

O design editorial em editora universitária pública: a prática da editora-escola EDUTFPR

Editorial design in a public university press: the practice of the school publisher EDUTFPR

LIU, Eunice; Doutora; Universidade Tecnológica Federal do Paraná

euniceliu@utfpr.edu.br

SALVARIO, Willian Batista; Mestrando; Universidade Tecnológica Federal do Paraná

wsalvario@gmail.com

SALES, Raquel; Graduanda; Universidade Tecnológica Federal do Paraná

raquelsales@alunos.utfpr.edu.br

PATURY, Guilherme; Graduando; Universidade Tecnológica Federal do Paraná

patury@alunos.utfpr.edu.br

O objeto deste artigo são os processos de design editorial na Editora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (EDUTFPR), praticadas em 2021, na qualidade de editora-escola, como um ambiente de formação suplementar e profissionalizante para estudantes de Comunicação Organizacional, Letras e Design. O processo de design editorial, constituído de 4 principais fases — Criação, Template, Diagramação e Produção —, propõe diretrizes para a execução de cada uma das etapas do fazer dos livros. O artigo documenta o processo de design e promove reflexão acerca da práxis do fazer editorial, assim como em relação ao papel do design em uma editora universitária pública, que possui lógicas próprias, por sua missão inerente de publicação e divulgação da produção científica, literária e artística da universidade. O resultado pode servir como guia e contribuir para práticas editoriais de modo geral.

Palavras-chave: design editorial; editora universitária; metodologia de design editorial; design público; EDUTFPR.

The object of this article is the editorial design processes at the Federal Technological University of Paraná Press (EDUTFPR), practiced in 2021, as a press-school, an environment for supplementary and professional education for students of Organizational Communication, Language and Design. The editorial design process, consisting of 4 main phases — Creation, Template, Layout and Production — proposes guidelines for the execution of each book making stage. The article documents the design process and promotes reflection on the practice of publishing, as well as on the role of design in a public university press, which has its own logic, due to its inherent mission of publishing and disseminating university's scientific, literary and artistic production. The result can serve as a guide and contribute to editorial practices in general.

Keywords: *editorial design; university press; editorial design methodology; public project; EDUTFPR.*

1 Contexto geral editora

O mundo das editoras universitárias não está alheio, de forma nenhuma, às profundas transformações que estão ocorrendo no campo da produção e circulação do livro. Ao contrário, numa região do mundo como a América Latina e o Caribe, onde o desenvolvimento editorial tem sido notoriamente desigual, onde os índices de leitura entre a população são sensivelmente baixos e onde existem imensas lacunas no que se refere às possibilidades de acesso ao livro e à leitura, a edição universitária é chamada a contribuir para preencher, em sua área de atuação, muitas dessas lacunas, como efetivamente o faz, em alguns países da região (DEAECTO; FILHO, 2017, p. 340).

A editora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (EDUTFPR) foi fundada em 2002 cumprindo meta de planejamento estratégico do CEFET-PR, sob a então presidência do diretor Éden Januário Netto, com o objetivo principal “editar, co-editar, divulgar e comercializar obras prioritariamente originais, das diversas áreas do saber, científicas, artísticas ou literárias, de relevância acadêmica — pesquisa, ensino e extensão — ou crítica, das comunidades interna e externa” (Política Editorial EDUTFPR, 2022)¹. Completa em 2022, vinte anos de existência, com mais de 130 publicações em seu catálogo, editadas sob avaliação de coordenadores que estiveram à frente do setor e do comitê ou conselho editorial, que atualmente possui representação de todas as áreas do conhecimento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), da classe de técnicos-administrativos, e adicionalmente da área de Educação, pelo caráter universitário da editora. Ao longo de sua história, editou periódicos, anais e livros, estabelecendo regimento próprio quando foi oficialmente implantada como Editora Cefet-PR, atuando em conjunto com o Parque Gráfico da unidade Curitiba, que executava o serviço internamente, além de produção externa terceirizada.

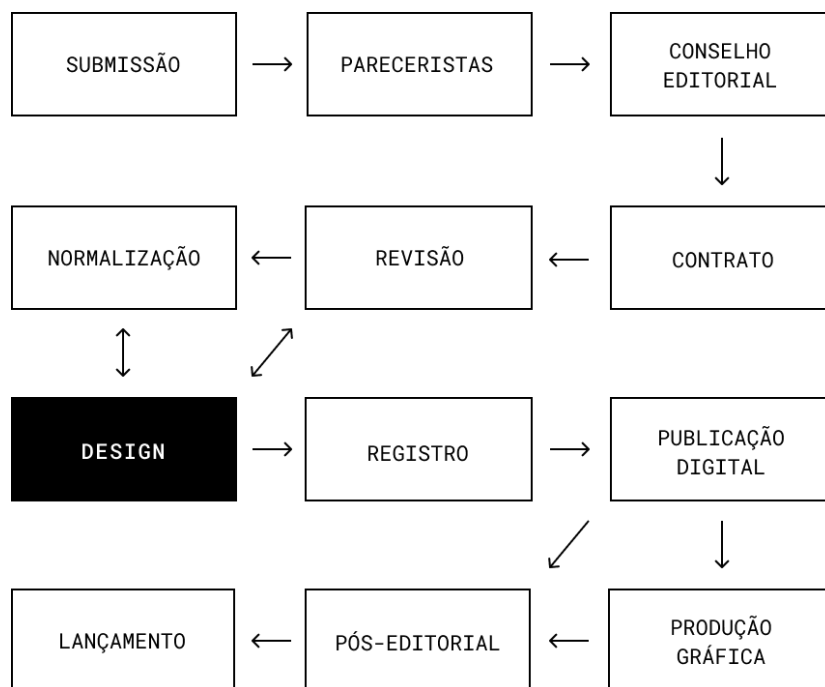
Aprovado em seu ano de fundação, conforme deliberação de 25 de Outubro de 2002, o Regimento da Editora lançou as bases do que seria estabelecido mais tarde como Regulamento da Universidade Tecnológica Federal do Paraná em 24 de setembro de 2010. Neste documento, estabeleceu-se a natureza e os objetivos da editora, a organização, as atribuições do conselho editorial, as condições para publicação, os recursos financeiros e as disposições. Em 11 de fevereiro de 2022, apresentado pelo Conselho Editorial da EDUTFPR ao Conselho Universitário da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), a EDUTFPR estabeleceu um marco importante de sua história, o lançamento de sua Política Editorial.

Percorridas duas décadas de história, atualmente a EDUTFPR se encontra em sua composição de equipe editorial mais complexa dos últimos anos, devido à restrição orçamentária das universidades federais públicas, ineditamente envolvendo estudantes bolsistas, estagiários e voluntários na equipe que compõe hoje o maior número já existente de participantes ativos no funcionamento da editora, além de um servidor, uma bibliotecária e uma técnica-administrativa permanentes. Com isso, estabelece um novo processo editorial interno de edição das publicações, sobre o qual discorre este artigo, cujo objetivo é relatar e refletir especificamente sobre as práticas editoriais de design e metodologias aplicadas para a produção de livros durante esse período.

¹Cf. UTFPR. **Política Editorial**. Disponível em: <https://portal.utfpr.edu.br/editora/politica-editorial>. Acesso em 14 mar. 2022.

Sob orientação da coordenação e comissão formada por docentes especialistas das áreas editoriais envolvidas na edição de livros – Comunicação Organizacional, Letras e Design –, a EDUTFPR opera como editora-escola, ao mesmo tempo que cumpre sua missão de edição de livros, estabelecendo um novo fluxo editorial interno durante o período pandêmico, em 2021, para inovação editorial, fazendo uso de ferramentas de gerenciamento de projetos, comunicação e edição dos livros e qualificando suplementarmente estudantes revisores, normalizadores e designers editoriais, em sua formação. Além de fomentar a experimentação de ferramentas, reflexão criativa e desenvolvimento de material educativo sobre o fazer editorial, publicando a produção científica, literária e artística da universidade. Este artigo se dedicará a discorrer especificamente sobre as fases da práxis de design editorial, parte do fluxo maior de publicação, conforme ilustra a Figura 1.

Figura 1 – Fluxo Editorial EDUTFPR.



Fonte: Os autores (2022).

A fase de design, no processo de desenvolvimento na editora-escola, é interativa e colaborativa, de co-criação², com decisões sendo tomadas coletivamente, em rodadas de discussão até que o grupo julgue as resoluções adequadas para o título, coleção e editora. Como editora universitária pública, algumas premissas foram fundamentais para todo projeto, como a padronização de formatos para processos de licitação de livros impressos baixo custo, para torná-los acessíveis, as escolhas tipográficas econômicas e, sem dúvida, excelência na qualidade editorial final à altura de uma editora universitária.

² Cf. Medium. **A Brief History of Co-Creation**. Disponível em: <https://medium.com/future-work-design/a-brief-history-of-co-creation-2e4d615189e8#:~:text=2000,article%20Co%2DOpting%20Customer%20Competence>. Acesso em 16 de Abril de 2022.

2 Processos e metodologias editoriais

O processo adotado pela EDUTFPR para as fases de design do fluxo editorial possui características próprias inerentes às demandas e especificidades da editora universitária pública, em seu contexto local e temporal. Para discorrer sobre esse processo, iniciaremos por realizar um paralelismo da metodologia desenhada pela EDUTFPR com as clássicas metodologias de *Design Thinking* e *Design Sprint*, apenas para reflexão sobre processos de criação.

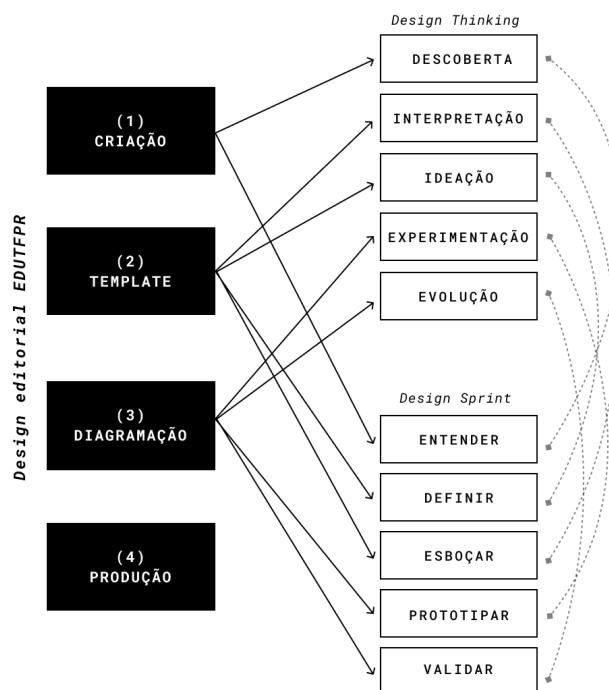
A primeira, o *Design Thinking*, é modelo de pensamento cujo termo foi cunhado, entre 2009 e 2010, pela empresa IDEO³ — empresa de consultoria em design a nível global, criada em 1991 —, referindo-se a um método irrompido do processo de design enquanto ação, cujo objetivo é gerar e aprimorar ideias. De acordo com a IDEO, em seu guia de *Design Thinking para educadores*, “é uma abordagem profundamente humana, que depende da habilidade de ser intuitivo” (IDEO, 2013, p. 15), a qual requer interpretação e observação, uma vez que sua base é centrada no ser humano, suas necessidades e motivações. Tal processo metodológico conta com 5 etapas, a fim de encontrar soluções criativas para desafios: Descoberta, Interpretação, Ideação, Experimentação e Evolução.

Por sua vez, a metodologia do *Design Sprint*, desenvolvida pela Google a partir de 2010, foi destinada, a princípio, para seus times internos, a partir da experimentação de métodos tradicionais de experiência de usuário (UX — *User Experience*). Suas inspirações são originárias da IDEO, do instituto estadunidense de design da Stanford d'School, da escola de estratégias de negócios e, até mesmo, de conceitos da psicologia. Possui como objetivo tanto expandir a prática do *design* enquanto liderança organizacional, quanto auxiliar na inter-relação e na sistematização de diferentes pensamentos entre grupos (GOOGLE, 2021). Trata-se de um modelo flexível, com uma extensa variedade de abordagens, prezando por respostas à resolução de problemas de modo ágil e rápido — em média, no prazo de 5 dias de desenvolvimento —, realizando tal desenvolvimento projetual nas 6 seguintes etapas: Entender, Definir, Esboçar, Decidir, Prototipar e Validar.

A metodologia do design editorial na EDUTFPR é composta pelas quatro seguintes fases: 1. Criação; 2. Template; 3. Diagramação; 4. Produção. As duas primeiras fases têm duração aproximada de 7 a 15 dias cada; já a diagramação varia em função da complexidade e extensão do conteúdo para edição e a última fase, de produção, em função do cronograma da gráfica. É importante ressaltar o caráter flexível entre as etapas de desenvolvimento, sendo o processo iterativo. O método serve, na editora, como um guia de diretrizes para a realização do projeto, podendo ser adaptado conforme a orientação crítica e criativa do designer, dadas as particularidades de cada projeto. Tal paralelismo entre os métodos pode ser visualizado no infográfico (Fig. 2) a seguir:

³ Cf. IDEO. **About**. Disponível em: <https://www.ideo.com/about>. Acesso em 14 mar. 2022.

Figura 2 – Infográfico comparativo entre as fases e métodos de design.

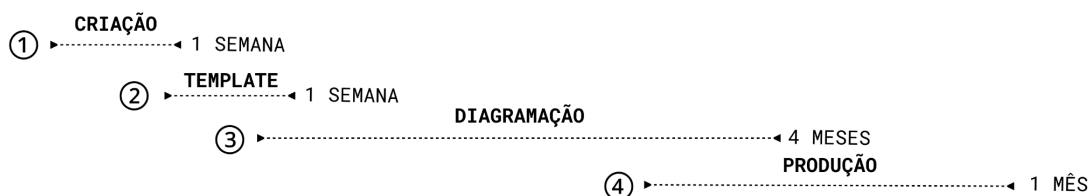


Fonte: Os autores (2022).

Ambas as metodologias de design propostas pela Google e IDEO, possuem uma lógica semelhante de desenvolvimento de projetos de design editorial e o paralelismo ilustra um panorama das fases projetuais em relação à produção de livros na editora, sendo que as nomenclaturas das fases não seguem necessariamente as tais metodologias citadas.

Cada fase pode ser considerada um momento distinto do projeto, contudo, na prática, podem ocorrer idas e vindas entre etapas, e o conteúdo pode demandar retomada ou extensão de uma ou mais etapas, servindo como trilhas para a realização do projeto gráfico editorial do livro. Os recortes temporais de duração das fases podem ser conhecidos pelo exemplo a seguir, variando conforme especificidades do projeto e dinâmica de interlocução com autores das obras (Fig. 3):

Figura 3 – Exemplo de recorte temporal na metodologia de Design Editorial EDUTFPR.



Fonte: Os autores (2022).

As fases orientam o desenvolvimento do projeto, definindo etapas pelas quais passam a maior parte dos livros editados pela EDUTFPR, com conteúdos de origem acadêmica, as quais necessitam ser cumpridas até a publicação, seja em versão digital ou impressa. São importantes também para a organização do fluxo interno na equipe editorial, que envolve

várias pessoas que trabalham concomitantemente em uma obra para o cumprimento dos prazos de cada fase. O Quadro 1 descreve resumidamente cada etapa contida em cada fase do processo de design editorial.

Quadro 1 – Metodologia editorial da EDUTFPR.

Fase/ Etapa	Nome	Descrição
1	Criação	
1.1 *	Familiarização	Leitura panorâmica do conteúdo e familiarização com os originais e área de conhecimento. Nesta etapa é desejável que o designer converse com o(s) autor(es)/organizador(es) para melhor compreensão da área, histórico de origem e expectativas. E também com revisor(es) e normalizador(es) do texto, para compreensão de linguagem, gênero, redação etc. Nesta etapa se dá a organização do espaço digital e arquivos referentes à obra.
1.2	Imersão	Leitura imersiva, com aprofundamento de entendimento, análise de conteúdo, sistematização quanto às estruturas textuais, visuais, narrativas e, bem como, de temáticas presentes na obra.
1.3 *	Referências	Elaboração de painel semântico (Fig. 5), contendo referências diversas: referência dos autores, inspirações visuais, artísticas, textuais, de áreas de correlatas diretas ou indiretas, dentre outras. O autor pode apresentar e indicar referências.
1.4	Conteúdo	Levantamento e listagem de estilos de conteúdo como por exemplo: abertura de capítulo, seção, título, subtítulo, legenda de figura, tabela, fotografia, nota de rodapé, sumário, índice remissivo e etc. Toda informação que caracterize uma tipologia de conteúdo expressivamente distinta na narrativa.
1.5	Imagens	Levantamento de imagens contidas nos originais, a fim de compreender elementos narrativos visuais para tratamento e elaboração de estilo de linguagem gráfica, de acordo com padrões definidos para o projeto editorial como um todo, integrando diagramação de texto e imagem harmoniosamente ao longo do projeto. Incluem-se: figuras, quadros, tabelas, imagens, ilustrações, fotografias, desenhos, esquemas, fluxogramas, gráficos, mapas, organogramas, plantas, retratos, dentre outros.
1.6	Conceituação/ Exploração	Definição da essência estilística, do projeto editorial, por meio de geração de esboços, proposições, ideias, avaliação de formatos, estilos, grids, composições, em conjunto com etapa de tipografia e concepção integral do livro como um objeto – considerando as qualidades do formato de mídia digital ou material.
1.7	Tipografia	Levantamento de opções de fontes adequadas para o tipo de conteúdo e área de publicação, que contenha todos os caracteres alfanuméricos e estilos suficientes para o projeto e hierarquias de conteúdo requeridas. As alternativas são visualizadas e comparadas por meio de aplicação de recortes da obra em template de folha de estilos com variados estilos de conteúdo-modelo (Figura 6).

1.8 *	Layout	Definição da estrutura-base da diagramação, formato, margens, grid, tamanho e estilo da mancha de texto, fontes e estilos de tipografia, estilos visuais e gráficos de conteúdo e imagem, elementos de página (assinatura, fôlio etc.), padrões e relações, assim como propriedades materiais do livro impresso (tipo de encadernação, capa, papel, impressão, acabamento etc). O autor aprova o layout.
2	Template	Geração do arquivo-base digital (Indd ⁴ /LaTeX ⁵) para a diagramação da obra, com estilos de caracteres e parágrafos, referentes a cada tipo de conteúdo, com especificação de ponto e estilo tipográfico, espaçamentos, tabulação, alinhamentos, hifenização, justificação, cor etc., a partir do conteúdo real para ajuste e fechamento de estilos, estimativa de páginas e especificações técnicas. Compatibilização dos estilos em arquivo de edição de texto ⁶ para importação no <i>software</i> de diagramação. Registro de ISBN e elaboração de ficha catalográfica na Câmara Brasileira do Livro (CBL) ⁷ .
3	Diagramação	Diagramação do conteúdo completo do texto, conforme estilos do template, importação de estilos de textos revisados e normalizados, imagens desenhadas e tratadas em resolução adequada para a publicação final. Inclusão de paratextos ⁸ – páginas pré e pós-textuais –, geração de sumário e infos de crédito e colofão. Nesta etapa são realizadas diversas leituras de provas a partir de <i>checklists</i> de conferência de design editorial (Fig. 9), para emendas, refinamentos e finalização da diagramação.
4 *	Produção	Fechamento de arquivos para impressão em gráfica, em alta resolução ou preservação digital em repositórios. Para livros físicos, impressão de provas de gráfica para conferência de resolução gráfica e composição das artes, bonecos com papéis e encadernação finais, conferência de acabamentos, orçamento, contrato e acompanhamento de impressão em gráfica. O autor aprova provas de gráfica.

* Etapas que envolvem o autor no processo.

Fonte: Os autores (2022).

2.1 Sobre as fases de design editorial

A fase 1, Criação, da metodologia editorial na EDUTFPR, conforme descrita no Quadro 1, contempla desde a etapa (1.1) Familiarização com o conteúdo até o desenvolvimento do (1.8) Layout. Ao longo dessas etapas nasce o conceito do projeto e também a definição da estrutura

⁴ Cf. ADOBE. **Software de design de layout e editoração eletrônica**. Disponível em: <https://www.adobe.com/br/products/indesign.html>. Acesso em 14 mar. 2022.

⁵ Cf. OVERLEAF. **Overleaf, Online LaTeX Editor**. Disponível em: <https://www.overleaf.com/>. Acesso em 14 mar. 2022.

⁶ Cf. MICROSOFT. **Microsoft Word**. Disponível em: <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/word>. Acesso em 14 mar. 2022.; GOOGLE. **Documentos Google**. Disponível em: <https://docs.google.com/>. Acesso em 10 abr. 2022.

⁷ Cf. CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO. **Agência Brasileira do ISBN**. Disponível em: <https://www.cbiservicos.org.br/isbn/>. Acesso em 10 abr. 2022.

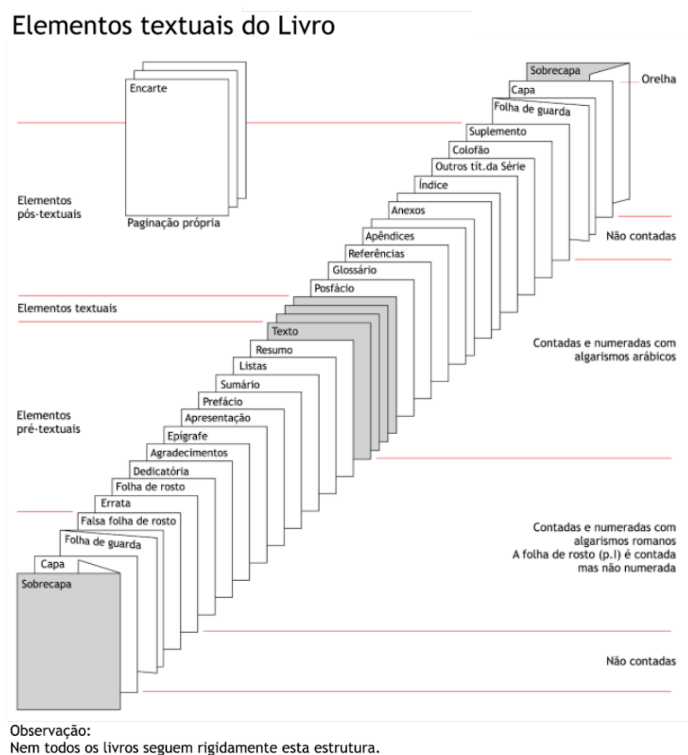
⁸ Gérard Genette cunhou o termo paratexto como “informações sobre o autor, notas da edição, glossário, bibliografia, prefácios, posfácios, notícias de apresentação, citações, referências existentes etc.”

base para a diagramação da obra. Nessa fase, é importante compreender o conteúdo e o contexto da publicação editorial em seus aspectos macro e micro. Sendo o macro, a adequação da estrutura padrão do livro (Fig. 4), considerando os elementos que o compõem como capa, e paratextos — páginas pré e pós-textuais. E o micro, que se refere à estruturação do conteúdo textual, quanto aos estilos, como título, subtítulo, legenda, notas de rodapé, citações diretas, dentre outros.

Cabe aos designers um olhar minucioso, explorador e reflexivo sobre como vincular as partes do livro, conteúdos, temas, elementos visuais e estilos em uma narrativa editorial, que comunique os conteúdos, adequando-os aos contextos das área de publicação e linhas editoriais da EDUTFPR. Para o desenvolvimento de um projeto, é importante que se evidencie a relação entre conteúdo da obra e seu design, tanto como concepção de visualidade dos conceitos quanto materialidade do livro.

Um planejamento visual-gráfico deve fazer com que uma dada informação se comunique da maneira mais clara possível e eficaz possível. Chamamos aqui de projeto gráfico a transformação de ideias e conceitos em forma de ordem estrutural e visual. [...] o livro universitário deve se esmerar ainda mais em sua qualidade editorial e gráfica, facilitando o acesso do leitor – objetivo principal de qualquer edição, e essencial para uma publicação acadêmica. É preciso que o planejamento gráfico faça com que determinada informação se comunique da maneira mais clara e eficaz possível com o leitor (FILHO; ROLLEMBERG, 2001, p. 91-92).

Figura 4 – Estrutura de um livro.

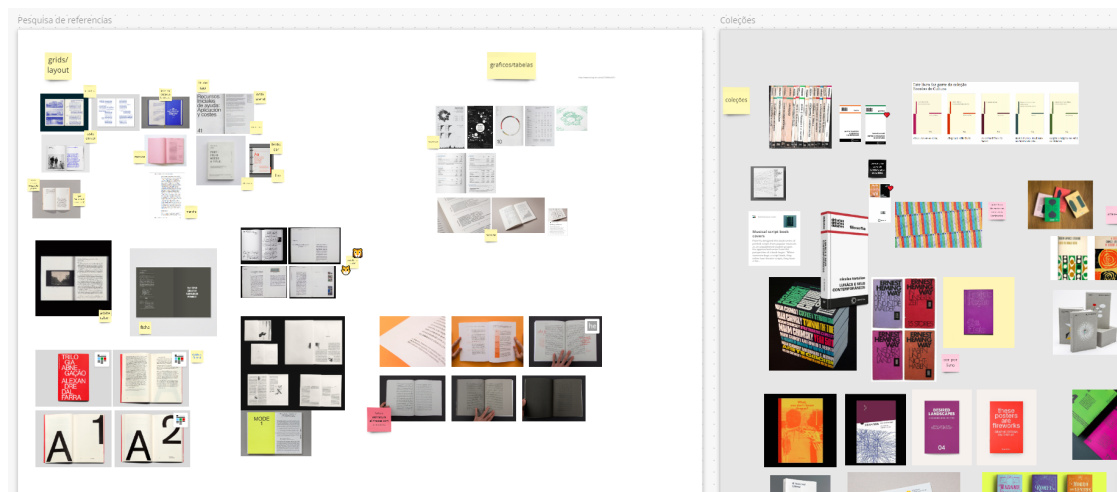


Fonte: FONTOURA (2007).

Como produtores de sentido, ao produzir signos⁹, por meio de projetos editoriais, há um fazer pautado pela harmonia entre as linguagem e conteúdo presente em cada temática dos originais textuais escritos pelos autores. Trata-se de um processo exploratório de cada obra em questão, construindo projetos editoriais de livros de modo a relacionar sentidos, linguagens e representações. Os designers têm como objetivo assegurar tanto a comunicação quanto o sentido proposto pelo conteúdo aos intérpretes ou interlocutores — os leitores propriamente — de cada livro, uma vez que esse é o imprescindível papel do bom projeto editorial, a comunicação e transmissão da informação com excelência editorial.

Para compreensão do conteúdo e da obra, conforme a etapa de Referências (1.3), é realizada a elaboração de um painel semântico ilustrado, com a finalidade de fomentar o processo criativo. Em algumas etapas, como essa, por exemplo, ocorrem interações entre toda a equipe de design para tomada de decisões conjuntas, com arquivos sendo compartilhados em plataforma online de painéis digitais e colaborativos, conforme ilustra a Figura 5.

Figura 5 – Painel de referências visuais (Miro®)¹⁰.



Fonte: EDUTFPR (2022).

A escolha da tipografia, dos pesos e tamanhos, das margens, da entrelinha, dos espaçamentos, da linguagem das figuras, de espaços cheios e vazios, do formato, da capa, do papel, da tinta, do material, dentre outras decisões de projeto, é experimentada em folha de estilos (Fig. 6), para avaliação e decisões de projeto. É importante ressaltar que a editora, sendo universitária e pública, possui uma função distinta de qualquer outra editora comercial, fato determinante de todas as escolhas do design. Para citar um exemplo, todas as publicações da EDUTFPR, conforme sua política editorial, têm versão digital com licença Creative Commons Atribuição-Nãocomercial 4.0 Internacional, disponíveis gratuitamente para distribuição

⁹ O exercício criativo dos designers se atrela a um processo mental e relacional de produção de sentidos. Em razão disso, implica um paralelo ao processo de significação, presente nas teorias semióticas, isto é, um dinâmica mediante o conceito de “semiose” (PEIRCE, 2005; GREIMAS & COURTÉS, 1979, p. 408), bem como de “tradução intersemiótica” (PLAZA, 2001, p. 18) — ou tradução de linguagens, a qual é a interpretação dos signos de um sistema sógnico a outro, por exemplo, do verbal ao não-verbal (visual, sonoro, híbrido, dentre outros).

¹⁰ Cf. MIRO. **Uma plataforma de lousa e colaboração visual para trabalho em equipe**. Disponível em: <https://miro.com/>. Acesso em 10 abr. 2022.

universal no repositório institucional¹¹ da universidade, o que parametriza as escolhas de tipografias, que devem ser de origem gratuita ou licenciadas (Adobe®)¹² e que permitam uso para publicação em projetos de design, pdf e comercial, para o caso de obras comercializáveis.

Tipografia é escrita que é editorada, moldada, emendada e destinada a reproduzir-se por meios artificiais; e a própria escrita é uma espécie de banco genético para ideias. Contida dentro das escolas, a tipografia é um meio de produzir frutos – de mentes e vidas selecionadas – em outras mentes e vidas. Solta no mundo, é um vetor incontrolável, como o mosquito portador da malária, capaz de espalhar ideias tão indiscriminadamente como se fossem vírus ou germes. As possibilidades de seus usos são potentes e inumeráveis (BRINGHURST, 2007, p. 11).

É pela tipografia, que se documenta conteúdos que carregam conhecimento, que por sua vez, formam mentes e vida, sociedades. Bringhurst (2005, p. 26-27) defende que a tarefa fundamental de um tipógrafo — também aplicável a designers —, é de interpretação e comunicação do texto, afirmando que "seu tom, seu andamento, sua estrutura lógica determinam as possibilidades de sua forma tipográfica". O autor conclui que, dada às diferentes características de cada projeto, "[...] a primeira tarefa do tipógrafo é ler e entender o texto; a segunda é analisá-lo e mapeá-lo. Só então a interpretação tipográfica pode começar". No âmbito do design, com a adoção das linguagens múltiplas, na união do verbal com o não-verbal, é também valioso atentar-se àquilo que o autor considera como "real relação" entre o que há de visual (como fotografias, imagens, tabelas e afins) e o que há de verbal (texto) (BRINGHURST, 2005, p. 28).

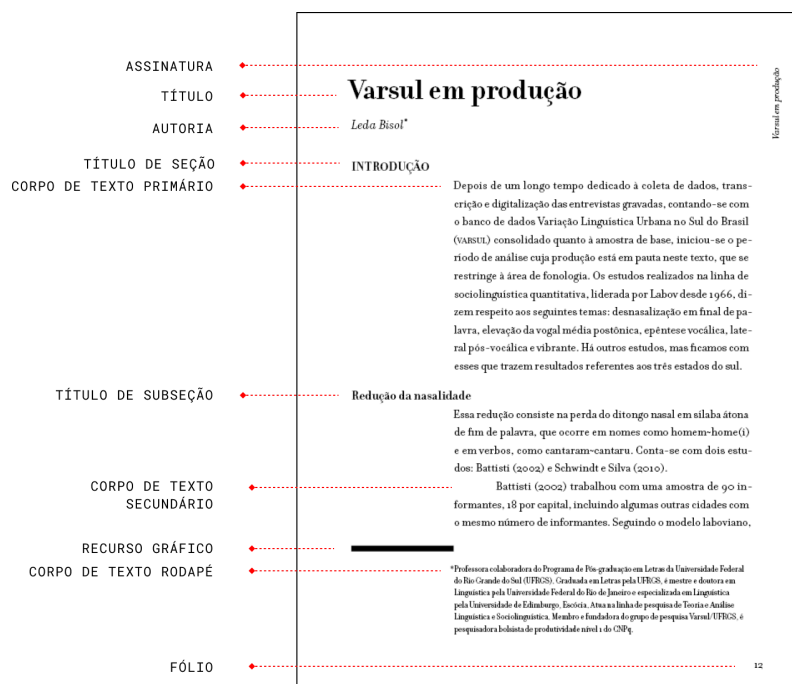
É pertinente sempre considerar na produção dos projetos editoriais a consistência e a coerência das linguagens ali dispostas. Com base em Filho e Rollemberg, orienta-se o projeto mediante a noção de unidade, conforme relato a seguir:

[...] o projeto gráfico deve ser consistente em todas as suas partes, incluindo a capa e as páginas pré-textuais. As páginas restantes devem ser concebidas segundo essa unidade de criação, de tal forma que a tipologia, o corpo, o entrelinhamento, as áreas impressas e os espaços brancos correspondam a uma unidade (FILHO; ROLLEMBERG, 2001, p. 92).

¹¹ Cf. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. **Repositório Institucional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (RIUT)**. Disponível em: <http://riut.utfpr.edu.br>. Acesso em: 28 mar. 2022.

¹² Cf. ADOBE. **Soluções de criação, marketing e de gerenciamento de documentos**. Disponível em: <https://www.adobe.com/br/>. Acesso em 10 abr. 2022.

Figura 6 – Folha de estilos.



Fonte: Os autores (2022).

Já as imagens constituem, em obras ilustradas, outra parte importante da narrativa, podendo, em conteúdos acadêmicos, ser linguagem que integra e comunica o próprio saber científico em diálogo com o texto. Para comunicar de modo consistente tal conteúdo em uma narrativa visual composta de textos e imagens, estas últimas passam por padronização gráfica, redesenho, definição de traços, cores e texturas visuais, para conferir unidade e identidade editorial à publicação.

Entre as fases 1 e 2, todas as definições criativas se materializam na preparação do *template* de diagramação, o arquivo-base digital para edição completa da obra, onde estilos de conteúdo textual já têm a sua forma estabelecida e as imagens ainda podem compor e definir o *layout* ao longo da narrativa, página a página. Quanto melhor definidos os estilos para os conteúdos textuais, de modo mais eficiente pode ocorrer a importação dos estilos do texto em arquivo formato *docx* (Microsoft) para a substituição no *template* no *software* de diagramação que ocorrerá na sequência, *indd* ou *tex* (Indesign ou LaTeX). Acontecem, no ciclo entre essas fases, importantes definições de parâmetros de relação, como por exemplo espaçamento entre textos e imagens, a relação de manchas em páginas duplas de obras impressas, soluções de aberturas, quebra de páginas, *layout* de paratextos, dentre outras.

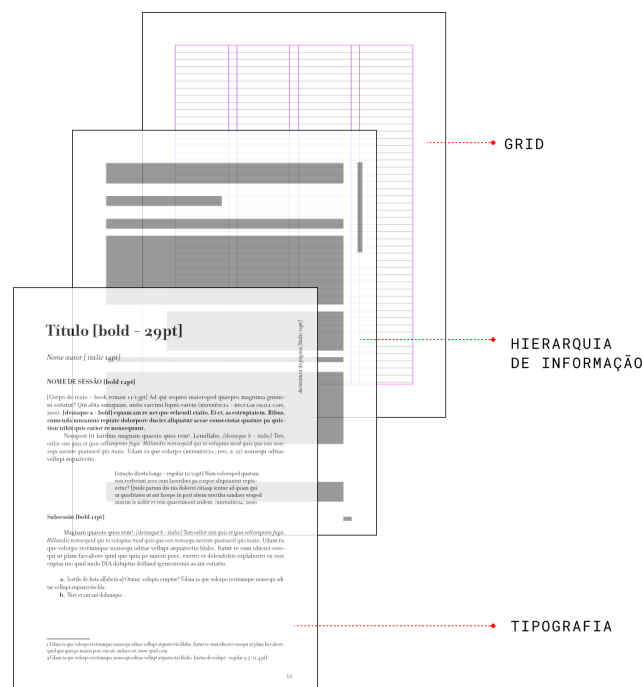
Ainda nesta etapa, a consolidação de um *grid* muito auxilia a parametrizar a organização entre os elementos. Como observam Caldwell e Zappaterra (2014, p. 155) os *grids*, “as grades são conjuntos invisíveis de diretrizes, ou sistemas de ordem, que ajudam o designer a determinar a colocação e o uso do texto, imagens e outros elementos de design”. Ainda conforme Samara:

Um *grid* consiste num conjunto específico de relações de alinhamento que funcionam como guias para a distribuição dos elementos num formato. Todo *grid* possui as mesmas partes básicas, por mais complexo que seja. Cada parte desempenha uma função específica; as partes podem ser combinadas segundo a necessidade,

ou omitidas da estrutura geral a critério do designer, conforme elas atendem ou não as exigências informativas do conteúdo (SAMARA, 2007, p. 24).

O *grid* facilita a edição de conteúdos editoriais longos, permitindo estruturá-lo com agilidade e flexibilidade a partir da definição de diretrizes visuais de estilos, ordenadas sobre estrutura invisível de base, que uma vez definida, estrutura a sequência de *layout* das páginas, na publicação (Fig. 7). Um bom *grid*, contribui para a articulação entre textos e imagens, permitindo sua organização de forma clara e consistente, demarcando os limites e distância entre o conteúdo e a borda da página, definindo assim a mancha gráfica no *layout*. Geralmente, um *grid* é composto por um conjunto específico de relações de alinhamento (SAMARA, 2011) como linhas horizontais e colunas verticais, sendo essas definidas em conjunto com a linha de base para as entrelinhas do texto, que associadas a uma boa definição de estilos tipográficos, conferem leitura¹³ ao texto.

Figura 7 – *Grid* estrutural.



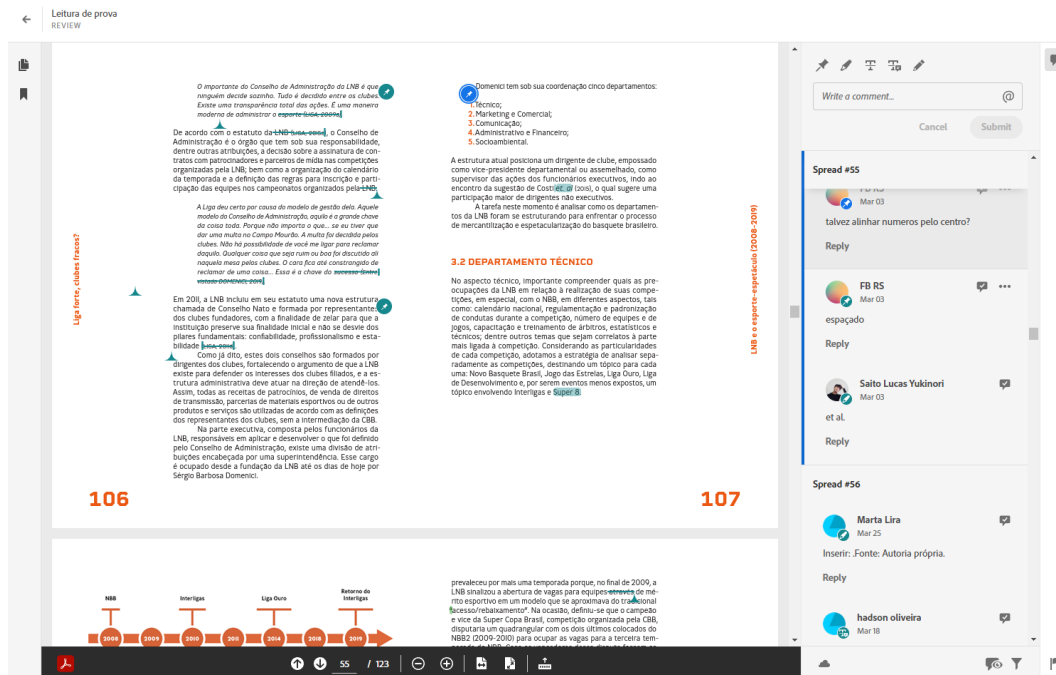
Fonte: Os autores (2022).

Na fase 3, de Diagramação, ocorre a diagramação completa do livro, conforme estilos gerados em template, é nesta fase ainda em que são realizados os procedimentos de controle de qualidade ou validação, chamadas de 'Leituras de provas' no processo editorial, podem

¹³ Sobre o termo leitura¹³ relacionado no âmbito do design, de acordo com Walter Tracy “Em tipografia podemos dar à palavra um significado localizado, logo: se as colunas de um jornal ou revista, ou as páginas de um livro podem ser lidas por muitos minutos sem dificuldade, então podemos dizer que a letra é de boa leitura¹³.” (TRACY, 1986, p. 31, tradução nossa). Original: “In typography we can give the word a localised meaning, thus: if the columns of a newspaper or magazine or the pages of a book can be read for many minutes at a time without strain or difficulty, then we can say the type has good readability.”

ocorrer em formato digital ou impresso (Fig. 8). É quando equipes de texto e design, apontam erros e melhorias, tendo em vista elevar o padrão de qualidade da edição final, segundo *checklists* de verificação textuais, ABNT e de parâmetros de design, explorando os limites entre os padrões normativos e de composição criativa, para melhor comunicar visualmente o conteúdo.

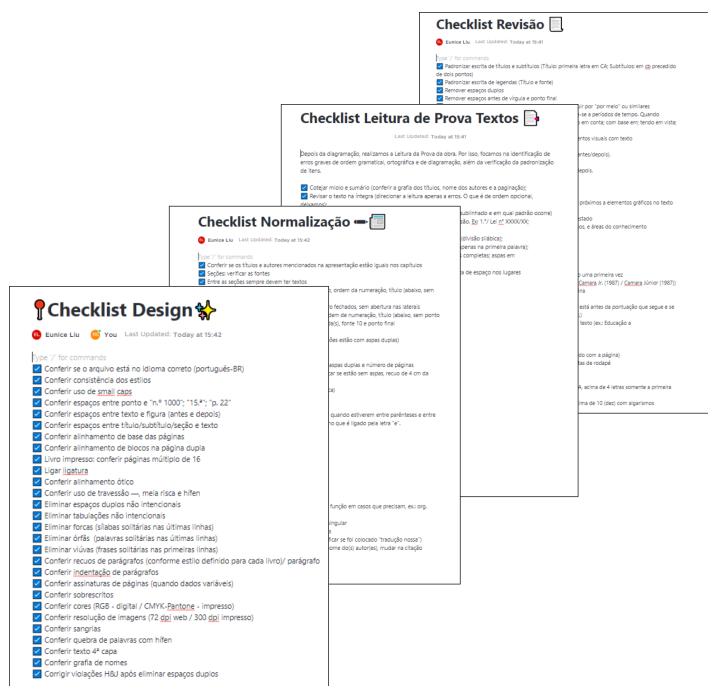
Figura 8 – Leitura de prova



Fonte: EDUTFPR (2022).

O *checklist* do design inclui verificações como: consistência de estilos; uso correto de espaços; alinhamento de página; uso de ligaturas; alinhamento óptico; eliminação de forcas, órfãs e viúvas; assinaturas; quebras de páginas; violações de hifenização de justificação, dentre outros. Nesta fase é possível estimar com maior precisão o prazo para conclusão da obra. Designers e revisores de texto, realizam anotações de emendas ao longo das páginas da obra diagramada, em arquivo digital online, formato PDF. Os *checklists* de texto conferem padrões normativos conforme a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), para assegurar qualidade editorial. Etapas finais envolvem ciclos de conferências e refinamentos até os fechamentos de arquivos para impressão. Tais processos se encontram ilustrados conforme mostra Figura 9 abaixo.

Figura 9 – Checklists.



Fonte: EDUTFPR (2022).

Quanto à fase final, de produção dos livros, apesar de ser a última da sequência temporal, é na verdade o ponto de partida para a editora universitária pública EDUTFPR, na qual os formatos dos livros são definidos previamente, como um cardápio de formatos, papéis, capas e cadernos, especificados para processos de licitação de contratação gráfica, atendendo aos princípios de eficiência e economicidade na gestão pública¹⁴, conforme o quadro 2.

¹⁴ “A economicidade é definida como a minimização dos custos dos insumos utilizados na consecução de uma atividade, sem comprometimento dos padrões de qualidade. A eficiência, especificamente, está relacionada à adequação da relação entre os produtos (bens e serviços) gerados por uma atividade e os custos dos insumos utilizados para tanto. Essa relação de custo por produto gera um preço unitário que pode ser comparado com preços de produtos similares para a verificação do grau da eficiência. Observe-se, ainda, que a eficiência reflete, como ingrediente seu, a economicidade.” (FARRADAES, 2019, p. 10)

Quadro 2 – Especificações técnicas para licitações.

Formatos	16 x 23 cm; 18 x 24 cm; 21 x 21 cm; 21 x 27,5 cm
Impressão	1x1 CMYK ou Pantone ¹⁵ , 4x4 CMYK
Papéis Capa	Capa cartão triplex 300 /m2; couché 150 g/m2 laminado cartonado dura
Encadernação	Costura e cola PUR; cola PUR até 128 páginas (não capa dura)
Cadernos	4 lâminas (cadernos de 16 páginas); Couchê brilho com verniz IR 150 g/m2 Pólen 90 g/m2, Offset 90 g/m2
Páginas	48, 72, 96, 128, 144, 160, 192, 224, 288 (lombada quadrada - mínimo 48 págs)

Fonte: EDUTFPR (2021)¹⁶.

Nesse contexto pode ser observado como um desafio do design editorial a relação entre o estabelecimento de padrões – por questões de economicidade, produção gráfica, processos públicos de contratação e sustentabilidade –, cumprimento das normas – ABNT para livros e conteúdos acadêmicos – e a liberdade criativa do design, em sua expressão gráfica, compositiva visual e até mesmo material. A adequação aos parâmetros visa comunicar melhor visualmente e facilitar a leitura e aproximação às pesquisas acadêmicas.

[...] Pesquisas acadêmicas, livros didáticos, livro de receitas e outras obras de não-ficção raramente são homogêneas assim; muitas vezes, aparecem recobertos por títulos de capítulos, seções, subtítulos, blocos de citações, notas de rodapé, notas finais, listas e exemplos ilustrativos. Tais características podem permanecer obscuras no manuscrito, mesmo que estejam claras na mente do autor. Em respeito ao leitor, elas requerem identidade e forma tipográfica próprias. Cada uma das camadas e cada um dos níveis do texto devem ser consistentes, distintos, e ainda assim (em geral) harmônicos em sua forma. [...] Faça com que a relação visual entre texto e seus outros elementos (fotografias, legendas, tabelas, diagramas, notas) seja um reflexo de sua real relação (BRINGHURST, 2005, p. 27-28).

Distintamente de edição de longas narrativas de textos literários, formados predominantemente por textos, conteúdos acadêmicos requerem comunicar tipologias variadas de conteúdos que necessitam estar visualmente relacionados harmonicamente. O método guia o fazer criativo de modo a facilitar a edição de conteúdos longos e complexos, mas ao mesmo tempo procura permitir o desenvolvimento criativo do projeto que melhor

¹⁵ Cf. PANTONE. **Pantone — Referência mundial em controle e especificação de cores**. Acesso em: <https://www.pantone.com.br/>. Disponível em 10 abr. 2022.

¹⁶ Cf. BRASIL. Ministério da Economia. **Pregão Eletrônico Nº 00003/2022**. Ministério da Economia, Brasília, DF, 2022. Disponível em: <http://www.comprasnet.gov.br/aceso.asp?url=/edital-153019-5-00003-2022>. Acesso em 11 abr. 2022.

traduz o conteúdo comunicado, aproximando-o até o leitor, quando enfim, o livro cumpre o seu papel.

3 Reflexões finais

A prática de fazer livros em uma editora de universidade pública é uma particularidade no âmbito editorial, pois se difere da lógica de mercado aplicada às editoras comerciais, cuja existência é também necessariamente atrelada à venda de livros, enquanto a missão da outra é, financiada por recurso público, principalmente orientada à publicação e divulgação da produção acadêmica, atentando a um padrão editorial crítico de conteúdo, originários do tripé missionário da universidade – do ensino, da pesquisa e da extensão –, tendo em vista o alcance de pesquisadores(as) e da comunidade em geral, como ressalta Franchetti:

[...] o que distingue uma boa editora universitária de uma editora de mercado é que o argumento decisivo para a publicação de uma obra não é o retorno financeiro, mas sim o acadêmico, ou seja, o impacto da obra na consolidação, na expansão ou no aprimoramento de um determinado campo do saber (FRANCHETTI, 2017, p. 41).

A universidade, do latim *universitas magistrorum et scholarium*, formada por todos os que ensinam e aprendem, possui a missão de ensinar e continuar a aprender, e também documentar tal conhecimento para futuras gerações, sendo esse o papel do livro, onde são preservados o patrimônio intelectual da universidade. Investir em editoras universitárias é investir no futuro, “o livro de hoje prepara as mudanças de amanhã” (DEAECTO; FILHO, 2017, p. 25). É necessário também, em um sentido mais amplo, levar esse conhecimento para fora dos muros da universidade, para promover a leitura, a educação e o intercâmbio de saberes.

Com isso, a política da EDUTFPR, tem proporcionado o intercâmbio bibliográfico, construindo e compartilhando, de forma ampla, aberta e gratuita (livros em suas versões digitais) e impressas (comercializadas), o conhecimento com toda a sociedade. Ainda, conforme Deaecto e Filho,

Vale dizer que nos tempos atuais ela [editora universitária] se apresenta como força mobilizadora, à medida que coloca em xeque não apenas as editoras, mas a própria razão de existência das universidades, ou pelo menos de um modelo universitário pautado pela tradição científica, pelo diálogo salutar e criativo entre seus pares e, se não for pedir muito, que se apresente como um componente de vanguarda nos âmbitos social, político e, porque não dizer, econômico (DEAECTO; FILHO, 2017, p. 15).

Nesse sentido, o design exerce importante papel como veículo de difusão da produção científica, literária e artística, de aproximação do leitor com o conteúdo acadêmico, tornando-o inteligível e facilitando o acesso ao conhecimento, por meio de soluções editoriais de edições e coleções, e projetos editoriais que dão forma e materialidade ao conteúdo com legibilidade e leiturabilidade. O design editorial, conforme Caldwell e Zappaterra (2014, p. 10),

Cumprir diferentes funções, tais como dar expressão e personalidade ao conteúdo, atrair e manter leitores, e estruturar o material de forma clara. Essas funções têm de conviver e trabalhar juntas de forma coesa para configurar algo que seja agradável, útil ou informativo [...].

Dada a tal materialidade de projetos acadêmicos no âmbito editorial, a importância de um olhar atento aos processos de design no fluxo editorial é imprescindível para uma boa execução da materialização de originais dos autores. A equipe precisa atentar-se às etapas de todo o fluxo editorial — da Submissão à Produção propriamente —, o que é em si um projeto de processo, cuja missão é entregar um serviço de edição de livros, com excelência e à altura de uma editora universitária com padrões elevados de qualidade.

O processo apresentado neste artigo pode servir como guia para a elaboração de projetos editoriais para outras editoras universitárias públicas, ou até mesmo contribuir de modo geral para práticas editoriais, podendo se desdobrar e aprimorar de acordo com os contextos, refazendo-se e refletindo sobre o papel da área:

A universidade é produtora de bens culturais socialmente significativos, e a editora universitária é uma ferramenta que contribui para esse trabalho. [...] A pertinência da intervenção da universidade no campo editorial é dada pelo sentido ou direção dessa intervenção. [...] o conceito de inovação é próprio da tarefa da universidade e supõe um conceito de inovação editorial como próprio da editora universitária [...] em concordância com a filosofia da universidade (DEAECTO; FILHO, 2017, p. 332).

Ao contribuir com o processo de registro da história e prospecção do futuro, educando pessoas, tendo a consciência de que “uma vez publicados, os livros não encontram barreiras. Os livros são para o mundo.” (DEAECTO; FILHO, 2017, p. 19).

4 Referências

- BRINGHURST, R. **Elementos do estilo tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- BRINGHURST, R. Introdução. In: TSCHICHOLD, J. **A forma do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007, 224 p.
- CALDWELL, C.; ZAPPATERRA, Y. **Design Editorial: Jornais e Revistas / Mídias Impressas e Digitais**. 1 ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.
- DEAECTO, M. M.; FILHO, P. M. (org.). **Livros e Universidades**. São Paulo, Com-Arte, 2017, 392 p.
- FARRADAES, A. G. Tribunal de Contas da União. **Uma síntese da importância dos indicadores para a avaliação da gestão pública**. Tribunal de Contas da União: Coletânea de Pós-Graduação, Brasília, DF, v.2 n.1, 2019. Disponível em: <https://portal.tcu.gov.br/biblioteca-digital/uma-sintese-da-importancia-dos-indicadores-para-a-avaliacao-da-gestao-publica.htm#:~:text=Esta%20monografia%20tem%20como%20objetivo,d a%20base%20metodol%C3%B3gica%20sobre%20o>. Acesso em: 4 abr. 2022.
- FILHO, P. M.; ROLLEMBERG, M. **Edusp – um projeto editorial**. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- FONTOURA, A. M. **O Livro**. Curitiba: Gramofone, 2007.
- FRANCHETTI, P. Editoras universitárias, até quando? In: DEAECTO, M. M.; FILHO, P. M. (org.). **Livros e Universidades**. São Paulo, Com-Arte, 2017, 392 p.
- GOOGLE. **Share and Engage with the Design Sprint Community**. Design Sprint Kit: 2021. Disponível em: <https://designsprintkit.withgoogle.com/>. Acesso em: 14 fev. 2022.

GREIMAS, A. J.; COURTÈS, J. **Dicionário de semiótica**. São Paulo, Cultrix, 1979.

IDEO. **Design Thinking para educadores**. IDEO: [2013]. Disponível em:
<https://www.ideo.com/post/design-thinking-for-educators>. Acesso em: 14 fev. 2022.

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

PLAZA, J. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

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

TRACY, W. **Letters of Credit: A View of Type Design**. Boston: D.R. Godine, 2003.

SAMARA, T. **Guia de design editorial**: manual prático para o design de publicações. Tradução de Mariana Bandarra. Porto Alegre: Bookman, 2011, 240 p.

SAMARA, T. **Grid**: construção e desconstrução. São Paulo: Cosac Naify, 2007, 329 p.