmente
ALINE FREDERICO
Data: 24/07/2023 11:54:10-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a. Dr.^a Aline Frederico



Prof. Dr. Paulo César Castro de Sousa

Aprovada em: 21/07/2023

Grau: 10,0

Rio de Janeiro/RJ
2023

CIP - Catalogação na Publicação

N972d Nunes, Mayara Kelly Martins Viana Costa
Design editorial e leituraabilidade: Produção de
um manual para profissionais do livro / Mayara
Kelly Martins Viana Costa Nunes. -- Rio de Janeiro,
2023.
43 f.

Orientadora: Andréia de Resende Barreto Vianna.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da
Comunicação, Bacharel em Comunicação Social: Produção
Editorial, 2023.

1. design editorial. 2. leituraabilidade. 3.
artes gráficas. 4. edição de livros. 5. manual. I.
Vianna, Andréia de Resende Barreto, orient. II.
Título.

A André Villas-Boas, em memória.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais e à minha avó Carmem, por me oferecerem carinho e suporte durante toda a minha jornada acadêmica.

A Deus, a quem confiei minha chegada à universidade e sou grata todos os dias.

A André, o primeiro a ouvir sobre o meu projeto e a aceitar orientá-lo mesmo quando ainda era uma ideia disforme. E a Andréia, que me acompanhou no amadurecimento dessa ideia e ajudou a transformá-la neste trabalho.

Ao meu psicólogo, Paulo, que nos últimos meses foi quem mais me incentivou a concluir esta etapa. E a mim, por ter conseguido, mesmo com todas as dificuldades.

NUNES, Mayara Kelly Martins Viana Costa. **Design editorial e legibilidade: Produção de um manual para profissionais do livro.** Orientadora: Andréia de Resende Barreto Vianna. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Produção Editorial) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, 2023.

RESUMO

Este trabalho relata a elaboração de um manual de design editorial que utiliza, como ponto central, o conceito de legibilidade, diferenciando-o de outro termo mais conhecido (a legibilidade) e aplicando-o, juntamente com fundamentos do design, ao desenvolvimento de projetos gráfico-editoriais. Com um recorte focado em livros impressos e voltado para editores, designers e profissionais do livro como um todo, o presente relatório traz o referencial teórico que justifica as motivações para o desenvolvimento do manual e constrói a base do conteúdo a ser trazido nele, além de uma descrição do processo de elaboração e produção do arquivo final preparado para impressão.

Palavras-chave: design editorial; legibilidade; artes gráficas; edição de livros; manual.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. A INFLUÊNCIA DO DESIGN EDITORIAL NA EXPERIÊNCIA DE LEITURA	12
2.1. O PROJETO GRÁFICO NA CADEIA DE PRODUÇÃO DO LIVRO.....	13
2.2. LEGIBILIDADE E LEITURABILIDADE: CONCEITOS DÚBIOS.....	14
2.3. IMPACTOS PRÁTICOS: O SACRIFÍCIO DA LEITURA.....	17
2.4. ALÉM DO DESIGNER: UMA PREOCUPAÇÃO PARA TODOS OS ENVOLVIDOS	20
3. O “MANUAL DE LEITURABILIDADE”: UM GUIA PARA PROFISSIONAIS EDITORIAIS	22
3.1. ELABORAÇÃO DO MANUAL.....	23
3.1.1. O que é leiturabilidade?.....	24
3.1.2. Impactos na experiência de leitura	24
3.1.3. Assegurando a leiturabilidade do design editorial	27
3.1.4. Reflexão: “O projeto e as prioridades”	27
3.1.5. Extra: <i>Checklist</i> de leiturabilidade	29
3.2. PROJETO EDITORIAL E GRÁFICO	29
3.2.1. Formato	30
3.2.2. Margens, colunas e <i>grid</i>	32
3.2.3. Tipos e hierarquias	33
3.2.4. Miolo e capa	35
3.3. PRODUÇÃO	38
3.3.1. Notas sobre a produção do conteúdo e a diagramação.....	39
3.3.2. Finalização: características do arquivo produzido	41
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS	43

1. INTRODUÇÃO

Tratando-se de produtos editoriais, é possível observar que, em certos casos, o aspecto visual de uma publicação pode representar um empecilho para o processo de leitura. São muitos os fatores que podem acarretar esta dificuldade, por exemplo: uma impressão de baixa qualidade, uma má distribuição dos elementos na página, escolhas equivocadas de tipografia, excesso de informações em um mesmo espaço etc. Seja qual for o motivo, uma vez que a leitura do texto é prejudicada, temos um problema de leiturabilidade — um conceito pouco explorado na área editorial e que é tema central deste trabalho.

Ainda seguindo essa perspectiva, é possível também considerar que existem publicações desenvolvidas com foco específico na leitura — isto é, edições pensadas especificamente para a atividade de leitura textual, como livros literários ou acadêmicos — e outras com foco na estética visual, englobando, por exemplo, livros ou revistas de imagem e os chamados “livros de artista”, que consistem em obras de arte desenvolvidas sob a materialidade do livro, articulando e subvertendo as funções tradicionais da leitura e do livro tradicional (BENTO, 2008). Mas discutir a diferença entre tais tipos de publicação é também refletir sobre a concepção do que é o objeto livro.

Ao reunir e analisar as principais definições, Ribeiro (2012) faz um resumo delas e aponta que várias definem o livro como suporte da leitura. Apesar de algumas visões enfatizarem os aspectos materiais do objeto e outras destacarem a sua função, a autora frisa que, independentemente da materialidade do suporte, o livro permite diversas possibilidades de gêneros textuais e também de projetos gráficos “menos ou mais ajustados à proposição de uma experiência de leitura ou outra.” (RIBEIRO, 2012, p. 337)

Partindo da ideia de objeto destinado à experiência de leitura, pressupõe-se a necessidade de uma edição devidamente pensada para tal função. Ou seja, o livro é responsável por mediar a leitura e o editor por tomar decisões que propiciam esta relação. Sendo assim, entendemos que o cuidado com a leiturabilidade de um livro é responsabilidade editorial, e por isso deve ser uma preocupação em toda a sua cadeia produtiva. Este trabalho propõe, portanto, a elaboração de um manual de leiturabilidade voltado para editores, designers e profissionais do livro como um todo.

O conceito de leiturabilidade utilizado para o desenvolvimento do manual é referente ao nível de conforto visual durante a experiência de leitura. No caso das realizadas através de outros sentidos, como a audição nos *audiobooks*, pode-se dizer que a leiturabilidade estará associada a outros fatores. Este trabalho, porém, terá um recorte focado em livros impressos,

nos quais o design editorial é um aspecto decisivo nas questões de legibilidade. O conceito, apesar de relacionado, é diferente de um termo mais conhecido e explorado no campo do design: a legibilidade. Ela é afetada diretamente pela tipografia e pelo comportamento de caracteres isolados. A legibilidade, no entanto, já pode ser afetada, também, por escolhas relacionadas a outros elementos do design editorial.

Partimos da hipótese de que no Brasil existem livros com problemas de legibilidade e legibilidade, consequentes de uma não priorização desses fatores no momento da produção editorial. Especula-se ainda que isso pode estar associado à falta de conhecimento sobre as aplicações do conceito de legibilidade em todos os elementos projetuais — isto é, para além da tipografia — e em todas as etapas da cadeia do livro — para além do design e projeto gráfico. Sendo assim, busca-se, através do manual, ampliar este conhecimento entre os profissionais do livro e despertar a atenção de leitores para as possíveis causas de um desconforto na leitura.

Primeiramente, reuniu-se uma base teórica sobre os diferentes elementos do design editorial (formato, tipografia, *layout* etc.) e seus efeitos sobre a legibilidade e legibilidade de um texto, a fim de evidenciar a importância de tais fatores na construção de um projeto gráfico. Então, a partir dessa pesquisa bibliográfica, pretende-se elaborar um manual sobre o assunto, que será voltado a profissionais do mercado editorial brasileiro — principalmente editores, designers e diagramadores —, buscando instigar preocupação com os problemas de legibilidade de nossas publicações e um maior entendimento sobre como, e em que momento do processo editorial, eles podem ser evitados. Assim nasce o *Manual de legibilidade*, um projeto editorial pensado para edição impressa com o objetivo de atingir diferentes profissionais do livro e demais leitores interessados.

Neste relatório, primeiramente traz-se o referencial teórico que justifica as motivações para o desenvolvimento do manual e constrói a base do conteúdo a ser trazido nele. As principais referências do design gráfico adotadas na construção dessa base foram Robert Bringhurst, Richard Hendel, Ellen Lupton e Timothy Samara — autores que também publicaram manuais extremamente relevantes para o design editorial —, além de outras personas acadêmicas como Priscila Farias, principalmente no que diz respeito ao conceito central do trabalho: a legibilidade.

Apresenta-se, então, no Capítulo 3, o processo de edição do manual, passando pelas seguintes etapas de desenvolvimento do projeto: planejamento inicial do conteúdo, projeto gráfico-editorial, produção do conteúdo e diagramação. Dessa forma, chega-se, assim, ao arquivo final produzido para impressão, o qual tem as características detalhadas ao fim do

capítulo. Entretanto, a intenção de publicação impressa consiste em um plano futuro e não foi executada para fins de conclusão deste trabalho, de forma que uma versão do arquivo em PDF adaptada para visualização livre e possível impressão doméstica foi apresentada junto deste relatório.

2. A INFLUÊNCIA DO DESIGN EDITORIAL NA EXPERIÊNCIA DE LEITURA

O design editorial é uma área do design gráfico que compreende o planejamento visual dos mais diversos tipos de publicações, impressas ou digitais. André Villas-Boas (2003) aponta que uma boa peça de design gráfico depende diretamente desse planejamento, isto é, de uma etapa projetual. Segundo o autor, o projeto gráfico resulta em um *todo* composto por um conjunto de elementos visuais, o que inclui — ou não — textos. Além disso, as escolhas feitas nesse momento precisam levar em conta a ideia, já bastante difundida no campo do design, de que “qualquer elemento de uma página significa alguma coisa — até mesmo o não elemento, representado pelo espaço em branco” (VILLAS-BOAS, 2003, p. 37).

No contexto da produção editorial, tanto no impresso quanto no digital, esse processo lida com a escolha dos elementos de estrutura e organização visual — como formato, tipografia e *layout* — adequados a cada projeto de publicação, com o objetivo de transmitir o conteúdo de forma eficiente e proporcionar uma boa experiência de leitura ao público leitor. Observa-se, porém, que tal objetivo pode acabar sendo deixado de lado em favor de outras questões editoriais e/ou, principalmente, questões do próprio design, quando não se considera que ele deve ser colocado a serviço do texto (HENDEL, 2003).

A principal responsabilidade do designer de livro é a criação de uma plataforma que transmita, realce e clarifique a informação para o leitor, onde o foco deve ser mais o texto que o design. Um design excelente e eficiente não depende de materiais caros ou de uma produção sofisticada, mas antes, de escolhas adequadas, de julgamento inteligente, da aplicação de sólidos princípios tipográficos e da obediência a padrões de forma e de estética. O design de um livro deveria ser conduzido pelo texto. (SCOTT, *apud* HENDEL, 2003, p. 173)

Explorou-se, a seguir, a importância e os efeitos do design editorial nesse sentido de cuidado com a experiência do leitor, levando em conta que o processo de leitura se estabelece não somente com reconhecimento e atribuição de significados ao que está escrito como também por meio da interação entre texto e leitor, compreendendo tudo o que acontece quando os dois se encontram (LEFFA, 1996). Seguindo essa lógica, é possível analisar a experiência de leitura sob a ótica do pensamento levantado por Donis A. Dondis (1997) sobre a linguagem visual: a presença de significados não somente na informação — neste caso, o texto do livro — como também nas forças compositivas que coexistem com ela visualmente — o design.

Dondis explica que o processo de composição revela o objetivo da peça e exerce “fortes implicações com relação ao que é recebido pelo espectador” (1997, p. 29). Trazendo para o design editorial: o espectador de um livro é o seu leitor; é através da experiência de leitura que se recebe o texto e todas as informações visuais que coexistem com ele; e o processo de composição, começando pelo projeto gráfico, influencia diretamente tal experiência. O design

editorial tem a capacidade de atuar como mediador nesse encontro entre texto e leitor, porque o aspecto visual da leitura é um dos pilares de importância na sua compreensão. Para Leffa (1996, p. 13), “o significado vai do texto ao leitor, através dos olhos” e “nenhuma palavra é entendida antes de ser vista”.¹

2.1. O PROJETO GRÁFICO NA CADEIA DE PRODUÇÃO DO LIVRO

Em *A construção do livro* (ARAÚJO, 2008), uma das principais obras de referência sobre editoração, o autor discorre sobre as várias etapas da produção do livro e, partindo das definições apresentadas durante a obra, é possível agrupar os processos da seguinte forma: preparação de original, elaboração do design editorial, revisão de provas, processos gráficos industriais; e distribuição comercial. Para compreender a etapa do design, também podemos utilizar o detalhamento feito por Villas-Boas (2010) acerca da produção de impressos, na qual a etapa chamada “projetação” — que também acontece para suportes não impressos — inclui o projeto gráfico, a diagramação/*layout* e a arte-finalização.

Para Hendel (2003), o projeto gráfico de um design editorial passa pelas seguintes escolhas e definições: o formato do livro, as margens, o tipo a ser utilizado e os detalhes de estilos adotados na organização gráfica do texto, como o uso de recuos, versaltes, travessões etc. O projeto prevê a organização e o posicionamento dos elementos na página, isto é, o *layout*. Em conjunto, tais aspectos “comunicam subliminarmente um conjunto de valores sobre a página e, por conseguinte, sobre o texto” (HASLAM, 2010, p. 140).

Araújo subdivide o que compreendemos aqui como design editorial em duas etapas na cadeia de produção do livro: projeto gráfico e projeto visual. Mas o autor admite que as duas

(...) constituem, na prática, uma unidade, visto que a perspectiva e o fim de ambos residem justamente na busca da harmonia entre forma e conteúdo, no modo sob o qual se organizam os diferentes elementos da página e o agrupamento das páginas em determinada unidade — o livro. (ARAÚJO, 2008, p. 373)

Podemos entender isso como uma separação entre as escolhas projetuais mais técnicas e as escolhas mais criativas do design. Araújo afirma que o projeto gráfico engloba decisões como a escolha do suporte e do sistema de composição, ou seja, dos aspectos materiais e técnicos necessários para a produção do livro, que muitas vezes envolvem limitações de

¹ Logicamente, esta é uma visão que desconsidera a leitura realizada através de suportes alternativos ou adaptados para acessibilidade. Cabe refletir sobre como a leiturabilidade pode ser afetada nesses casos, por exemplo: se problemas na narração geram impactos na leiturabilidade de *audiobooks*; se um erro na escolha do material utilizado na impressão pode prejudicar a leiturabilidade de um livro em Braille. Neste trabalho, porém, focou-se na relação entre design editorial e leiturabilidade nos livros tradicionais impressos em tinta.

orçamento e de estrutura da editora ou da gráfica. Já o projeto visual dá conta de escolhas relacionadas à organização da página — do *layout* propriamente dito — sobre o qual o designer terá uma ação mais pessoal e criativa.

É interessante destacar que, no contexto da obra de Araújo, a escolha tipográfica acaba permeando os dois processos. No que ele chama de projeto gráfico, ela se delimita ao tipo de composição, e no projeto visual, sofre as interferências do designer em relação aos estilos aplicados, espaçamentos etc. Independentemente dessa separação em etapas do design editorial, o elemento tipográfico costuma receber mais atenção durante o planejamento visual de um livro.

De fato, a escolha dos tipos é uma etapa determinante no desenvolvimento de um projeto. Zapatterra (2014, p. 86) a entende como “a espinha dorsal do design editorial”. Trata-se, na maioria das vezes, do ponto de partida para as outras escolhas. Entretanto, assim como o design editorial não se resume à tipografia, esse não é o único fator de um projeto gráfico que pode influenciar na interação entre texto e leitor. Formato, suporte e *layout* também geram efeitos sobre a leitura, proporcionando ou não uma boa experiência.

O texto pode ser composto em dezenas de tipos diferentes, mas, somente quando o espaçamento de todos os elementos e margens forem relacionados entre si e o corpo do tipo escolhido ajustar-se com exatidão à largura da linha de texto, poderá o olho do leitor trabalhar sem esforço. (RYDER *apud* HENDEL, 2003, p. 31)

2.2. LEGIBILIDADE E LEITURABILIDADE: CONCEITOS DÚBIOS

Uma boa experiência na leitura de um livro está relacionada ao nível de leiturabilidade dos blocos de texto, um conceito que se refere à capacidade de conforto visual durante a leitura, à facilidade de compreensão integral do texto sem esforço adicional ou cansaço por parte do leitor (FARIAS, 2002). Arelada à leiturabilidade está a legibilidade, que trata da capacidade de compreensão isolada de cada caractere presente no texto. É o que faz o leitor identificar e diferenciar as letras do alfabeto, por exemplo. Pode-se dizer que a legibilidade é apenas um aspecto da leiturabilidade. O designer de tipos Miguel Sousa define os dois termos da seguinte forma:

Legibilidade refere-se às decisões que o desenhador de Tipos fez, acerca das formas das letras do alfabeto, e à habilidade que o leitor tem de distinguir as letras umas das outras. **Leiturabilidade** refere-se ao aspecto geral de como o Tipo de letra é composto numa coluna de texto, e tem contra factores como o corpo, a entrelinha, a largura da linha etc. (SOUSA, 2002, p. 15, grifos originais)

Na esfera dos estudos já publicados sobre o assunto, os conceitos de legibilidade e leiturabilidade encontram-se facilmente convergidos ou até mesmo confundidos devido a

variações de tradução dos respectivos termos em inglês: *legibility* e *readability*. Miles A. Tinker (1963), pesquisador considerado autoridade no estudo dos efeitos da tipografia na leitura, escolhe, por exemplo, utilizar *legibility of print* para tratar do que já definimos aqui como leiturabilidade. Esse e outros fatores acabaram propiciando o embaralhamento dos termos traduzidos para o português, que se concentraram na palavra *legibilidade*, fazendo com que tal característica possa ser medida em um texto sob diferentes perspectivas, “de acordo com os critérios de cada pesquisador ou método de avaliação” (STOLFI, 2002). Mas Stolfi diferencia os termos de uma maneira similar à de Sousa. Para a autora:

Legibility é um termo que designa as propriedades implícitas de uma forma de letra, que determinam a capacidade de reconhecimento da mesma, enquanto **readability** designa as propriedades de um texto impresso e composto de determinada maneira, e até associado com outros elementos, como figuras e formas que juntos, determinam a capacidade de associação e o prazer ou agradabilidade de uma peça gráfica (STOLFI, 2002, grifos nossos).

De acordo com essas definições, é possível compreender que a legibilidade de um texto está fortemente relacionada à tipografia. Um desenho tipográfico muito inusitado pode fazer com que os caracteres não sejam reconhecidos, o que torna o texto ilegível. Mas não basta ser possível reconhecer caracteres e palavras para que uma leitura seja confortável, isto é, para que o texto tenha uma boa leiturabilidade. Nesse sentido, Priscila Farias (2016) reflete sobre o aspecto semiótico da tipografia partindo de um conceito mais amplo, que inclui o design *de* letras e o design *com* letras, abrangendo, por exemplo, a composição de uma página de livro.

Farias propõe um modelo de análise tipográfica em diferentes dimensões (Figura 1), vinculadas tanto à linguagem verbal como à visual. A autora esclarece que, por causa dessa “dupla articulação”, os impactos da tipografia precisam ser considerados para além dos resultados estéticos gráfico-visuais, levando em conta também o seu papel como “suporte da língua verbal” e “os efeitos gerados pelos significados atribuídos às letras, palavras, textos, páginas e volumes” (FARIAS, 2016, p. 50).

Figura 1: Modelo para análise da tipografia: níveis, dimensões e tópicos.

	LETRA	PALAVRA	TEXTO	PÁGINA	VOLUME
DIMENSÃO SINTÁTICA	<ul style="list-style-type: none"> modo de produção tamanho proporções estrutura (caixa) forma cor 	<ul style="list-style-type: none"> direção alinhamento continuidade/segmentação variação (forma ou estrutura) espaço entre letras elementos associados 	<ul style="list-style-type: none"> largura da coluna espaço entre palavras alinhamento entrelinha tonalidade da mancha de texto formato da coluna espaço entre parágrafos recuos marcação de linhas, parágrafos, ou bloco de texto 	<ul style="list-style-type: none"> grade espaço entre colunas espaço entre blocos de texto alinhamento dos blocos de texto hierarquia relação blocos de texto x imagens elementos demarcadores de blocos de texto 	<ul style="list-style-type: none"> aspectos materiais aspectos dinâmicos quantidade de páginas altura da lombada sistema de gravação ou reprodução encadernação relação entre partes do volume
DIMENSÃO SEMÂNTICA	<ul style="list-style-type: none"> relação com alfabeto valor fonético velocidade ritmo expressividade assertividade status do produtor histórico da forma 	<ul style="list-style-type: none"> relação com linguagem verbal valor sonoro velocidade ritmo expressividade assertividade status do produtor 	<ul style="list-style-type: none"> relação letra/ conteúdo valor sonoro velocidade ritmo expressividade assertividade 	<ul style="list-style-type: none"> relação letra/ imagem valor sonoro velocidade ritmo expressividade importância relativa das diferentes partes 	<ul style="list-style-type: none"> relação letra/ formato valores atribuídos aos materiais grau de efemeridade ou perenidade postura requerida do leitor
DIMENSÃO PRAGMÁTICA	<ul style="list-style-type: none"> visibilidade legibilidade expressividade área do glifo efeitos gerados pelo significado da letra 	<ul style="list-style-type: none"> visibilidade legibilidade expressividade área da palavra leiturabilidade efeitos gerados pelo significado da palavra 	<ul style="list-style-type: none"> visibilidade legibilidade expressividade área do texto leiturabilidade rendimento efeitos gerados pelo significado do texto 	<ul style="list-style-type: none"> impacto visual mancha de texto leiturabilidade rendimento tipo de suporte aproveitamento de papel tipo de papel efeitos gerados pelo significado da página 	<ul style="list-style-type: none"> impacto visual volume de texto tipo de suporte aproveitamento de papel tipo de papel acabamento obsolescência efeitos gerados pelo significado do volume

Fonte: FARIAS, 2016, p. 49.

No quadro acima, legibilidade e leiturabilidade aparecem na dimensão pragmática, que se refere justamente às consequências do design, aos efeitos gerados pela tipografia na amplitude dos cinco níveis destacados pela autora: letra, palavra, texto, página e volume. Esses efeitos, principalmente no design editorial, precisam ser pensados *para* a leitura e, para isso, o

projeto gráfico precisa ter como base as necessidades desse processo e estabelecer um *layout* que o torne mais confortável e proveitoso, “sem sacrificar a continuidade fundamental da leitura da informação” (SAMARA, 2011, p. 34).

2.3. IMPACTOS PRÁTICOS: O SACRIFÍCIO DA LEITURA

Pode-se interpretar que o sacrifício mencionado por Timothy Samara se relaciona àquele apontado por Hendel ao sinalizar que “devemos preocupar-nos em evitar o excesso, em não sacrificar o texto ao design” (HENDEL, 2003, p. 14). A busca excessiva por apelos estéticos — que pode até ser comum em outras peças de design gráfico — gera efeitos muito mais complexos em uma publicação editorial, devido ao volume de informação e à navegação mais elaborada. Samara descreve ainda que esse tipo de publicação exige um envolvimento maior por parte do designer, justamente para que se dê conta de tal complexidade, pois as escolhas feitas no projeto podem sustentar ou distorcer a mensagem do conteúdo (SAMARA, 2011; 2010).

Quando essa preocupação não ocorre no momento do design e/ou nas demais etapas do processo editorial, a percepção sobre a leiturabilidade se dá de forma tardia, apenas por meio da recepção pelo público leitor. A essa altura, já é tarde demais para salvar um texto de seus possíveis problemas de leiturabilidade sem que isso signifique um retrabalho de edição. A pesquisa de Rosane Vieira (2011) mostra essa realidade entre os leitores da terceira idade, ao realizar um estudo detalhado sobre a leitura nessa faixa etária e perceber a necessidade de um design editorial pensado especificamente para ela. A autora destaca que, considerando o mercado de livros atual,

na maioria das vezes, preocupa-se mais com a embalagem do livro do que com o seu interior. Independente do conteúdo do livro, o miolo — papel, tipografia e mancha de texto — adapta-se ao preço final, ou seja, se o livro tem um texto maior, o corpo da fonte é menor, e vice-versa. (VIEIRA, 2011, p. 47)

Nessa realidade, interpreta-se que o “sacrifício” pode ocorrer em favor da redução dos custos na produção do livro. Aqui, o design da capa cumpre o seu propósito de servir como embalagem, atrair o interesse do público e influenciar a compra do título em questão (SAMARA, 2011), mas o design do miolo, talvez para compensar o investimento na capa, não consegue cumprir o seu propósito mais básico: transmitir o conteúdo de maneira eficiente, ter uma boa leiturabilidade.

Vieira ainda chama atenção para o fato de que, de acordo com o público-alvo, existe uma diferenciação no cuidado ao projeto gráfico-visual de livros. A autora aponta que nos livros

infantis e nos livros acessíveis, por exemplo, percebe-se estratégias de design específicas para cada público, considerando as suas necessidades especiais no processo de leitura. Mas será buscado, através do manual, enfatizar que, na verdade, a consideração das necessidades do público leitor deve ser uma questão valorizada em qualquer projeto gráfico editorial, mesmo os de público mais abrangente, lembrando que a primeira necessidade de um leitor é justamente *ler* e que “as necessidades de leitura e compreensão servem de base para os aspectos visuais das publicações” (SAMARA, 2011, p. 34).

Em uma perspectiva mais tradicional, para que não haja o mencionado “sacrifício da leitura”, seria preciso apostar em um design invisível. Beatrice Warde introduziu e difundiu essa ideia ao fazer algumas reflexões sobre tipografia e leiturabilidade em sua palestra *Printing should be invisible*, entre elas uma analogia com a voz e o discurso:

Uma página composta com uma fonte em negrito sem serifa em corpo de 14 pontos é, de acordo com testes de laboratório, mais ‘legível’ do que uma composta em Baskerville com 11 pontos. A voz de um orador, neste sentido, é mais ‘audível’ quando ele berra. Mas uma boa voz é aquela inaudível enquanto voz. ... A tipografia bem utilizada é invisível enquanto tipografia, assim como uma oratória perfeita é o veículo não perceptível para a transmissão de palavras, ideias. (WARDE *apud* FARIAS, 2002)

No mesmo sentido de uma “oratória perfeita”, Jan Tschichold indica o caminho para o design de “livros perfeitos”. Segundo o autor, a tradição tipográfica estabeleceu, ao longo dos séculos, “métodos e regras que são impossíveis de superar” (TSCHICHOLD, 2007, p. 31) e o desprezo por essas regras seria a principal razão de defeitos observados em livros e outros impressos. Hendel (2003) também aponta que, nesta ideia de design invisível, presume-se que os projetos de livro sigam este padrão e que qualquer desvio das convenções pode causar estranhamentos e desconfortos, mesmo que sejam sutis. Mas, em contrapartida, o autor ainda faz referência à outra perspectiva, mais recente, na qual as regras tradicionais não são encaradas como absolutas, mas que servem como ponto de partida.

Lulhier e Bandeira (2021) nomeiam esta segunda abordagem como design “visível” e destacam em quais características os projetos desse tipo se diferenciam das regras tradicionais mencionadas por Tschichold. No entanto, as autoras chamam atenção para que não se encare as abordagens como dicotômicas, sendo possível transitar entre as duas, com diferentes “graus de visibilidade”.

São características de um livro projetado com base no atributo invisível: (1) emprego de tipografias clássicas e neutras com desenhos discretos; (2) páginas compostas com número reduzido de tipos diferentes; (3) grids regulares com proporções matemáticas bem definidas; (4) simetria entre as páginas duplas; e (5) padronização do projeto. [...]

Na abordagem visível, todos os elementos que constituem um livro podem ser projetados para serem lidos, de modo que a interpretação da obra não se dá mais

apenas pelo conteúdo textual. [...] Assim, como ferramenta para associar linguagem verbal e visual de forma inventiva nos livros projetados segundo os atributos visíveis, lista-se tais características: (1) emprego de tipografias alusivas ao conteúdo texto; (2) grids flexíveis que criam páginas dinâmicas com layouts diferentes; (3) publicações em formatos não padronizados; (4) elementos da produção gráfica como possibilidade projetual e (5) inclusão de novos sentidos e etapas interpretativas por meio dos recursos visuais e materiais. (LULHIER; BANDEIRA, 2021, p. 671-673)

A partir da análise de tais características em diferentes projetos gráficos, as autoras perceberam que as regras “impossíveis de superar” de Tschichold, mesmo quando não consideradas absolutas, servem — assim como apontado por Hendel — de base para a construção do projeto gráfico nos diferentes níveis de visibilidade constatados. Mas, além disso, observam que, com essas possibilidades cada vez mais utilizadas de um design editorial visível, os livros agora também são feitos para serem *vistos* e não somente *lidos*.

Tal realidade, por si só, não é suficiente para justificar problemas de legibilidade e os sacrifícios mencionados neste tópico, já que o próprio estudo de Lulhier e Bandeira aponta que existem possibilidades de equilíbrio nos diversos projetos editoriais analisados por elas. Supõe-se que a legibilidade pode ser colocada em risco não pelo caráter visível de um design, mas pelo mal uso desta visibilidade, através do qual é o texto que vai se tornando “invisível” — ou ilegível —, ao ser prejudicado em favor dos apelos visuais. Gruszynski (2001) reflete sobre isso trazendo atenção ao papel de mediação do design gráfico, que pode se mostrar “tão impactante que chama a atenção primeiro sobre a forma da composição, deixando a compreensão do signo linguístico relegada a um plano secundário” (GRUSZYNSKI, 2001, p. 12).

A autora aponta que o questionamento dos modelos tradicionais de legibilidade é uma das principais características desta forma contemporânea de fazer design. Mas ela também considera que os avanços tecnológicos ao longo do tempo, em especial a introdução da informática na atividade profissional de designers, pode ter causado uma banalização ilusória de tais desvios de padrão.

A alteração técnica, disseminada rapidamente pelos computadores domésticos, fascinou pela facilidade com que uma ampla variedade de recursos gráficos tornou-se disponível ao usuário comum. Um universo técnico, que exigia formação profissional específica, abriu um campo de atuação para pessoas sem habilidade manual para desenhar, sem educação estética para compor uma página equilibrada, sem paciência ou tempo para compor capas, relatórios, gêneros variados. De certo modo, essa noção mágica, fetichista, da execução fácil, criou a ilusão de que qualquer um seria capaz de desenvolver uma boa peça gráfica sem esforço e com rapidez. (GRUSZYNSKI, 2001, p. 17)

Além disso, no meio editorial também parece ter acontecido um movimento de desconhecimento com a chegada de novas tecnologias e a separação das funções editoriais e gráficas — o que será explorado no próximo tópico. É nesse sentido, considerando que o design

de livros está incluso hoje na lógica de ilusão, fetiche e fácil execução indicada por Gruszynski, que o manual aqui proposto se mostra necessário, a fim de indicar um movimento contrário ao desconhecimento observado nas diferentes etapas do processo editorial.

2.4. ALÉM DO DESIGNER: UMA PREOCUPAÇÃO PARA TODOS OS ENVOLVIDOS

Como os conhecimentos sobre legibilidade e leiturabilidade encontram-se muito restritos ao campo da tipografia, sua importância pode não alcançar todas as partes envolvidas no projeto de um livro. Tratando-se dos designers, são poucos os profissionais que se dedicam exclusivamente a trabalhos editoriais. Outras figuras da comunicação visual, como diretores de arte e ilustradores, também atuam na criação de projetos gráficos de publicações independentes ou para editoras. Nesses casos, é importante que o cuidado com a leiturabilidade seja encarado como prioridade, mesmo que essa não seja a realidade dos designers ao desenvolverem outros tipos de projeto.

Além disso, há duas outras figuras importantes no processo editorial que precisam ter um bom conhecimento e ser cautelosas com a questão da leiturabilidade: o editor, responsável pela aprovação do projeto e por pedidos de alteração; e o diagramador, que realiza a composição do livro de acordo com as orientações do projeto gráfico e pode precisar, ao longo do processo, elaborar soluções não previstas pelo designer.

Araújo (2008) discorre que, por muito tempo na história do livro, as diferentes atividades da produção editorial se concentraram em funções isoladas. Na tradição manuscrita, eram os monges que se encarregavam tanto de normalizar como de transcrever o texto original. A partir da invenção dos tipos móveis, era o tipógrafo/impressor que também assumia responsabilidades sobre o texto impresso. Segundo o autor,

os pioneiros do livro impresso foram, na realidade, mais do que simples ‘tipógrafos’ ou ‘impressores’, na medida em que tiveram de buscar elementos destinados a facilitar a leitura, substituindo a riqueza intrínseca dos manuscritos por uma qualidade diferente, a da paginação. Nesse sentido, além de tipógrafos, eram também editores, responsáveis pela normalização do texto e pelo conjunto da obra que imprimiam. (ARAÚJO, 2008, p. 46)

É somente a partir da segunda metade do século XVIII que as funções editoriais e gráficas começam a se separar, ou melhor dizendo: a se especializar. Para Araújo, foi justamente essa especialização que permitiu os avanços e progressos observados no meio editorial a partir de então. No campo do design e da impressão tipográfica, por exemplo, várias melhorias tecnológicas aconteceram, trazendo ao livro impresso mudanças cada vez mais

influenciadas pelo apelo visual; e, na edição de texto, a especialização nas etapas de preparação e revisão foi fundamental para estabelecer princípios editoriais que são mantidos até hoje (ARAÚJO, 2008). No entanto, mesmo com essa separação mais nítida, é necessário que a figura do editor tenha conhecimentos multidisciplinares, justamente para dar conta dos dilemas que perpassam as atividades de editoração.

Em sentido restrito, editoração significa, ou o termo tem sido usado para significar, o conjunto de técnicas (de produção em si ou rigorosamente editoriais) usadas na produção de livros. Entre as técnicas de produção, citem-se a tipologia, a revisão, a diagramação etc. (A EDITORAÇÃO... *apud* ARAÚJO, 2008, p. 50)

Sem o repertório geral necessário, o editor não será capaz de conduzir da melhor forma cada etapa especializada. Trazendo para o design editorial: não terá o conhecimento técnico necessário para avaliar um projeto gráfico ou pedir alterações coerentes que não prejudiquem o design e a legibilidade. Se, por um lado, a separação das funções na cadeia do livro conseguiu proporcionar avanços específicos em cada etapa, por outro, aqueles profissionais detentores de um conhecimento mais geral sobre toda a produção — como impressores, livreiros e gráficos, que também assumiam função editorial até o século XVIII (CHARTIER, 1998) — foram desaparecendo ao longo do tempo. Sendo assim, é o editor quem deve assegurar a coesão dos processos para que este “conhecimento geral” não seja perdido.

Entendemos que a legibilidade faz parte desse (des)conhecimento geral da produção editorial e, portanto, ultrapassa o campo técnico do design gráfico e da diagramação. Dessa forma, o manual será destinado a todo profissional editorial, tendo enfoque naqueles diretamente envolvidos com o projeto gráfico — designers, editores e diagramadores —, mas com uma linguagem simples e acessível para outras figuras não tão envolvidas nesta etapa, mas relevantes na cadeia do livro, como preparadores e revisores.

3. O “MANUAL DE LEITURABILIDADE”: UM GUIA PARA PROFISSIONAIS EDITORIAIS

Apesar de não ser o único fator importante para um bom projeto gráfico, a tipografia exerce grande influência sobre a legibilidade de uma peça. Da mesma forma que já entendemos a necessidade de um design a serviço do texto, Robert Bringhurst (2005, p. 23) destaca que “a tipografia existe para honrar seu conteúdo”. E, naquele mesmo sentido abordado por Farias (2016), de pensar o design *com* letras para além do desenho do próprio tipo, existem manuais de tipografia que podem auxiliar o designer a pensar e definir suas escolhas para cada projeto.

Pensar com tipos, de Ellen Lupton (2013), é uma das principais referências. Nele, a autora traz diversos exemplos práticos de como utilizar os tipos com sabedoria, com exercícios e conselhos envolvendo diferentes aspectos, desde a escolha da família tipográfica até as definições de espaçamentos e organização na página. Bringhurst também constrói essa perspectiva ao apresentar os *Elementos do estilo tipográfico* (2005), reunindo instruções sobre um uso livre mas consciente da tipografia. O autor explica:

Estilo tipográfico, nesse sentido amplo e inteligente da palavra, não significa nenhum estilo em particular — meu estilo, seu estilo, neoclássico ou barroco —, mas o poder de mover-se livremente por todo o domínio da tipografia e de agir a cada passo de maneira graciosa e vital, sem ser banal. (BRINGHURST, 2005, p. 25)

Trazendo, além da tipografia, outras questões específicas do design de publicações, o *Guia de design editorial*, de Timothy Samara (2011), também é costurado como um manual para profissionais da área e, apesar de ter foco em revistas e periódicos, traz muitos exemplos e orientações importantes sobre conceituação de projetos, seleção e composição tipográfica, construção de *layout* com *grid* etc. — aspectos que também são úteis ao designer de livros e, ao serem abordados por Samara de forma unificada como “design para leitura”, conseguem trazer uma “visão global das considerações de projeto que dizem respeito a todos os problemas de design editorial” (SAMARA, 2011, p. 9).

Além das obras mencionadas, existem outros manuais de design e manuais do livro publicados no mercado. No entanto, a questão da legibilidade não costuma aparecer com destaque nesses títulos. Lupton e Samara até abordam legibilidade e legibilidade como pontos a serem considerados nas escolhas de projeto, principalmente no que diz respeito a combinações tipográficas e a ajustes de espaçamentos, entreletras e entrelinhas. Mas, por serem manuais abrangentes, o tópico acaba não sendo explorado de maneira tão específica, mesmo que apareça intrinsecamente nos exemplos e “regras” de como fazer ou não determinada escolha.

Samara desenreda esta relação intrínseca e diz que “conhecer essas regras fundamentais para uma composição de texto limpa mantém o designer alerta para potenciais problemas de espaçamento e ajuda a melhorar a aparência e a *legibilidade* do texto corrente” (SAMARA, 2011, p. 42, grifo nosso). Já Lupton (2013) explica como determinadas práticas afetam negativamente o conforto na leitura — não necessariamente utilizando os termos legibilidade e/ou leiturabilidade — ao destacar alguns “crimes tipográficos” relacionados a diferentes aspectos trabalhados em seu livro.

O livro de Bringhurst é o que consegue se distanciar um pouco de tal modelo observado, apesar de, como diz André Stolarski na apresentação do livro, não parecer “diferente de outros livros e manuais de tipografia que se baseiam na tradição” (BRINGHURST, 2005, p. 9). É a proposta do autor de oferecer o conhecimento necessário para o domínio livre da tipografia — no sentido amplo destacado — que o diferencia entre os manuais sobre o assunto. No entanto, Bringhurst faz isso através de um texto muito denso e, por mais que explore os efeitos positivos e negativos de cada particularidade da composição tipográfica, o conceito em si da leiturabilidade não é explicitado e, com isso, não pode também ser dominado.

Sendo assim, o nosso manual de leiturabilidade não pretende se caracterizar como um guia extenso sobre tipografia ou *layout*, e sim enfatizar o fator da leiturabilidade dentro das escolhas relacionadas a tais elementos no design do livro. Para isso, pontos já destacados por Bringhurst, Lupton e Samara — além de outros autores mencionados aqui — também serão trazidos no manual, mas serão abordados sob este olhar focado no design de livros e no conceito de leiturabilidade.

3.1. ELABORAÇÃO DO MANUAL

Para desenvolver a estrutura do manual, considerou-se as etapas do processo editorial e da projeção gráfica, os profissionais envolvidos no projeto e também os níveis do design em que a leiturabilidade pode ser afetada — pontos explorados no Capítulo 2. Com isso, a organização do conteúdo foi pensada para mostrar como a questão da leiturabilidade pode aparecer relacionada a estes diferentes fatores e também para trazer a reflexão sobre o tópico para o dia a dia dos profissionais do livro, apresentando conceitos, exemplos de boas práticas e elementos de interação com o leitor do manual.

A partir disso, cinco tópicos foram definidos e planejados como seções do material. Detalhou-se, a seguir, o desenvolvimento de cada uma delas, passando pelo planejamento inicial e pelas referências de organização textual — que podem ou não ser aproveitadas

posteriormente como referências visuais de projeto gráfico, mas nesse ponto inicial pretendem indicar apenas a estrutura textual a ser seguida.

3.1.1. O QUE É LEITURABILIDADE?

a) Planejamento:

Uma seção introdutória estruturada em pequenos parágrafos apresentando o conceito de leituranabilidade e sua aplicação na produção editorial, especialmente de livros.

Através de um discurso simples e pedagógico, o texto dessa parte pretende reunir as considerações de Farias (2002), Sousa (2002) e Stolfi (2002) sobre a relação do termo com o conforto visual na leitura e a sua diferenciação do conceito de legibilidade, esta última podendo ser abordada de maneira mais ilustrativa, através de exemplo que evidencie a relação direta da legibilidade com o caractere isolado e da leituranabilidade com todo o texto.

b) Referência de organização textual:

Figura 2: Páginas de projeto da cartilha “Participação das juventudes é um direito”.



Fonte: GRUTA DESIGN, 2020 (Behance).

3.1.2. IMPACTOS NA EXPERIÊNCIA DE LEITURA

a) Planejamento:

Exposição dos principais fatores que afetam a leituranabilidade e alteram a experiência de leitura, utilizando como base alguns efeitos do processo de composição explorados por

Bringhurst (2005) e algumas relações destacadas no modelo de análise tipográfica de Farias (2016) para listar como a legibilidade aparece nos diferentes níveis do modelo.

Enquanto a primeira seção apresenta o conceito, esta será construída de forma a apontar os possíveis problemas relacionados a ela, que, com a ajuda do manual, espera-se que sejam mais facilmente identificados e evitados. Dessa forma, o texto pode ser organizado como lista numerada, especificando os principais problemas e descrevendo-os separadamente de forma breve e explicativa, além de apresentar uma estrutura de exemplificação semelhante à utilizada em *Pensar com tipos*, visando-se comprovar os impactos listados dentro da própria seção.

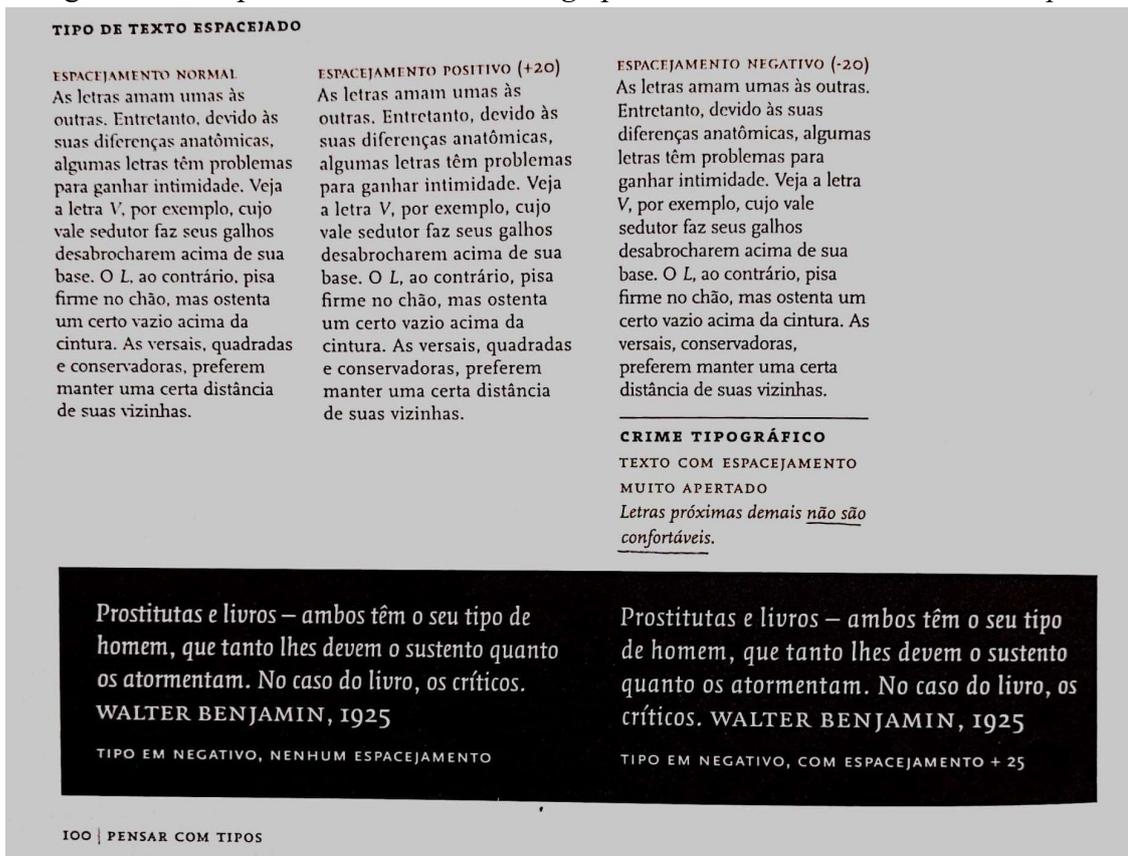
b) Referências de organização textual:

Figura 3: Páginas da cartilha “Agrestinas”.



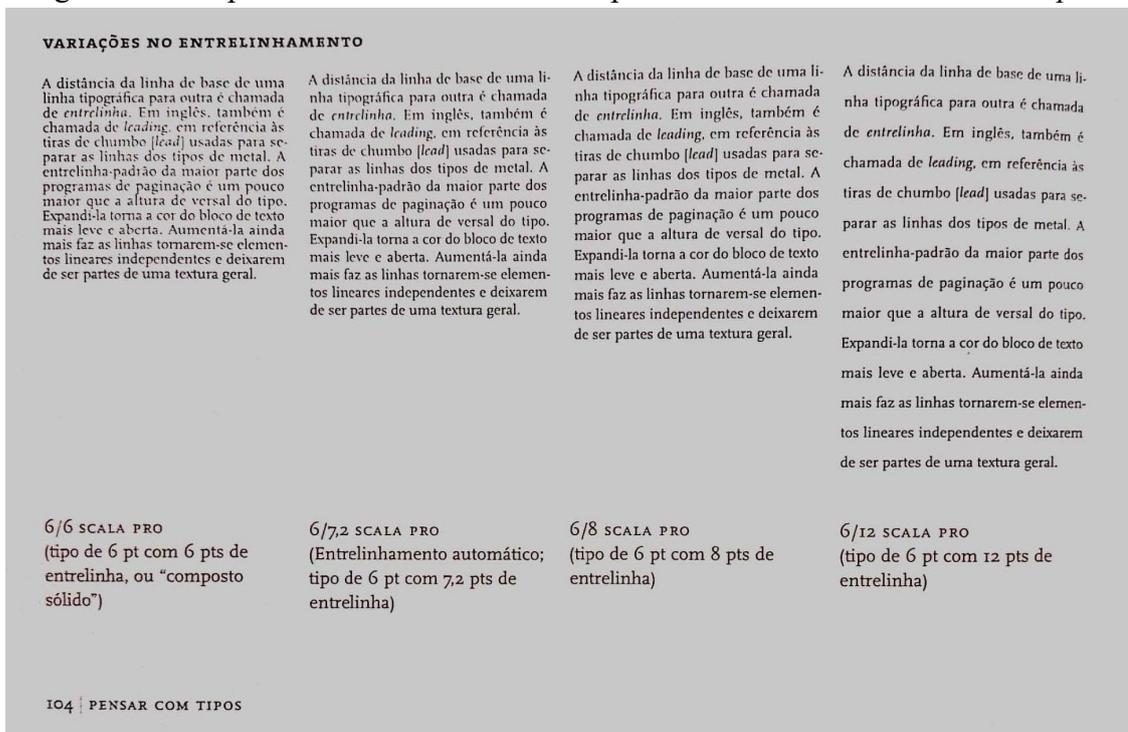
Fonte: PROJETO AGRESTINAS, 2022.

Figura 4: Exemplos de efeitos do *tracking* apresentados no livro *Pensar com tipos*.



Fonte: LUPTON, 2013, p. 100.

Figura 5: Exemplos de efeitos da entrelinha apresentados no livro *Pensar com tipos*.



Fonte: LUPTON, 2013, p. 104.

3.1.3. ASSEGURANDO A LEITURABILIDADE DO DESIGN EDITORIAL

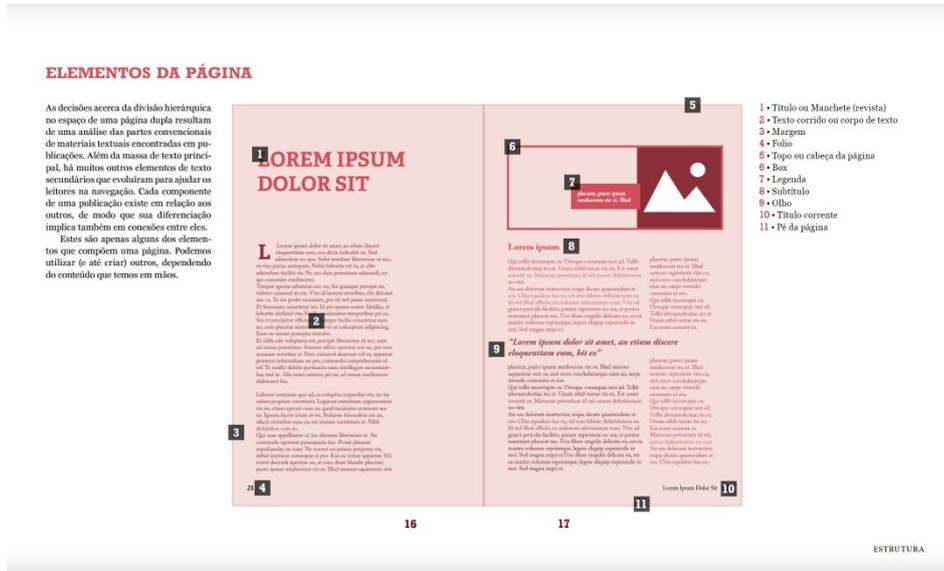
a) Planejamento:

Seção organizada através de exemplos e aplicações de “regras” para instruir melhores escolhas no desenvolvimento do projeto. As orientações serão separadas em três partes, dedicadas a diferentes etapas do processo editorial — projeto gráfico, diagramação e provas. Elas trarão direcionamentos específicos aos respectivos profissionais de cada área — designer, diagramador e editor. Assim, as noções gerais poderão ser entendidas por todo o público ao mesmo tempo em que os profissionais poderão aplicar as dicas práticas cada qual em sua realidade de trabalho.

Como exemplos práticos das regras apresentadas, a seção trará simulações de projetos, apresentados em representações de páginas — duplas ou simples —, propondo que o leitor do manual possa identificar erros, acertos e/ou relações comparativas referentes às questões de legibilidade, que serão indicados e comentados nas legendas de cada caso.

b) Referência de organização textual:

Figura 6: Páginas do projeto acadêmico “Pequeno livro de dicas de diagramação”.



Fonte: LUZ, 2014 (Issuu).

3.1.4. REFLEXÃO: “O PROJETO E AS PRIORIDADES”

a) Planejamento:

Seção de encerramento, um curto posfácio. Texto ensaístico com destaque ao fator de não unanimidade das “regras” e orientações apresentadas no manual. Essa é uma discussão que já é muito presente no âmbito do design, bem explicitada inclusive por Timothy Samara (2010),

e pode ser aplicada ao design editorial, principalmente no que se refere às publicações não tradicionais e aos limites da forma e conceito de livro.

As regras existem — especialmente aquelas apresentadas aqui — como diretrizes baseadas na experiência acumulada de muitas fontes. Dessa forma, as regras sempre vêm com exceções e podem ser quebradas a qualquer momento, mas não sem uma consequência. A consequência de quebrar uma regra talvez signifique reforçar outra, e isso pode representar uma verdadeira inovação, *no contexto certo*. (SAMARA, 2010, p. 9, grifo nosso)

Marcando o fim do manual, espera-se confrontar o leitor com essa reflexão de que é o contexto editorial que coloca a leitura como prioridade em um projeto de livro tradicional, mas que os objetivos específicos de cada publicação podem influenciar e modificar o que vem primeiro nessa lista. Conhecendo e aplicando os conceitos trabalhados anteriormente, os profissionais podem continuar escolhendo caminhos que prejudicam a leiturabilidade em detrimento de outra prioridade dependendo do projeto, mas estarão amparados na tomada de decisão por terem adquirido ou reforçado, através do manual, o conhecimento sobre as principais consequências.

b) Referências de organização textual:

Figura 7: Página do projeto de cartilha sobre equidade das mulheres.



Fonte: MADUREIRA, 2022 (Behance).

3.1.5. EXTRA: CHECKLIST DE LEITURABILIDADE

a) Planejamento:

Elemento interativo retomando pontos do manual no formato de lista de controle (*checklist*) para que o leitor possa aplicá-los aos próprios projetos, conferindo se eles seguem ou não as orientações para um design com tendência à boa legibilidade. O resultado do *checklist* poderá auxiliar nas tomadas de decisão, mas tendo em mente os pontos da reflexão anterior sobre a determinação de prioridades em cada projeto.

b) Referências de organização textual:

Figura 8: Exemplo de lista de controle (*checklist*).

Checklist: seu negócio está preparado para as principais tendências varejistas de 2020?

*As tendências varejistas desse checklist foram feitas com base em painéis do evento NRF Big Show 2019 realizado pela National Retail Federation.

<p>1 - Personalização</p> <p>A personalização deixará de ser um diferencial competitivo e se tornará um processo essencial para potencializar a experiência do consumidor, por isso, aposte nesse atrativo de vendas, não apenas no seu produto ou serviço, mas nos seus canais de atendimento digitais também.</p>	<p>6 - Inteligência Artificial</p> <p>Vimos que a Inteligência Artificial chegou no varejo para ficar, e será a aposta dos varejistas durante esse ano para preencher as lacunas que ainda existem entre o mundo físico e o mundo offline, aumentando o alcance das vendas e, consequentemente, garantindo uma lucratividade maior.</p>
<p>2 - Experiência</p> <p>O sucesso do seu negócio em 2020 será definido pela experiência que você proporcionar para o consumidor. Adaptar a jornada de compra do cliente para que ele experimente mais do que produtos ou serviços, para que ele experimente sensações e se conecte de verdade com a marca é fator crucial.</p>	<p>7 - Realidade Aumentada</p> <p>Outra tecnologia que será forte aliada dos varejistas para minimizar as lacunas do online com o offline, além de aprimorar a experiência do cliente desde a interação no site, ou seja, a navegação pelos produtos ou serviços, até a experiência virtual de fato.</p>
<p>3 - Marca ética</p> <p>O que estará em julgamento não é apenas o seu produto ou serviço e sim a ética e valores da sua empresa. A conscientização é uma forte aliada do novo consumidor, por isso, oferecer mais transparência e se posicionar sobre questões éticas de forma relevante pode garantir a lealdade dele.</p>	<p>8 - Entregas Rápidas</p> <p>Um dos aspectos que definem o novo consumidor é o imediatismo, por isso, entregas rápidas ou no mesmo dia, serão de extrema importância para garantir e também superar as suas expectativas. Apostar em tecnologias que facilite e agilize esses processos pode ser, sem dúvida, um grande diferencial competitivo.</p>
<p>4 - Comércio Social</p> <p>A compra pelo Instagram cresceu exponencialmente no ano passado e esse ano promete ter um alcance ainda mais positivo para o varejo. Essa inflexão é motivada principalmente pelo poder de influência que as redes sociais, como por exemplo, Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok, entre outros possuem.</p>	<p>9 - Mobile</p> <p>O e-commerce continuará crescendo e como a ideia é proporcionar uma experiência sem atrito de canais, o mobile first ganhará bastante força juntamente com o mobile only, proporcionando aos usuários de aparelhos móveis uma navegação mais fácil e prazerosa.</p>
<p>5 - Internet das Coisas (IoT)</p> <p>A internet das coisas faz parte da revolução tecnológica e consiste em que as empresas utilizem aparelhos e outros dispositivos portáteis que façam uso de sensores conectados à internet com o propósito de expandir a conectividade. Essa tecnologia promete impulsionar ainda mais as experiências Omnichannel durante os próximos anos.</p>	<p>10 - Mecanismos de recomendação</p> <p>Os mecanismos de recomendação são ferramentas poderosas para ajudar o cliente a encontrar produtos que precisam, mas que ainda não pesquisaram. Durante a jornada de compra ele visualiza produtos que você recomendou, podendo colocá-los no carrinho, aumentando o ticket médio da empresa.</p>

linx | millennium

Fonte: PERROTTA, 2023 (Behance).

3.2. PROJETO EDITORIAL E GRÁFICO

Uma vez definida a estrutura do conteúdo, chega-se à etapa de projeção do manual. Aqui, define-se formato da página, margens e *grid*; escolhe-se os tipos e as hierarquias do texto; elabora-se o *layout* e os estilos a serem utilizados na diagramação.

A proposta editorial de um manual impresso com textos objetivos, exemplos práticos e elementos de interação com o leitor foi o principal fator guia para o desenvolvimento do projeto descrito a seguir, assumindo maior prioridade do que outras questões relacionadas à produção, como os custos de impressão e publicação. Estes outros fatores, no entanto, não foram esquecidos durante o processo, mas cabe ressaltar que o objetivo do projeto é o melhor aproveitamento da proposta editorial, e não uma publicação comercialmente atrativa.

Além disso, o projeto também foi pensado segundo os princípios de design defendidos pelos autores abordados no trabalho até então, principalmente Bringhurst, Hendel, Lupton e Samara, visando logicamente apresentar uma boa legibilidade no próprio manual elaborado sobre o assunto. Dessa forma, detalhou-se a seguir as etapas de projeção do *Manual de legibilidade*.

3.2.1. FORMATO

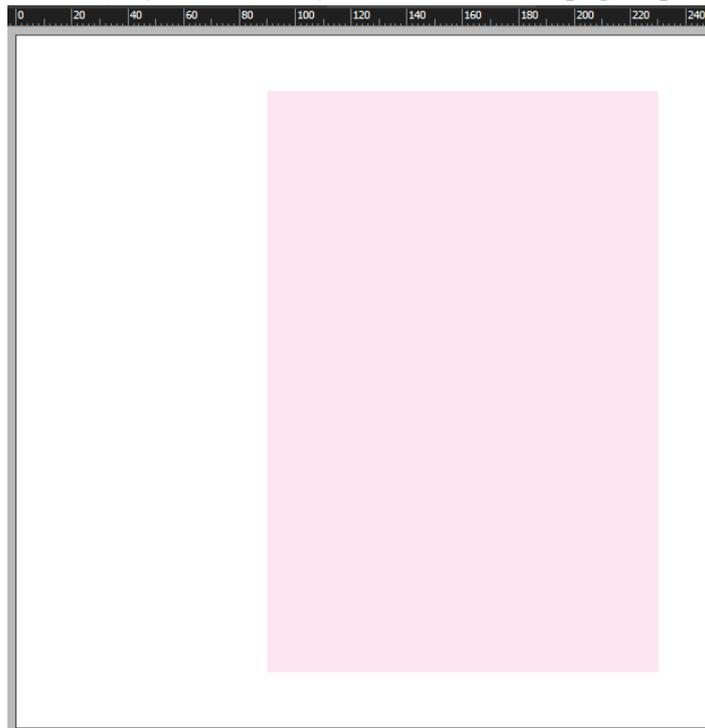
Escolha proporções de página apropriadas ao conteúdo, ao tamanho e às ambições da publicação. [...] Quando o trabalho envolve ilustrações importantes, são elas que geralmente decidem a forma da página. (BRINGHURST, 2005, p. 177)

De acordo com o planejamento do conteúdo, determinou-se a intenção de trazer alguns dos exemplos do manual como simulações de páginas de livro em tamanho real, adotando o formato padrão 14x21cm como referência para tais exemplos. Dessa forma, tomamos como ponto de partida para a definição do formato do manual a necessidade de comportar, dentro da página, uma ilustração de 14x21cm e pelo menos mais uma coluna de texto para acompanhar a ilustração — considerando, ainda, a intenção de utilizar margens minimamente arejadas que equilibrem-se ao tipo de conteúdo planejado.

A princípio, pensou-se no formato 25x25cm (Figura 9), por ele permitir margens generosas sem consumir muito espaço da largura das colunas. Além disso, quanto aos efeitos na leitura, Samara (2001, p. 62) afirma que “o formato quadrado apresenta um espaço neutro, sem tensão.” No entanto, dois fatores se mostram controversos: a percepção da página dupla nesse formato pode ainda parecer horizontal demais, causando efeitos indesejados; a altura de 25cm, apesar de permitir boas margens, ocupa muito espaço, por exemplo, em uma mesa de trabalho, indo contra à funcionalidade de material de consulta pretendida para o manual.

Optou-se, então, por um formato falso quadrado, um pouco mais alto que um quadrado perfeito: 20,5x23cm (Figura 10). Chegou-se a tais medidas por meio do estabelecimento de módulos de 0,5cm, prevendo-se primeiramente as particularidades do *grid* para depois chegar no tamanho final. Assim, ajustando as margens e o posicionamento pensado para o quadro de ilustração, o formato consegue atender às demandas do projeto e ainda se aproxima da proporção 8:9 apresentada por Robert Bringhurst (2005, p. 162-163) como uma opção de página harmônica.

Figura 9: Simulação de ilustração 14x21 em uma página par 25x25.



Fonte: a autora, 2023.

Figura 10: Simulação de ilustração 14x21 em uma página par 20,5x23.



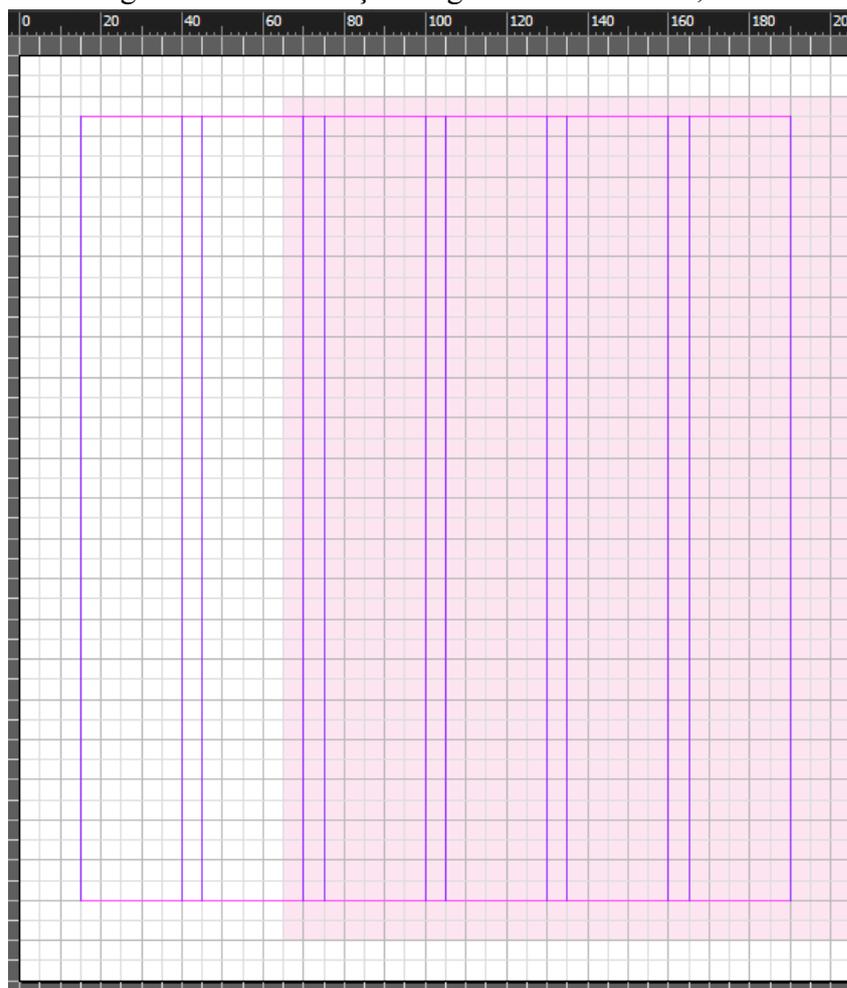
Fonte: a autora, 2023.

3.2.2. MARGENS, COLUNAS E *GRID*

Geralmente, a variedade de soluções para a diagramação de uma página com um certo grid é inesgotável, mas, mesmo assim, às vezes é melhor transgredir o grid. O designer não pode ter medo de seu grid, e deve testá-lo até o limite. Um grid realmente bom cria infinitas oportunidades de exploração. (SAMARA, 2007, p. 24)

Ainda tomando a ilustração 14x21 como referência inicial, percebe-se a necessidade de estabelecer módulos para a construção de um *grid* flexível, considerando a dificuldade de correlacionar o espaço ocupado pela ilustração na página com uma subdivisão em colunas. Então, partindo de módulos de 0,5cm, além de conseguirmos definir as medidas das margens, colunas e medianizes, também é possível controlar as “transgressões” de tais medidas, uma vez que a divisão em módulos pequenos e de fácil multiplicação permite inúmeras possibilidades de posicionamento coerente na página. É o que se pode visualizar abaixo na Figura 11, na qual a ilustração simulada, apesar de não seguir a divisão maior de colunas, ainda obedece à grade modular.

Figura 11: Visualização da grade modular de 0,5cm.



Fonte: a autora, 2023.

Dessa forma, estabelecemos que o *grid* de seis colunas com a medianiz na mesma largura de um módulo funcionará como referência maior para a organização do texto principal, enquanto a estrutura modular guiará de forma mais flexível a disposição dos outros elementos na página. Nessa mesma lógica, as margens foram calculadas pensando na melhor definição para a mancha de texto, enquanto vê-se que a ilustração pode ultrapassá-las de acordo com os módulos. Sendo assim, as medidas definidas para o *grid* do manual foram:

- **Margem superior:** 1,5 cm (3 módulos).
- **Margem inferior:** 2 cm (4 módulos).
- **Margem interna:** 1,5 cm (3 módulos).
- **Margem externa:** 1,5 cm (3 módulos).
- **Colunas:** 6 (cada uma ocupando 5 módulos / 2,5 cm).
- **Medianiz:** 0,5cm (1 módulo).

3.2.3. TIPOS E HIERARQUIAS

Ao escolher fontes, os designers gráficos consideram a história dos tipos e suas conotações atuais, bem como suas qualidades formais. O objetivo é encontrar uma combinação apropriada entre o estilo das letras, a situação social específica e a massa de conteúdo que definem o projeto. (LUPTON, 2013, p. 28)

Considerando o contexto do conteúdo e os objetivos do projeto, a família tipográfica Arno foi escolhida como principal para a composição do manual. Desenvolvida por Robert Slimbach como parte do programa Adobe Originals, a Arno está disponível com licença pessoal e comercial para assinantes do pacote Adobe Creative Cloud sem custo adicional. Para não assinantes, a família completa com 32 arquivos de fonte é vendida atualmente por R\$ 1.681,96 (MyFonts, 2023).

Levou-se em consideração aspectos do tipo destacados por Lupton (2013), como: altura x, tamanhos ópticos, variedade dentro da família e a presença de “verdadeiros” itálicos e versaletes. Além disso, buscou-se por uma anatomia familiar ao universo dos livros — ou seja, comumente utilizada em grandes blocos de texto ocupando páginas inteiras —, mas que bem se adaptasse aos pequenos conselhos seccionados trazidos no manual. Entendemos que para esse tipo de conteúdo, a melhor opção é trazer os pequenos blocos em um corpo maior, dando destaque a objetividade do texto. Sendo assim, as características visuais da Arno parecem permitir tal nuance de uma melhor maneira que outros tipos utilizados em livros com mais frequência, como Minion e Garamond (Figura 12). Algumas das características são descritas pela própria Adobe no site que disponibiliza a aquisição da fonte:

Arno resgata a calidez e a **legibilidade** das primeiras fontes humanistas dos séculos 15 e 16. Embora seja uma fonte inspirada pelo passado, conta com **função e**

aparência contemporâneas incomparáveis. [...] É uma fonte cuidadosamente criada na tradição das primeiras fontes venezianas e aldinas **para livros**. [...] A família também oferece algumas **sutilezas tipográficas**, como cinco tamanhos ópticos, conjuntos extensivos de itálico com swashes, além de versaltes para todos os idiomas compatíveis. (ADOBE, 2023, grifo nosso)²

Figura 12: Comparação do tipo Arno Pro com outras tipografias da mesma fundição (Adobe Originals) no mesmo corpo.

<i>Design e Leitabilidade</i>	Arno Pro
<i>Design e Leitabilidade</i>	Minion Pro
<i>Design e Leitabilidade</i>	Adobe Garamond Pro

Fonte: a autora, 2023.

Fazendo uso da versatilidade das mencionadas “sutilezas tipográficas” da Arno, optou-se por estabelecer a mistura de tipos e as relações hierárquicas do projeto gráfico dentro da própria família. Assim, detalhou-se a seguir a formatação escolhida para os principais estilos de composição previstos no projeto, considerando o comportamento do tipo dentro do *grid* e da mancha definida com ele. Por entendermos que a formatação dos demais estilos utilizados seguem a mesma lógica, optou-se por listar aqui apenas os seguintes:

- **Texto principal:** Arno Pro Regular em corpo 14pt e entrelinha 17pt; parágrafo justificado à esquerda ocupando 4 ou 5 colunas do *grid*; *layout* da mancha textual sempre em coluna única.
- **Blocos de texto auxiliares (quadros, legendas etc.):** Arno Pro Regular em corpo 10,5pt e entrelinha 13pt; parágrafo hifenizado justificado à esquerda ou alinhado à esquerda sem hifenização, ocupando até 4 colunas do *grid*; pode apresentar *layout* da mancha textual dividido em colunas.
- **Títulos de seção:** Arno Pro Semibold Subhead em corpo 24pt e entrelinha 34 pt; parágrafo alinhado à esquerda com espaço posterior de 11,994mm (valor equivalente à entrelinha do próprio parágrafo e ao dobro da entrelinha do texto

² Além da descrição completa sobre a Arno, no site da Adobe é possível visualizar toda a família tipográfica através das prévias de cada fonte que a compõe. Disponível em: <https://fonts.adobe.com/fonts/arno>. Acesso em: 13 maio 2023.

principal), sem justificação e hifenização, podendo ocupar todas as colunas do *grid*; *layout* da mancha textual sempre em coluna única.

- **Títulos de alto nível hierárquico:** Arno Pro Semibold Subhead em corpo 20pt e entrelinha 24 pt; parágrafo alinhado à esquerda com espaço posterior de 5,997mm (valor equivalente à entrelinha do texto principal), sem justificação e hifenização; *layout* da mancha textual sempre em coluna única, podendo ser acompanhado por fio de parágrafo na espessura de 1pt.
- **Títulos de médio nível hierárquico:** Arno Pro Italic Subhead em corpo 18pt e entrelinha 22pt; parágrafo com as mesmas características do descrito acima.
- **Títulos de baixo nível hierárquico:** Arno Pro Semibold em corpo 16pt e caracteres em versalete; parágrafo alinhado à esquerda sem espaço posterior, aparecendo sempre em linha única, com espacejamento (*tracking*) de +20 milésimos de um eme.
- **Fólio/Título corrente:** Arno Pro Caption em corpo 9,25pt e caracteres em versalete; parágrafo alinhado em direção oposta à lombada, sempre em linha única, com espacejamento (*tracking*) de +45 milésimos de um eme.

A limitação da disposição dos diferentes parágrafos nas colunas do *grid* foi pensada segundo as considerações de Bringhurst (2005, p. 34) sobre a quantidade de caracteres por linha confortável para a leitura. A relação dos tamanhos de corpo e entrelinha foi estabelecida um pouco acima do padrão de 120% recomendado pelo autor e pelos próprios programas de editoração com o intuito de ter-se blocos de textos leves e arejados (LUPTON, 2013, p. 104), além de utilizar valores numéricos inteiros. Espaços entre parágrafos foram planejados de acordo com o valor da entrelinha do texto principal. Além disso, destaques que se fizerem necessários dentro dos parágrafos serão aplicados através de variações no estilo de caractere utilizando os recursos **semibold**, *italic* e **VERSALETE** de cada conjunto da família tipográfica.

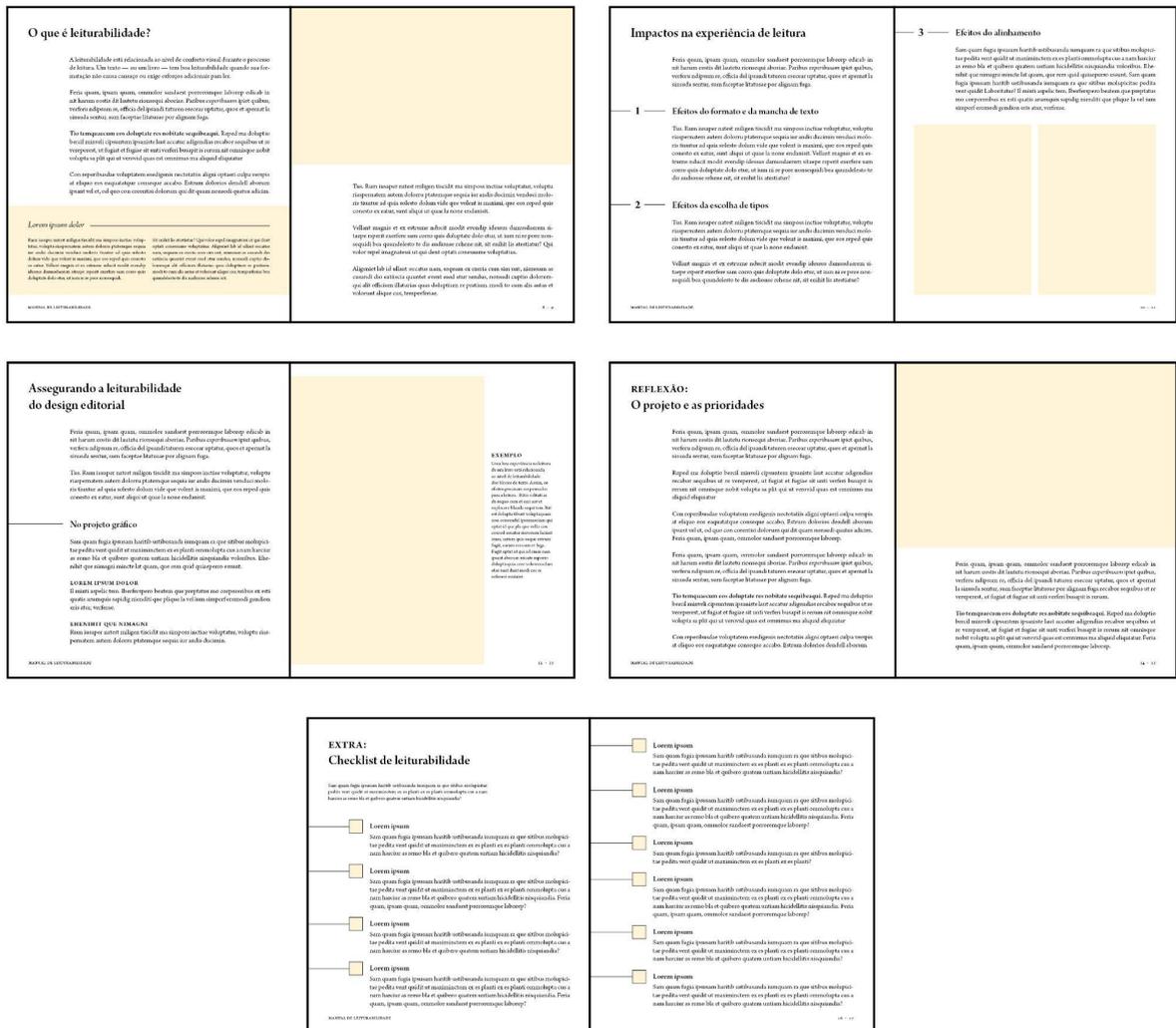
3.2.4. MIOLO E CAPA

Chegamos então ao esboço do projeto de miolo, ainda com textos não finalizados.

Para cada seção planejada anteriormente foi elaborada uma página dupla modelo (Figura 13) que ilustra as especificações detalhadas acima. Foram estabelecidos também a paleta de cores e os grafismos a serem utilizados no projeto. Com o objetivo de manter o realismo dos exemplos trazidos no manual sem abrir mão do contraste entre texto e ilustração, optou-se por planejar a publicação para impressão em papel offset na cor branca e simular a

coloração do papel off-white — mais comum no mercado editorial de livros — nos destaques e ilustrações apresentados no *layout*. Dessa forma, criou-se para o projeto uma amostra de cor CMYK com os valores [C=0; M=5; Y=20; K=0], que será utilizada junto com a amostra de preto “100%” [C=0; M=0; Y=0; K=100] aplicada em todo o texto. Além dos quadros ilustrativos, fios pretos com espessura de 1 a 2pt serão utilizados de diferentes maneiras como elementos auxiliares na composição das páginas e estilização de determinados parágrafos.

Figura 13: Projeto gráfico: páginas-modelo.

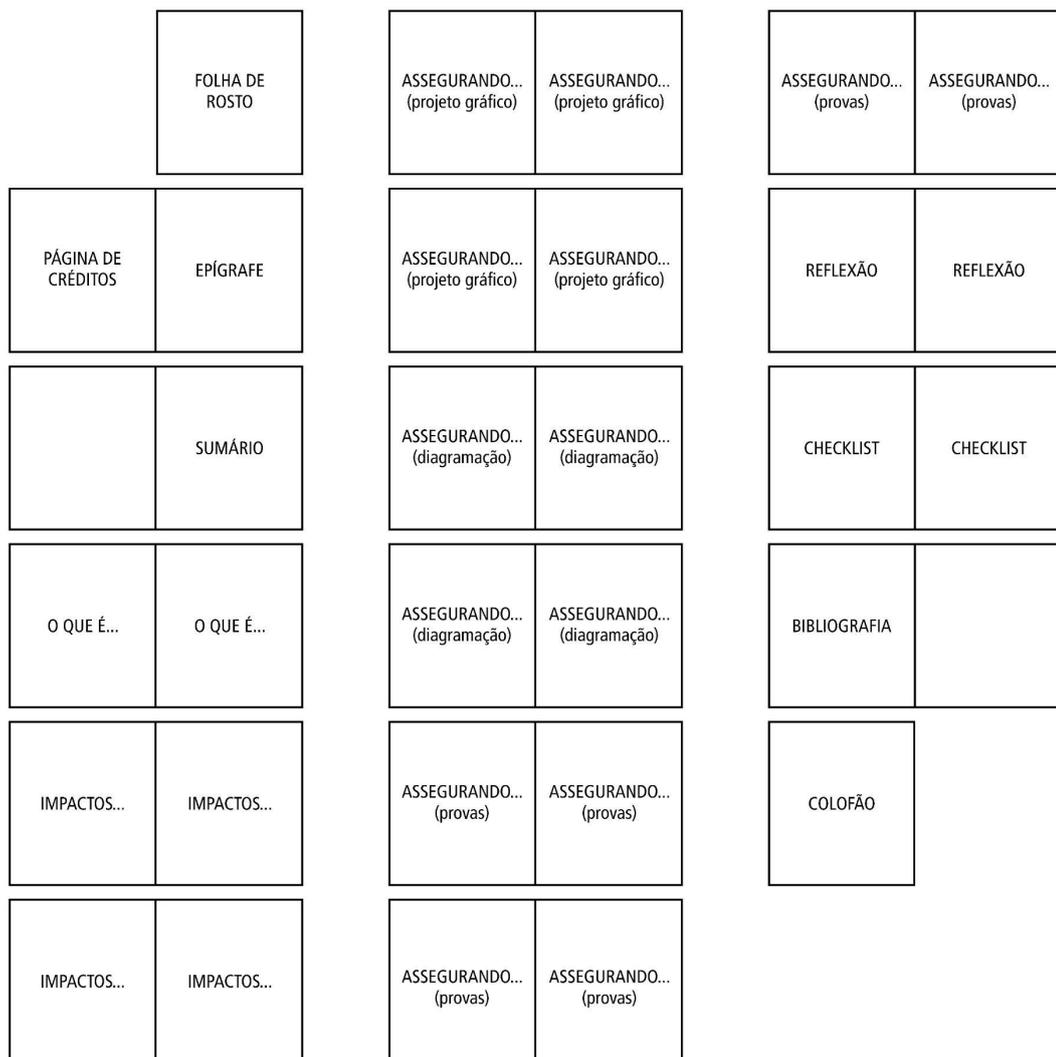


Fonte: a autora, 2023.

A partir do desenvolvimento das páginas-modelo, também foi elaborado um espelho de paginação do manual (Figura 14), utilizando alguns princípios de organização da estrutura do livro (ARAÚJO, 2008, p. 399) para prever a disposição do conteúdo e o número de páginas da edição. Dessa forma, além das seções planejadas, foram acrescentados ao espelho os seguintes elementos estruturais do livro: folha de rosto, página de créditos, epígrafe, sumário, bibliografia

e colofão. Chegou-se assim ao miolo de 32 páginas. Devido a este número, optou-se por não utilizar uma falsa folha de rosto na primeira página e por alocar os créditos na página 2 — em vez do posicionamento mais comum na página 4 destacado por Araújo —, para que a navegação até o início do conteúdo principal do manual não fique demasiadamente lenta com a presença de muitos elementos pré-textuais.

Figura 14: Projeto gráfico: espelho da publicação.

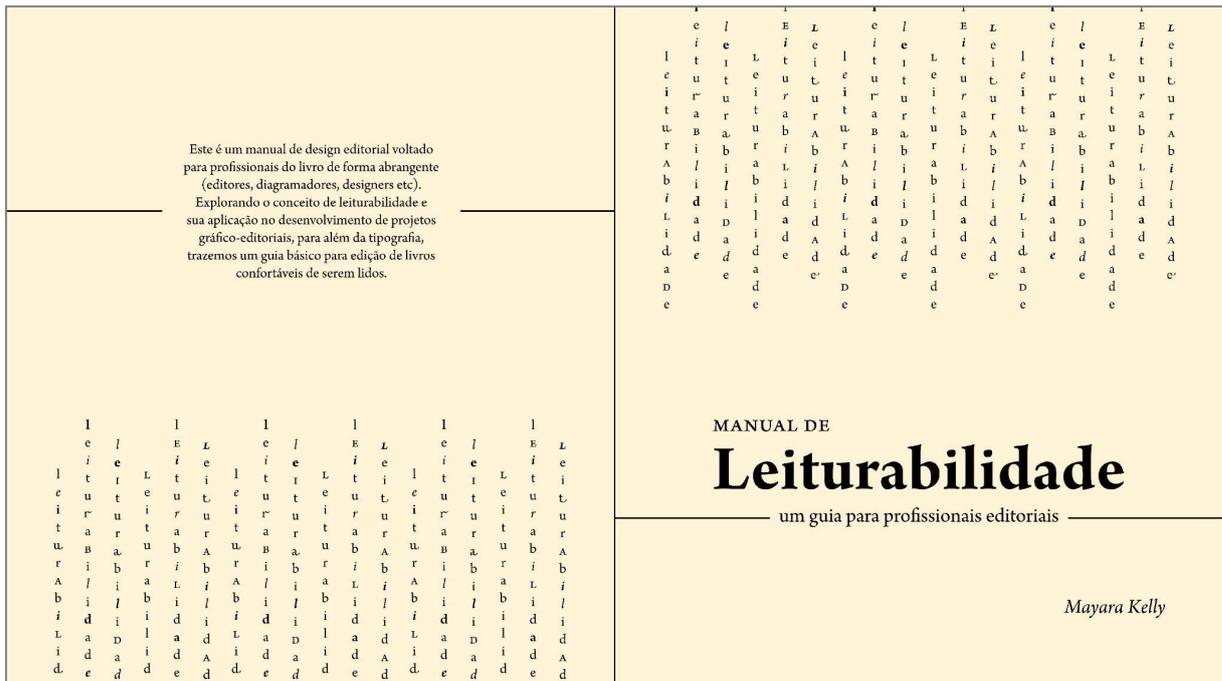


Fonte: a autora, 2023.

A capa do manual foi trabalhada seguindo as características tipográficas, o esquema de cores e os elementos de composição também escolhidos para o miolo. Não é intenção maior deste trabalho detalhar o processo de criação de capa, mas destacamos que buscou-se chegar em um resultado que valorizasse a tipografia e brincasse com a legibilidade de caracteres, dialogando com o tema abordado de forma simples e irônica. Utilizamos, para isso, uma

repetição da palavra “leiturabilidade” diagramada verticalmente, de maneira que os caracteres isolados tenham sua legibilidade em foco, enquanto o movimento vertical da página leva a atenção ao título. O plano de impressão do manual prevê uma encadernação em grampo canoa e, portanto, não houve necessidade de lombada na projeção da capa.

Figura 15: Projeto gráfico: arte da capa.



Fonte: a autora, 2023.

3.3. PRODUÇÃO

Uma das vantagens na produção deste manual é poder pessoalmente desempenhar os papéis de autora, editora, designer e diagramadora da publicação. Dessa forma, o controle sobre o conteúdo e os aspectos visuais do projeto se deu de maneira simultânea, permitindo que dilemas editoriais fossem facilmente ajustados e resolvidos sem prejuízo a qualquer etapa da produção do livro e principalmente à leiturabilidade do próprio manual.

Relata-se a seguir um breve resumo dos processos de produção do conteúdo e diagramação, tendo em vista que, por diversas vezes, as duas etapas se entrelaçaram. Pode-se dizer, então, que não só a diagramação foi pensada em favor do conteúdo — como tem-se defendido até aqui —, mas também o conteúdo foi pensado em favor do projeto gráfico e da diagramação. É importante destacar, no entanto, que tal dinâmica só consegue ser bem-sucedida porque o projeto gráfico já havia sido desenvolvido em favor do conteúdo previsto no planejamento. Conciliar produção textual e diagramação em outras circunstâncias,

principalmente se realizados por profissionais diferentes, pode acabar resultando em problemas de legibilidade.

3.3.1. NOTAS SOBRE A PRODUÇÃO DO CONTEÚDO E A DIAGRAMAÇÃO

Na folha de rosto, utilizou-se uma repetição estratégica de parte dos elementos da arte da capa e, nas páginas “em branco”, foi aplicado um fundo na mesma cor CMYK definida para as ilustrações. Como epígrafe do manual, escolheu-se uma citação de Robert Bringhurst que resume nossa proposta de mostrar de maneira simples os caminhos para desenvolver projetos que não prejudicam o texto. O autor faz referência ao que se espera idealmente do trabalho de tipógrafos, mas aplicamos a ideia ao conhecimento geral sobre o assunto que se faz necessário também no restante da cadeia do livro.

Na primeira seção, tendo como base a bibliografia consultada sobre legibilidade, definimos o conceito e o diferenciamos da “legibilidade”, apresentando também uma breve explicação do termo “tipografia” e a recomendação da adoção de seu sentido abrangente. Utilizou-se o recurso de grifar a menção ao termo no texto principal e elaborar a explicação em um box destacado. Em outro box, ilustramos o trecho “Nem tudo que é legível tem boa legibilidade” através de uma formatação diferenciada e propositalmente problemática do próprio texto, colocada em evidência com o intuito de causar estranhamento.

Na segunda seção, listou-se os efeitos dos principais aspectos do design editorial que afetam a legibilidade. Abordamos, então, de maneira geral: formato e mancha de texto; tipografia; *layout* e composição; e impresso. E, dentro de cada tópico, introduzimos algumas definições para o leitor criar familiaridade, como alguns dos aspectos da anatomia tipográfica.

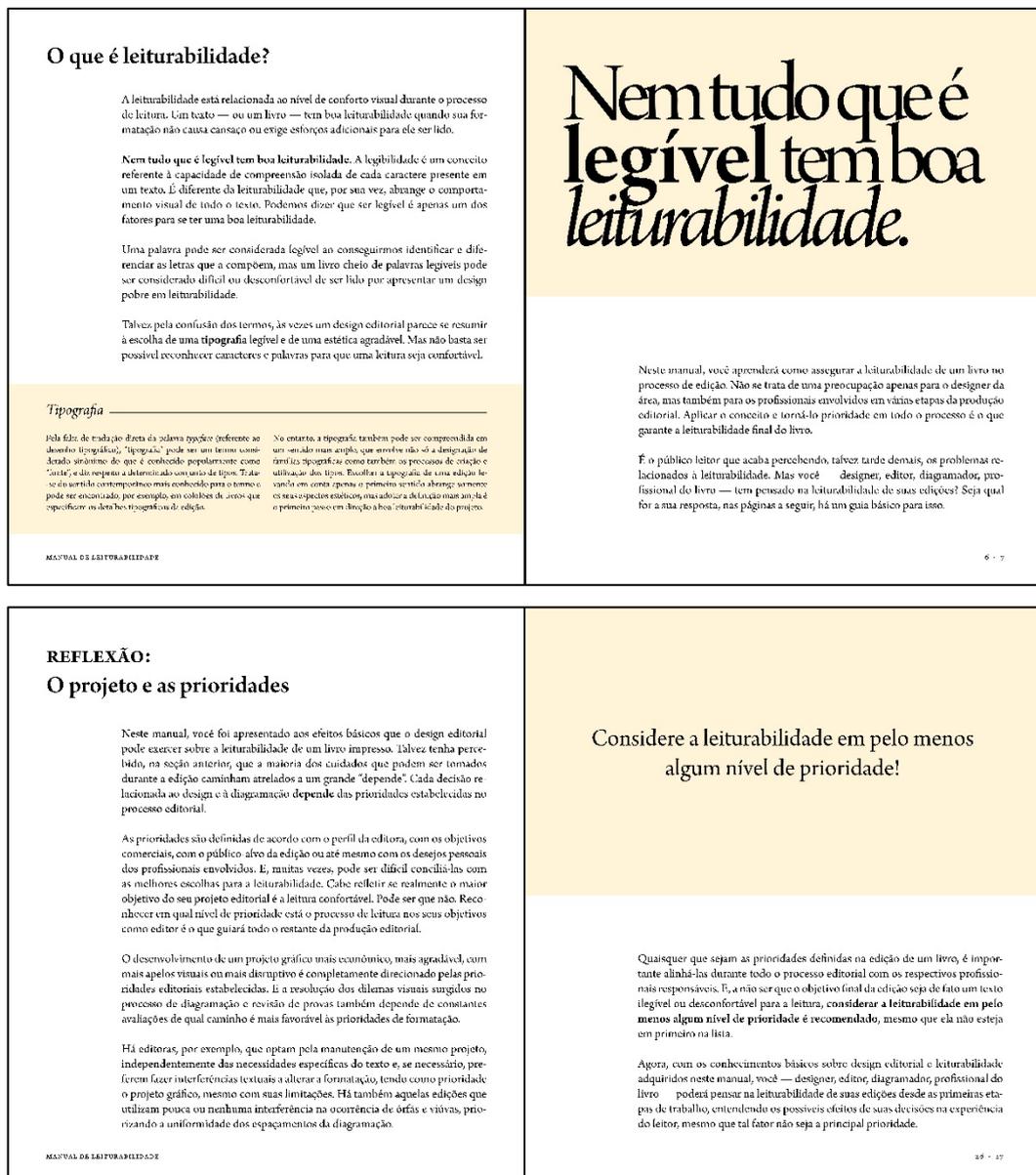
A terceira seção é aquela em que o conteúdo se mostra mais didático e exemplificado. Separada em três etapas, descrevemos cuidados que podem ser tomados pensando na legibilidade durante o desenvolvimento de projetos gráficos, na diagramação dos livros e no processo das provas diagramadas. Para a produção deste conteúdo, conciliamos conceitos e referências da bibliografia deste trabalho com uma vivência pessoal de mercado na função de diagramadora de livros. As dicas e orientações práticas tiveram como base as ferramentas características do programa mais utilizado em tais etapas: o Adobe InDesign. Sinalizamos no manual que ao compreender os problemas explorados, é possível aplicar as soluções propostas com outros programas, de acordo com as limitações de cada um.

Como ilustração do que é apresentado em cada parte, foram diagramados separadamente exemplos de páginas formatadas de acordo — ou em desacordo, no caso de

exemplos negativos — com as dicas relatadas. Os textos utilizados para os *layouts* fictícios foram retirados de autoras brasileiras em domínio público.

Na reflexão final, retomou-se um pouco do tom utilizado no texto da primeira seção, e também da diagramação dela. Instigamos a reflexão sobre prioridades no processo editorial e apresentou-se exemplos de como essa relação pode ser estabelecida. Além de, como destaque da página dupla, trazer um box de texto diferenciado, assim como no começo do manual, que traz um contraste de formatação, já que não apresenta os problemas propositalmente aplicados ao primeiro e, dessa forma, possui uma leitura muito mais “limpa” da frase evidenciada (ver Figura 16).

Figura 16: Comparação entre páginas duplas do manual.



Para o *checklist*, elaborou-se cada item trazendo de volta pontos importantes do conteúdo do manual. Fazemos com que o leitor lembre as dicas e conceitos aprendidos através de perguntas que podem ser aplicadas no processo editorial acerca de aspectos relacionados a: formato e margens; tipos e hierarquias; parágrafo e estilos; hifenização e alinhamento; controle dos ajustes manuais; paginação de provas e impressão. No entanto, deixamos claro no pequeno texto que introduz a atividade que não é preciso gabaritar o *checklist* e trata-se apenas de uma forma prática de reavaliar as prioridades de cada projeto.

Na bibliografia, indicou-se apenas as obras que contribuíram para o desenvolvimento do conteúdo específico do manual, não sendo necessário listar todos os autores referenciados neste trabalho.

3.3.2. FINALIZAÇÃO: CARACTERÍSTICAS DO ARQUIVO PRODUZIDO

O arquivo final do *Manual de leituraabilidade* foi gerado para impressão com as seguintes características:

- Número de páginas: 32.
- Formato: 20,5 x 23 cm (largura x altura).
- Sangria: 5 mm.
- Cores: CMYK (impressão 3/3: magenta, amarelo e preto).
- Informações para impressão: papel offset 90g/m², acabamento grampo canoa.

Para o arquivo adaptado para visualização que acompanha este trabalho, foram adicionadas ao miolo duas páginas iniciais com a arte da capa e o verso (segunda capa), e mais duas ao fim, com terceira e quarta capas, resultando em um documento PDF de 36 páginas sem marcas de impressão.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção deste manual não teve a pretensão de criar uma referência profunda e incontestável sobre design editorial, tipografia ou até mesmo sobre leiturabilidade. Buscou-se reunir, de maneira introdutória e instigante aos profissionais da área, elementos que formam um guia básico sobre o fator da leiturabilidade no design de livros. De certa forma, conclui-se esse objetivo.

É possível que, de maneira muito simples, manuais como este possam ajudar a resolver o desfalque bibliográfico sobre o tema da leiturabilidade para além da harmonia puramente estética, um desfalque que, na prática, é parte do que acaba gerando profissionais despreocupados e produtos editoriais cheios de problemas. Vale a reflexão de Paul Stiff (*apud* HENDEL, 2003, p. 30) acerca de que “os designers apenas precisam pensar menos em fazer o design de livro e mais em fazer o design para a leitura”. E a forma que este manual foi construído propicia tal linha de pensamento.

Observando o resultado final do arquivo produzido, considerou-se que é possível aproveitar o projeto gráfico e o modelo de estrutura criado para o *Manual de leiturabilidade* em outros pequenos manuais de design editorial, aprofundando separadamente os aspectos introduzidos neste primeiro ou até mesmo apresentando novos conceitos relevantes para a área editorial.

Além disso, quanto à pesquisa sobre leiturabilidade realizada para justificar este projeto, seria promissor investigar no mercado editorial brasileiro como, de fato, o design de livros acontece nas editoras de diferentes portes e como são estabelecidas as prioridades em relação à leitura no desenvolvimento das edições. Pode-se verificar, assim, o quanto manuais como este são necessários ou não no dia a dia da produção editorial no Brasil. Nesse contexto, também seria interessante testar a adoção do manual em tais ambientes editoriais, a fim de conferir os efeitos práticos do conteúdo reunido e possivelmente atualizá-lo de acordo com *feedbacks* dos próprios profissionais adotantes do manual

Por fim, conclui-se este trabalho com a satisfação de ter enfatizado a característica multidisciplinar da produção editorial, trabalhando conceitos do design sob a perspectiva da experiência de leitura e da edição de texto. Exatamente essa multidisciplinaridade que se mostra um fator de tanta importância em nossa formação. Deixo a reflexão de que é ela que nos molda editores completos, capazes de pensar nos impactos de cada interferência não só em uma etapa, mas em toda a produção do livro. E foi ela que possibilitou a conclusão de um projeto como este, que valoriza justamente a preocupação com o processo, com a edição e com a leitura.

REFERÊNCIAS

ADOBE. **Adobe Fonts**, © 2023. Arno. Disponível em: <https://fonts.adobe.com/fonts/arno>. Acesso em: 13 maio 2023.

ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lexicon, 2008.

BENTO, Sérgio Cabral. **O entre-lugar do livro de artista: A dialética morte-vida na fetichização do livro enquanto suporte**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DA ABRALIC, 11., 2008, São Paulo. Anais... São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: Do leitor ao navegador**. São Paulo: Editora Unesp e Imprensa Oficial, 1998.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FARIAS, Priscila. Legibilidade e tipografia. **Tupigrafia**, n. 3, p. 26-28, 2002.

FARIAS, Priscila. Semiótica e tipografia: Apontamentos para um modelo de análise. In: MORAES, Dijon de; DIAS, Regina A.; SALES, Rosemary B. C. (Org.). **Cadernos de Estudos Avançados em Design: Design e Semiótica**. Barbacena: EdUEMG, 2016, p. 45-56.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Design gráfico: Entre o invisível e o ilegível. In: **ANAIS DO 10º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**, 2001, Brasília. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2001. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2001/papers/design-grafico--entre-o-invisivel-e-o-ilegivel>. Acesso em: 23 set. 2022.

GRUTA DESIGN. **Participação da Juventude é um Direito — SEDUP**. Paraíba, 27 jan. 2020. Behance: @grutadesign. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/91314735/Participacao-da-Juventude-um-Direito-SEDUP>. Acesso em: 5 dez. 2022.

HASLAM, A. **O livro e o designer II: Como criar e produzir livros**. 2. ed. São Paulo: Rosari, 2010.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

LEFFA, Vilson J. **Aspectos da leitura**. Porto Alegre: Sagra DC Luzzatto, 1996.

LULHIER, Suélen; BANDEIRA, Ana da Rosa. Os graus de visibilidade no projeto gráfico de livros: um estudo possível. **Revista Poliedro**, Pelotas, v. 5, n. 7, p. 667-680, dez. 2021.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: Guia para designers, escritores, editores e estudantes**. 2ª edição. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

LUZ, Lucas. **Pequeno livro de dicas de diagramação**. Rio de Janeiro, 16 set. 2014. Issuu: @lucasluz9. Disponível em: https://issuu.com/lucasluz9/docs/pequeno_livro_de_dicas_de_diagrama_#:-:text=Este%20pequeno%20livro%20de%20dicas,com%20tipos%2C%20de%20Ellen%20Lupton. Acesso em: 18 fev. 2023.

MADUREIRA, Paula. **Cartilha (Projeto Mult + Multi) Fortalecimento da Marca**. Belo Horizonte, 16 set. 2022. Behance: @paula-madureira. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/152820977/Cartilha-%28Projeto-Mult-Multi%29-Fortalecimento-da-Marca>. Acesso em: 19 fev. 2023.

MYFONTS. **MyFonts Inc**, © 1999-2023. Arno Font. Disponível em: <https://www.myfonts.com/collections/arno-font-adobe?tab=familyPackages>. Acesso em: 31 maio 2023.

PERROTTA, Amanda. **Checklists**. São Paulo, 11 jan. 2023. Behance: @amandaperrotta. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/161087685/Checklists>. Acesso em: 19 fev. 2023.

PROJETO AGRESTINAS. **Agrestinas: Transformação social e econômica através do design**. 2022. Disponível em: <https://www.projetoagrestinas.com.br/>. Acesso em: 5 dez. 2022.

RIBEIRO, Ana Elisa. **O que é e o que não é um livro: Materialidades e processos editoriais**. Fórum Linguístico, Florianópolis, v. 9, n. 4, p. 333-341, out./dez. 2012.

SAMARA, Timothy. **Elementos do design: Guia de estilo gráfico**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SAMARA, Thimothy. **Grid, construção e desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

SAMARA, Timothy. **Guia de Design Editorial: Manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SOUSA, Miguel. **Guia de tipos: Método para uso das fontes de PC**. 2002. Dissertação (Mestrado em Tecnologia e Artes Gráficas) – Instituto Politécnico de Tomar, Fachhochschule Stuttgart, 2002.

STOLFI, Ariane. **A investigação da legibilidade**. 2002. Disponível em: <http://finetanks.com/referencia/investigacao.php>

TINKER, Miles A. **Legibility of Print**. Ames: Iowa State University Press, 1963.

TSCHICHOLD, Jan. **A forma do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

VIEIRA, Rosane Maria da Silva. **Um estudo sobre o design de livros para a terceira idade**. Dissertação (Mestrado em Design) — Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2011.

VILLAS-BOAS, André. **O que é e o que nunca foi design gráfico**. 5. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

VILLAS-BOAS, André. **Produção gráfica para designers**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

ZAPATERRA, Yolanda; CALDWELL, Cath. **Design Editorial**. São Paulo: G. Gilli, 2014.