

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - PRODUÇÃO EDITORIAL**

**Camila Uecker Jaeger
Gabrielle Baratto Adolfo**

**CRIAÇÃO DE PRODUTOS MIDIÁTICOS EDITORIAIS PARA A
EDITORA EXPERIMENTAL DO CURSO DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL pE.COM UFSM**

Santa Maria, RS

2015

Camila Uecker Jaeger
Gabrielle Baratto Adolfo

**CRIAÇÃO DE PRODUTOS MIDIÁTICOS EDITORIAIS PARA A
EDITORA EXPERIMENTAL DO CURSO DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL pE.COM UFSM**

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social – Produção Editorial, do Departamento de Ciências da Comunicação - Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de: Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial.

Orientadora: Profa. Dra. Marília de Araujo Barcellos

Santa Maria, RS

2015

Universidade Federal De Santa Maria
Centro De Ciências Sociais E Humanas
Departamento De Ciências Da Comunicação
Curso De Comunicação Social - Produção Editorial

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Projeto Experimental

**CRIAÇÃO DE PRODUTOS MIDIÁTICOS EDITORIAIS PARA A
EDITORA EXPERIMENTAL DO CURSO DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL pE.COM UFSM**

Elaborado por
Camila Üecker Jaeger
Gabrielle Baratto Adolfo

como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial

Comissão examinadora

Prof^a. Dr^a. Marília de Araujo Barcellos
(Presidente/Orientadora)

Prof^a. Dr^a. Cláudia Regina Ziliotto Bomfá (UFSM)

Prof^a. Dr^a. Sandra Rúbia Silva (UFSM)

Santa Maria, RS

2015

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer aos meus pais Lauri Jaeger e Cristiana Uecker Jaeger, por ser o porto seguro da minha vida, o amor em forma de pessoa, dando apoio e total liberdade às minhas escolhas. Também agradeço à irmã Luana Jaeger pela paciência.

Sou grata aos meus avós maternos Gertudes e Lotário, por incentivarem minha formação profissional e pessoal, sempre preocupados com meu bem estar. Destaco a atenção dos meus avós paternos e tios por realizarem meus desejos alimentícios, por suprirem as minhas vontades alimentares, por satisfazerem meus desejos nos meus retornos à Ijuí-RS.

Agradeço aos amigos que tive que deixar em Ijuí-RS, aos amigos que mudaram-se para longe, aos que acompanharam o caminho Ijuí-Santa Maria para a realização dos sonhos, a todos que de uma ou outra forma participaram do meu crescimento intelectual e pessoal aos outros que voaram para longe ou vieram junto, em busca dos seus sonhos, mas que participaram da mesma forma. Agradeço também a alguns colegas de Produção Editorial e amigos que fiz em Santa Maria e que acompanharam-me ao longo dos 4 anos de curso.

Não menos importante, gostaria de destacar o relacionamento com os professores e técnico-administrativos, as trocas diárias de experiências profissionais e pessoais, fundamentais para a formação de um comunicador. Menciono um agradecimento especial à Professora Dra. Marília de Araujo Barcellos por acreditar nas minhas escolhas e apontamentos durante o período de orientação.

Não podendo deixar de agradecer a minha colega e parceira de pesquisa Gabrielle Baratto Adolfo, pela paciência e companheirismo nos momentos de alegria e desesperos, nas trocas de experiência profissional e pessoal. Obrigada pela tua calma que amenizava a tempestade presente em mim em alguns momentos.

Esta conquista significa muito para mim. Aguardo os próximos desafios com muita ansiedade. Que todos possam um dia ter e sentir o amor que eu recebo e tenho por vocês.

Camila Ü. Jaeger

“Sonhar Viver e todo dia Agradecer”

Banda ALIADOS

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Marguerida B. Adolfo e Luiz Augusto Mendes Adolfo, e minha irmã, Luciane B. Adolfo, obrigada por toda dedicação, apoio e amor.

Camila, minha linda e leve companheira de TCC, nossa parceria faz parecer que te conheço há anos, obrigada por fazer parte dessa importante etapa da minha vida acadêmica.

Marília Araujo Barcellos, professora e orientadora, muito obrigada em me mostrar o quanto uma profissão pode ser apaixonante. Você me fez olhar de forma diferente para os livros.

Aos professores e técnicos do curso de Comunicação Social - Produção Editorial, obrigada pelo conhecimento transmitido, sou imensamente grata pela dedicação e disponibilidade de cada um.

Marcelo, meu amor, obrigada por me fazer descobrir há felicidade nas coisas pequenas e simples da vida. Agradeço por ser meu companheiro em todas as horas.

Gabrielle B. Adolfo

RESUMO:

CRIAÇÃO DE PRODUTOS MIDIÁTICOS EDITORIAIS PARA A EDITORA EXPERIMENTAL DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL pE.COM UFSM

AUTORAS: Camila Uecker Jaeger

Gabrielle Baratto Adolfo

ORIENTADORA: Profa. Dra. Marília de Araujo Barcellos

Este projeto apresenta um estudo voltado à Editora Experimental do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial pE.com UFSM, da Universidade Federal de Santa Maria; e, objetiva contribuir com dois produtos midiáticos para um dos espaços que permite o exercício da elaboração de Produtos Editoriais do corpo discente e docente do Curso de Produção Editorial. A metodologia utilizada é de natureza experimental, fundamentada em pesquisa exploratória a partir de referencial teórico e de entrevista qualitativa. O referencial foi desenvolvido a partir da contribuição teórica de autores como CHARTIER (1999), FONSECA (2008) e GENETTE (2009). O resultado é guia do editor, intitulado *Itinerário da Edição*, e um site institucional para editora pE.com UFSM.

Palavras Chave: Comunicação; pE.com UFSM; Editoras; Produtos midiáticos.

ABSTRACT:

CRIAÇÃO DE PRODUTOS MUDIÁTICOS EDITORIAIS PARA A EDITORA EXPERIMENTAL DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL pE.COM UFSM

AUTHORS: Camila Uecker Jaeger

Gabrielle Baratto Adolfo

ADVISOR: Profa. Dra. Marília de Araujo Barcellos

This project presents a study related to the Experimental Publisher of Social Communication Course - Editorial Production pE.com UFSM Federal University of Santa Maria; and aims to contribute two media products to one of the areas which permits the development of products Editorials of the student body and faculty of Editorial Production Course. The methodology used is experimental in nature, based on exploratory research from theoretical and qualitative interview. The framework was developed from the theoretical contributions of authors like CHARTIER (1999) FONSECA (2008) and Genette (2009). The result is editor of the guide, titled Route Edition , and an institutional site for publishing pE.com UFSM .

Keywords: Communication; The pE.com; Publishers; Media products.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Sumário Manual Grupo A.....	18
Figura 2 -	Sumário Manual UNESP.....	18
Figura 3 -	Sumário Manual UNESP.....	19
Figura 4 -	Sumário Manual pE.com UFSM.....	20
Figura 5 -	Estrutura Geral do Livro composta no Itinerário da Edição.....	23
Figura 6 -	Metodologia Utilizada.....	25
Figura 7 -	Grid Colunar.....	27
Figura 8 -	Capa Itinerário da Edição.....	29
Figura 9 -	Página interna com detalhe de recorte de revista.....	30
Figura10 -	A tipos de encadernação.....	32
Figura11 -	Página da UFSM.....	34
Figura12 -	Página do curso de Engenharia da Produção desenvolvido pelo CPD.....	35
Figura13 -	Página inicial do site institucional da pE.com UFSM.....	35
Figura14 -	Primeira reunião no CPD.....	39
Figura15 -	Entrega do site institucional da pE.com UFSM.....	41
Figura16 -	Primeira prova da parte gráfica.....	43
Figura17 -	Segunda e última prova da parte gráfica.....	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	Fontes e suas respectivas variações utilizadas.....	29
Quadro 2 –	Métodos utilizados para criação de conteúdo.....	38
Quadro 3 –	Pautas discutidas na primeira reunião no CPD.....	39
Quadro 4 –	Convite aos alunos para realização do teste.....	40

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. CAMINHOS DA EDIÇÃO NA INSTÂNCIA UNIVERSITÁRIA	12
1.2 Editora Universitária e Experimental	13
2. PRODUTOS MIDIÁTICOS: ITINERÁRIO DA EDIÇÃO E SITE INSTITUCIONAL pE.com UFSM	14
2.1 Conteúdos	15
2.2 Projeto Gráfico	24
3. DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS MIDIÁTICOS	34
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS	44
APÊNDICE	47

INTRODUÇÃO

Este projeto apresenta dois produtos midiáticos de natureza experimental voltado à Editora Experimental do curso de Comunicação Social - Produção Editorial pE.com¹, da Universidade Federal de Santa Maria. Nessa perspectiva, busca-se destacar a relevância do espaço de ensino, pesquisa e extensão no âmbito universitário, a partir da atuação discente em atividades que o preparam para o mercado, enquanto egresso. Direcionando o *corpus* para produtos midiáticos, percebe-se que o trabalho na Editora Experimental contribui para a elaboração do Manual Interno e do Site Institucional. A pE.com UFSM se diferencia e, ao mesmo tempo, se aproxima do trabalho realizado em editoras comerciais e acadêmicas.

A partir desse cenário, foi possível entender o problema de pesquisa: como os produtos midiáticos apresentados nesse projeto podem colaborar com a editora experimental do curso Produção Editorial. Espaço este, que permite o exercício da elaboração de produtos editoriais do corpo discente e docente do Curso.

O objetivo geral é *contribuir com dois produtos midiáticos para um dos espaços que permite o exercício da elaboração de Produtos Editoriais do corpo discente e docente do Curso de Produção Editorial.*

Já os objetivos específicos são:

- *conceituar e caracterizar a temática pE.com UFSM;*
- *realizar o resgate do conteúdo para a elaboração dos produtos midiáticos;*
- *apresentar a proposta de uma estrutura de um manual interno e site institucional para o pE.com UFSM.*

Com intuito de contribuir para a visibilidade da editora, foi construído um Manual Interno de editoração, intitulado *Itinerário da Edição*, e um Site Institucional. Uma vez que a pE.com UFSM foi considerada relevante para a formação discente, o escopo de atender às demandas e de dar visibilidade à produção levou a definição da criação dos produtos midiáticos. Para isso, foram consideradas as necessidades internas e externas da editora.

¹A partir de então a Editora Experimental do Curso de Comunicação Social – Produção Editoria pE.com UFSM será denominada somente por pE.com UFSM.

A metodologia desse projeto se organiza em duas etapas. A primeira etapa fundamentada em pesquisa exploratória, baseada em entrevista semiaberta, realizada com a professora orientadora desse trabalho e editora chefe da editora Dra. Marília Araujo Barcellos, a fim de entender os possíveis problemas internos que a pE.com UFSM poderia apresentar diante do cenário atual.

A segunda etapa da metodologia tem caráter qualitativo, uma vez que sua natureza se apresenta conhecer as demandas, como a reação do público-alvo: atuantes na editora a partir de testagem com os alunos da disciplina COM 1202 Editora Experimental. Dessa forma, Michel (2005, p.33) afirma que a pesquisa qualitativa “convence na forma de experimentação empírica, a partir de análise feita de forma detalhada, abrangente, consistente e coerente, assim, como na argumentação lógica das ideias”. Nesse sentido, esta parte do trabalho consiste na testagem do projeto experimental junto ao público-alvo, bolsistas da editora, os acadêmicos do curso de Produção Editorial e futuros editores, e autores que têm a possibilidade de publicar junto a pE.com UFSM.

Para tanto, o presente estudo se desenvolve em três capítulos, sendo os capítulo, Caminhos para edição na estância universitária, produtos midiáticos: Itinerário da Edição e Site Institucional e Site Institucional pE.com UFSM e desenvolvimento do projeto editorial.

No primeiro capítulo, *Caminhos da edição na instância universitária*, compreende-se a abrangência das editoras introduzidas no cenário universitário, quais as relações e diferenças.

Por sua vez, a proposta desse projeto experimental contou com duas vertentes: uma visual e outra de conteúdo para a elaboração do Site e do Manual. Assim, *em produtos midiáticos: Itinerário da Edição 3 site institucional pE.com UFSM*, capítulo 2, aborda-se também embasamento teórico relacionado a produção de conteúdo e gráfica para desenvolvimento dos produtos midiáticos.

No terceiro capítulo, nomeado *Desenvolvimento dos produtos editoriais*, será abordado o desenvolvimento do processo metodológico do projeto experimental.

Estima-se a expectativa de resultados satisfatórios em relação à recepção desse projeto, pois a criação dos dois produtos midiáticos tem o intuito de promover a Editora Experimental do curso de Produção Editorial junto à sociedade acadêmica.

1. CAMINHOS DA EDIÇÃO NA INSTÂNCIA UNIVERSITÁRIA

1.1 Editora Universitária e Experimental

No Brasil, as Editoras Universitárias iniciaram seus trabalhos em 1960, algumas delas desenvolveram-se através das Imprensas Universitárias, tornando-se aos poucos Editoras. Várias Instituições confundem Imprensas (gráficas) com Editoras, mas a fundamental diferença é que uma Editora necessita de Conselho ou Comissão Editorial ou de um serviço de divulgação e distribuição para ser denominada Editora. Já a Imprensa não atende a essas exigências, apenas articula-se como modo de produção dos materiais.

Conforme Leilah Santiago Bufrem (2001, p.36), as primeiras Editoras Universitárias no Brasil foram: na Universidade Federal de Brasília (UNB) e Universidade de São Paulo (USP) criadas respectivamente em 1961 e 1962. Após sete anos sem criação de Editoras em instituições brasileiras, o Rio Grande do Sul recebeu a sua primeira Editora na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (URGS), em 1971, ganhando intensidade apenas em 1982.

Leilah Bufrem (2001, p. 37) cita em sua obra o escritor Salim Miguel: Apud “[...] em painel sobre o papel das editoras universitárias, define-as como projetos culturais e não comerciais, cabendo-lhes preservar a memória do que é produzido na universidade e na comunidade em geral, além de projetar novos valores”. Em virtude disso, podemos distinguir Editoras Privadas de Editoras Universitárias, “para a primeira, o lucro é fator preponderante, enquanto para a pública não ocorre, o lucro deixa de ser a principal preocupação, havendo casos de publicações gratuitas” (BUFREM, 2001, p. 39).

As Editoras na Universidade, vinculadas a projetos da Instituição, sendo elas Editoras Universitárias, Editoras Jrs. ou Experimentais, são comprometidas com os critérios e objetivos de disseminar conhecimento parcialmente ou sem fins lucrativos, de interesse científico ou cultural da Instituição e Regional. Discutindo o papel das editoras Universitárias e diferenciando-as das editoras:

[...] considera-as como um projeto integrado à instituição. Compete a elas, “através do criterioso planejamento, funcionar como objeto de ligação entre todos os canais

geradores do saber dentro de suas IES”². Seus programas devem ser coerentes e comprometidos com a instituição (COSTA *apud* BUFREM, 2001, p.41).

A denominação Editora Universitária cabe também em instituições de ensino superior que, embora não sendo Universidade, disseminam e produzem conteúdos acadêmicos.

A editora experimental existe para suprir uma brecha editorial conforme o cenário institucional. Na UFSM as publicações acadêmicas, de cunho científico, são produzidas pela editora da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Com a finalidade de

(...) implantar e executar a política editorial da Instituição. Sendo assim, cabe à Editora incentivar a produção científica da UFSM e da sua região de influência; editar, coeditar e divulgar os trabalhos que interessem às atividades de ensino, pesquisa e extensão nos diversos campos do conhecimento; promover o intercâmbio bibliográfico com outras unidades, bibliotecas e entidades similares; manter postos de venda permanentes e ocasionais, com a finalidade de facilitar à comunidade acadêmica e aos demais interessados o acesso ao material publicado. (<https://editoraufsm.com.br/apresentacao/>)

Assim, a editora da UFSM atende a demanda da produção docente e caracteriza-se por um processo de seleção com critérios a médio e curto prazo, com muitas instâncias até a produção do original e publicação.

Como parte dos órgãos suplementares e projeto da FATEC³, a editora da UFSM, tem a permissão para comercialização das obras, assim como, participação em associações como a ABEU⁴. A editora ainda constitui-se com recursos financeiros próprios, incluindo a equipe permanente de trabalho e infraestrutura própria. No entanto tal estrutura deixa de atender o segmento discente. Por sua vez, tal perfil editorial deixa de atender a produção discente com fins pedagógicos, podem ser solucionados com a criação de editoras experimentais que atendam o ensino, a pesquisa e a extensão.

Diante disso, foi criado o projeto de extensão para permitir que houvesse o escoamento da produção discente, não contemplada pela editora da UFSM. São perfis diferentes, mas ambas no âmbito acadêmico, no entanto com práticas editoriais distintas, que atendem as especificidades da academia, ao contrário de editoras privadas.

²Instituição de Ensino Superior.

³ Fundação de Apoio à Tecnologia e Ciência.

⁴ Associação brasileira das editoras universitárias.

A seguir, relataremos como foi o processo de produção do Projeto Experimental de Conclusão de Curso em parecia com a Editora Experimental pE.com UFSM que está inserida no projeto da PRE⁵ com vínculo na Universidade Federal de Santa Maria.

2. OS PRODUTOS MIDIÁTICOS

O conjunto de ações que estabelece as práticas editoriais é quase o mesmo que qualquer editora no mundo, independente do porte ou gênero da editora. O que pode mudar é com relação a alguma particularidade de uma empresa para outra. Em síntese, as atividades são semelhantes. Segundo FILHO e ROLLEMBERG (2001) as práticas editoriais normalmente são extremamente técnicas, porém essenciais para o bom funcionamento de uma editora. Entre essas técnicas, a dos direitos autorais, a preparação de textos, o projeto gráfico e distribuição, por exemplo, está a normalização ou padronização de materiais e funções gerenciais de uma editora.

A pE.com UFSM, objeto de estudo desse trabalho, constitui-se em um projeto de extensão, registrado no SIE⁶, que está ligado ao curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria. Deu-se início no segundo semestre do ano de 2010. Com a proposta pedagógica de desenvolver competências voltadas para editoração de modo interdisciplinar, que abarca a convergência de maneira que a editora pE.com UFSM surge como um espaço para desenvolver propostas aliadas ao curso ou alguma parceria com outros departamentos, sejam elas provenientes do ensino, pesquisa ou extensão, desenvolvendo atividades que reúnam saberes acadêmicos com atividades relacionadas à proximidade com a sociedade sem fins lucrativos.

A editora conta com o trabalho e auxílio da Coordenadora da Editora, Professora Dr. Marília de Araujo Barcellos, um técnico e alunos do curso de Comunicação Social - Produção Editorial, a equipe desenvolve os produtos solicitados através de docentes com projetos acadêmicos vinculados à Universidade Federal de Santa Maria.

Os projetos realizados dentro da Editora experimental financiam todos os custos desde a pré-produção, produção e pós-produção, incluindo os bolsistas, que obtém

⁵ Pró Reitoria de Extensão

⁶ Sistema de Informações Educacionais

mensalmente uma remuneração para a realização das atividades. As demandas de serviços variam muito de semestre para semestre, alterando também os acadêmicos bolsistas da Editora, sendo então uma das carências o manual para aprendizagem das normas de elaboração do trabalho interno e externo da editora experimental.

Para a melhoria de qualidade do produto editorial e visibilidade para a pE.com foi validada a ideia da construção de dois produtos denominados como midiáticos, por caracterizarem-se como suportes de difusão de informação. Os produtos midiáticos produzidos para a Editora Experimental pE.com UFSM como trabalho de conclusão de curso foram:

Manual Interno: Denominamos o manual interno da pE.com UFSM de Itinerário da Edição, uma vez que, o manual tem por objetivo guiar o atuante dentro da Editora. Disponibilizado em formato ebook através do site www.ufsm.br/pecom/ > Itinerário da Edição e também no formato impresso, disponibilizado para consulta na sede da pE.com UFSM⁷.

Site Institucional pE.com UFSM: o site tem por objetivo auxiliar na divulgação da editora, com notícias, catálogos e contatos, para quem deseja submeter uma parceria ou até mesmo publicar certa obra. O Site está disponível pelo endereço: www.ufsm.br/pecom/.

2.1 Conteúdo

Este capítulo tem por objetivo mostrar a importância e a metodologia utilizada na produção de cada elemento do Itinerário da pE.com UFSM. Segundo Joaquim da Fonseca (2008, p. 248):

O livro é basicamente uma mensagem escrita ou impressa de considerável extensão proposto para circulação pública e registrado em materiais leves e, ao mesmo tempo duráveis o bastante para proporcionar uma portabilidade relativamente fácil. Seu objetivo primário é transmitir sua mensagem a pessoas, apoiando-se nas faculdades simultâneas de portabilidade e permanência. Como tal, o livro ultrapassa o tempo e o espaço para divulgar, expor, preservar e transmitir o conhecimento.

Pretende-se apresentar o desenvolvimento do conteúdo do Itinerário da edição Manual de Editoração da Editora PE.com. A elaboração deste produto editorial adota as

⁷ A. Roraima nº 1000, Pédio 67, sala 1114, Cidade Universitária, Bairro Camobi, Santa Maria – RS CEP 97105-900.

seguintes fases: I – pesquisa bibliográfica; II – entrevista; III – desenvolvimento da criação do conteúdo por capítulos. A seguir, faremos a descrição das fases mencionadas:

Fase I - Pesquisa Bibliográfica

Perante as pesquisas bibliográficas complementares os títulos selecionados para embasamento teórico na criação do conteúdo do manual foram as seguintes obras: *A construção do livro: princípios e técnicas de editoração* (2008), de Emanuel Araújo, *A aventura do livro* (1999) e *A ordem dos livros* (1994) ambos, de Roger Chartier, *Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros* (2008) de Joaquim da Fonseca, *Paratextos editoriais*, de Gérard Genette (2009) e a obra de Leandro Muller, *Como editar seu próprio livro: um manual básico para quem quer se publicar ou ser publicado* (2010), como embasamento teórico. Tais obras contribuem para o conteúdo do Itinerário da Edição, a partir das referências, normas e paradigmas nelas constituintes.

Fase II- Entrevista no mês de abril de 2015

Nesta fase, foi necessário resgate histórico e iniciou-se por meio de entrevista qualitativa com a responsável pela Editora UFSM, a Professora Marília de Araujo Barcelos, quando a mesma disponibilizou documentos com informações pertinentes que se encontram nos primeiros capítulos do Manual. As informações coletadas foram utilizadas para a produção do conteúdo do Site Institucional da pE.com UFSM.

Na entrevista obteve-se respostas tais como: Objetivos da pE.com UFSM, Política Editorial, normas de desenvolvimento dos projetos, modalidades dos produtos, público-alvo, modo de submissão dos projetos para publicação, serviços prestados, formato de enviar do original e quem atua na Editora, são algumas questões abordadas na entrevista para melhor entendimento de funcionamento da Editora Experimental.

III – Desenvolvimento da criação do conteúdo estruturado por capítulos

Nesta fase, relataremos como foi a produção e a estruturação de cada capítulo do Itinerário.

Como referencial teórico para a estruturação do Itinerário da Edição utilizamos os manuais de editoração: *Guia do Autor da UFSM* (2014), da Editora da Universidade Federal

de Santa Maria, *Manual de Editoração da UNESP* (2010), *Manual de editoração do Grupo A de 1999 e 2009* e *Manual X*.

A estrutura do Itinerário da Edição foi resultante de um cotejamento dos manuais mencionados anteriormente com objetivo de auxiliar na organização e divisão de atividades, dentro da pE.com UFSM, executando-as de acordo com o manual. Por isso, pensamos no manual como contribuição para uso didático em sala de aula na graduação, tanto dos cursos de Comunicação Social da UFSM quanto nos demais cursos e instituições com interesses e afins.

Nas figuras abaixo seguem dois sumários de manuais utilizados para a realização do cotejamento para a produção do Itinerário da Edição:

Manual Grupo A

Figura 1: sumário grupo A

<p>Apresentação</p> <p>Perfil Grupo A</p> <p>1. Etapas e atribuições na produção de um livro</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produção de originais • Avaliação de conteúdo • Orientação para elaboração de originais • Estrutura na apresentação de livros • Apresentação de citações e referências em documentos • Tradução • Preparação de originais • Atribuições específicas do revisor responsável pela leitura final • Correção e conferência de emendas • Sinais utilizados na revisão • Controle de qualidade <p>Grupo A</p>	<p>2. Orientações gerais para tradução/revisão de textos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Considerações gerais • Abreviaturas • Aspas • Citações • Instituições/leis/atos estrangeiros • Letra maiúscula /letra minúscula • Notas • Parênteses • Remissão a páginas e títulos • Siglas • Tabelas e assemelhados • Títulos • A case: a + a= à • Separação silábica • Vírgula • Palavras, termos técnicos e expressões <p>3. Acordo ortográfico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alfabeto • Acentuação • Uso do hífen
--	--

Fonte: Manual Grupo A 2011 (figura produzida e adaptada pelas pesquisadoras)

Manual da Editora Unesp

Figura 2: sumário Manual da Editora UNESP

APRESENTAÇÃO	2.1.7 Apresentação da coleção (elemento opcional)	2.4.4 Lombadas
1. O trabalho Editorial	2.1.8 Sumário	2.4.5 Orelhas
1.1 Organização	2.1.9 Listas (elemento opcional)	3. Padrões e Estilos
1.2 Tradução	2.2 Elementos textuais	3.1 Maiúsculas e minúsculas
1.3 Copidesque	2.2.1 Prefácio ou apresentação da obra (elemento opcional)	3.1.1 Use maiúscula (caixa alta)
1.4 Revisão técnica	2.2.2 Introdução (elemento opcional)	3.1.2 Use minúscula (caixa baixa)
1.5 Preparação de texto	2.2.3 Corpo Principal	3.2 Aspas e itálico
1.6 Diagramação	2.2.4 Conclusão (elemento opcional)	3.2.1 Aspas
1.7 Revisão de provas	2.3 Elementos pós-textuais	3.2.2 Itálico
1.7.1 Revisão de primeira prova	2.3.1 Posfácio (elemento opcional)	3.3 Numerais
1.7.2 Revisão de segunda prova	2.3.2 Apêndice (elemento opcional)	3.3.1 Grafa
1.7.3 Revisão de terceira prova	2.3.3 Referências	3.3.2 Concordância
1.8 Checklist	2.3.4 Glossário (elemento opcional)	3.4 Siglas e brevíaturas
2. Estrutura do Livro	2.3.5 Índice (elemento opcional)	3.5 Uso dos traços
2.1 Elementos pré-textuais	2.3.6 Colofão	3.6 Obras estrangeiras
2.1.1 Falso rosto (elemento opcional)	2.4 Parte externa do livro	3.7 Notas de rodapé
2.1.2 Folha de Rosto	2.4.1 Capa	3.8 Figuras, quadros, tabelas e gráficos
2.1.3 Errata (elemento opcional)	2.4.2 Sobrecapa (elemento opcional)	3.9 Citação
2.1.4 Dedicatória (elemento opcional)	2.4.3 Folha de guarda	3.9.1 Uso de colchetes em citações
2.1.5 Agradecimentos (elemento opcional)		3.9.2 Citações em Língua estrangeira
2.1.6 Epígrafe (elemento opcional)		3.9.3 Referências
		3.9.3.1 Sistema autor-data

Fonte: Manual da editora UNESP (figura produzida e adaptada pelas pesquisadoras)

Figura 3: sumário Manual da Editora UNESP

3.9.3.2 Sistema nota de rodapé	3.10.2.6 Eventos científicos considerados no todo (congressos, seminários, simpósio, reuniões, encontros e outros)	4. Padrões gráficos
3.9.4 Repetição de autores e obras	3.10.2.7 Trabalhos apresentados em eventos científicos	4.1 Paginação
3.10 Referências	3.10.2.8 Periódicos considerados no todo(fascículo, suplementos)	4.2 Cabeço
3.10.1 Identificação dos elementos de uma referência	3.10.2.9 Artigos de periódicos	4.3 Viúvas e órfãs
3.10.1.1 Autoria	3.10.2.10 Artigos de jornais	4.4 Paralelismo
3.10.1.2 Título e subtítulo	3.10.2.11 Normas técnicas	4.5 Quebra de Linha
3.10.1.3 Edição	3.10.2.12 Leis e decretos	4.6 Notas de rodapé
3.10.1.4 Local	3.10.2.13 Pareceres, resoluções e indicações	4.7 Figuras, quadros, gráficos e tabelas
3.10.1.5 Editora	3.10.2.14 Meio Eletrônico	4.8 Citação
3.10.1.6 Datadas de publicação	3.11 Compilação das referências	4.9 Referências
3.10.1.7 Número de páginas ou volumes	3.11.1 Grafa de algumas palavras estrangeiras	
3.10.2 Modelos	3.12 Grafa do nome de instituições de ensino e de pesquisa	
3.10.2.1 Livros considerados no todo	3.13 Expressões que devem ser evitadas	
3.10.2.2 Partes de Livro (capítulos, fragmentos e volumes)		
3.10.2.3 Traduções		
3.10.2.4 Teses, dissertações e monografias		
3.10.2.5 Trabalhos acadêmicos		

Fonte: Manual da editora UNESP (figura produzida e adaptada pelas pesquisadoras)

Através dos sumários acima decidimos a estrutura do Itinerário da Edição como mostra a imagem abaixo:

Figura 4: sumário Manual da Editora pE.com UFSM

1. A Editora	5. Citação
1.1 Corpo Editorial	5.1 Citação direta
1.2 Conselho Editorial	5.2 Citação indireta
1.3 Política Editorial	5.3 Citação de citação
2. Trabalho Editorial	5.4 Citação em língua estrangeira
2.1 Organizador	6. Numerais
2.2 Preparador de originais	6.1 Por extenso
2.3 Revisor	6.2 Números Romanos
2.4 Diagramador	7. Notas de rodapé
2.5 Produtor Gráfico	8. Figuras, Quadros, Tabelas e Gráficos
3. Fundamentação	9. Referências
3.1 Tradução	10. Sistema Autor- Data
3.2 Copidesque ou Primeira Leitura	11. Estrutura do Livro
3.3 Revisão técnica	12. Quadro de abreviaturas
3.4 Preparação de texto	13. Itinerário para atuar na editora
3.5 Preparação de provas	
4. Padronização de estilo	
4.1 Itálico	
4.2 Versalete	
4.3 Aspas	
4.4 Maiúsculas e Minúsculas	

Fonte: Manual da Editora pE.com UFSM (produzido pelas pesquisadoras)

Capítulos do Itinerário da Edição

O primeiro capítulo do Itinerário foi estruturado com as seguintes informações:

- **Apresentação da Editora:** na apresentação contamos informações pertinentes à pE.com UFSM, seus objetivos e finalidades.
- **Membros do Corpo Editorial:** os membros são compostos por docentes do curso de Comunicação Social – Produção Editorial.
- **Conselho Científico:** O Conselho Científico é composto por pares, pesquisadores do meio de editoração.

Nos capítulos dois e três do Itinerário, explana-se sobre o Trabalho Editorial (capítulo dois) remetendo aos principais atuantes dentro da editora e sobre a Fundamentação

(capítulo três) explicando o fluxo editorial que ocorre com o produto dentro da editora e quais pessoas ocupam as funções. Abaixo segue um breve relato sobre os elementos escritos nestes dois capítulos:

Na pE.com UFSM os trabalhos a serem realizados contam com a supervisão de profissionais e discentes do curso de Produção Editorial que atuam em funções tais como: *Organizador*, o qual é responsável pela obra e tem total discernimento do processo do livro. Na mesma equipe contamos com *Preparador de Originais*, *Revisor*, *Diagramador*, *Produtor gráfico* que, segundo o autor Emanuel Araújo (2008), é o profissional encarregado de conferir a uniformidade global do texto através de padrões formadores, conformadores e até informadores do livro.

Os apontamentos relacionados ao conteúdo realizado pelo Preparador de Originais devem se adequar às características da editora e ao projeto gráfico, não alterando o componente básico do estilo do autor.

A primeira leitura a ser feita após a obra ser aceita para a publicação, é denominada de *copidesque*. Nesse momento, o revisor poderá intervir no texto e, em conjunto com o editor, conversar com o autor sobre as possíveis modificações, seguindo a *revisão técnica*, que é realizada por um profissional da área em que a obra se refere. Essa *revisão* fica a cargo de um profissional ciente da língua portuguesa que fará toda revisão textual, acrescentando marcas de revisão como consta no Itinerário da Edição (p. 18).

Já o *Diagramador* é o responsável por fazer o projeto gráfico, o planejamento e organizar os elementos gráficos, fotos, ilustrações ou textos. O *Produtor Gráfico* fica responsável pela criação das peças a serem impressas, avalia possibilidade de impressão, tipos de impressão, tipos de acabamentos, dando suporte técnico dentro de uma editora. Mas na pE.com UFSM, normalmente atua uma só pessoa para as duas tarefas. Nesse caso, o bolsista conta com a experiência do técnico em artes gráficas e profissionais do curso.

A *Revisão de provas* ocorre após a diagramação. Nessa etapa, é solicitada uma prova na Gráfica, Imprensa Universitária da UFSM, denominada o boneco da obra. Essa fase é uma última revisão do produto.

Devido a Universidade Federal de Santa Maria abranger alunos e professores de diversos lugares dentro e fora do Brasil, acrescentamos em nosso Itinerário a tradução. Logo, o tradutor contribui para melhor adaptação e uniformidade da obra proveniente de outra língua.

Após explanar os principais agentes da cadeia produtiva e suas tarefas dentro da editora elucidaremos, a seguir, seis capítulos, denominados: a padronização de estilos, citações, numerais, notas de rodapé, referências e figuras, quadros, tabelas e gráficos do Itinerário da Edição com base na obra *A Construção do Livro* (2008), de Emanuel Araújo, utilizado para produção do conteúdo.

Em sua obra, Araújo menciona trechos dos Sermões do Padre Antônio Vieira, em que o P. relata que as pessoas começaram a ouvi-lo quando havia clareza em sua fala. No entanto, a clareza e os estilos já preocupavam os autores há pelo menos quatrocentos anos: “Vale a pena assinalar que pelo menos há mais de quatro mil anos os egípcios sentiram necessidade de utilizar o que hoje chamamos de destaque ou *efeitos de realce*” (ARAÚJO, 2008, p.78). Os estilos criados para o Itinerário servem para despreocupar o *preparador de originais*, sanando dúvidas. Sobre os estilos, Emmanuel Araújo (2008, p. 60) explica:

O trabalho sobre o original não pode alertar muito esse componente básico do autor que se chama de ‘estilo’. Desde logo, por conseguinte, convém reconhecer os elementos intrínsecos da forma com que se apresenta o texto, vale dizer, a própria estrutura das orações, sua concatenação, seu ritmo, sua influência, seu efeito, sua correção, seu *estilo* enfim. Nessa medida, a liberdade do editor, seu limite de ação, é exígua, mas essa liberdade existe e deve ser usada.

O Itinerário da Edição contém exemplos das citações, seguindo as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Assim como as *citações*, os *numerais* também geram impasses ao preparador de originais, o qual deve seguir as normas expostas no manual produzido para a pE.com UFSM. Do ponto de vista de Araújo (2008, p.93) sobre as *citações*:

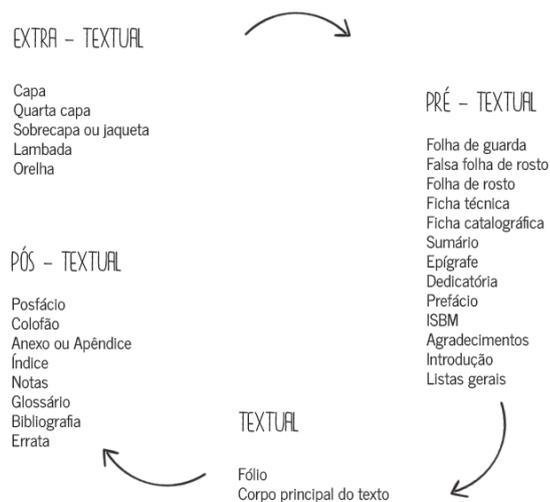
O preparador de originais, não há por que se preocupar com a fidedignidade das citações, i.e., com a correspondência entre o que foi citado e a fonte, ou, em caso de tradução da fonte citada, se esta tradução é correta; trata-se, aqui, de um problema do autor, de sua honestidade intelectual, não cabendo ao editor ‘proteger’ o autor da desmoralização ou descrédito científico entre seus leitores.

O Itinerário abarca citações diretas, indiretas, citação de citação e citações em língua estrangeira, todas seguidas com explicações e/ou exemplos. Do mesmo modo segue os numerais, figuras, quadros, tabelas e gráficos. Emanuel Araújo explica sobre as notas de

rodapé como elemento cômodo para o leitor realizar citações, permitindo visualizar de imediato as explicações do autor.

O décimo primeiro capítulo relata a *Estrutura Geral do Livro*. Para este capítulo, utilizamos a obra *Tipografia & Design Gráfico - Design e produção gráfica de impressos e livros* do autor Joaquim da Fonseca(2008). Empregamos a estrutura do livro (baseada na ABNT, ano 2000) em que Fonseca apresenta em sua obra (p.256); **Conforme a figura 1:**

Figura 1 - Estrutura Geral do Livro composta no Itinerário da Edição



Fonte: *Print screen* do Itinerário da Edição. Estrutura baseada no autor Joaquim da Fonseca

Baseado nesta estrutura colocou-se o conceito de cada elemento composto em uma obra, com base teórica nos autores Gérard Genette (2010) e Roger Chartier (1994 e 1999). Assim, o atuante da editora seguirá os caminhos dos processos editoriais compostos no Itinerário da Edição, um norte para os trabalhos realizados dentro da pE.com UFSM.

Assim como nos demais manuais cotejados havia quadros de abreviaturas que deveriam seguir como modelo padrão para a obra. Como relata Joaquim da Fonseca(2008), a lista de abreviaturas é opcional. Para a pE.com UFSM, denominamos como *Quadro de Abreviaturas* e as obras produzidas na pE.com UFSM deverão seguir o padrão proposto.

O décimo quarto capítulo do Itinerário da Edição foi baseado no foco do trabalho realizado dentro da pE.com UFSM, com atividades que cada atuante deverá cumprir. Este capítulo está dividido em duas partes, a primeira parte a *Rotina* e a segunda a *Obra*.

Para tanto, a criação do conteúdo resultou na obra “Itinerários da Edição” e no site da Editora (<http://coral.ufsm.br/pecom/>), contribuindo com a Editora Experimental pE.com UFSM, discentes e docentes em suas tarefas e estudos. Concluímos então que “o livro veio a ser o documento transmissor e preservador do conhecimento” (FONSECA, 2008, p.247).

2.2 Projeto Gráfico

Para o desenvolvimento dos produtos midiáticos, levamos em consideração aspectos intrínsecos à função do manual tendo em vista que o design de uma publicação dialoga com o seu conteúdo. A partir disso, foi possível constituir os produtos midiáticos, aqui propostos, seguindo as teorias de Hendel (2003), Samara (2007).

A denominação *Itinerário da Edição* como título do manual do autor, desenvolvido nesse trabalho, se justifica através dos caminhos que o livro irá direcionar o leitor, no caso o editor, ao aprendizado e a solução de problemas presentes no dia a dia da editora, nesse caso, a pE.com UFSM. Para o desenvolvimento prático desse projeto, foram apresentadas duas vertentes do produto Itinerário da edição, sendo uma delas a impressa e a outra online. Posteriormente, foi criado o suporte site, com informações para o público externo.

Nessa parte do projeto gráfico, iremos apresentar a metodologia utilizada para a produção do material gráfico do Itinerário da Edição da pE.com UFSM. Para melhor entendimento, iremos apontar essa estrutura de desenvolvimento também em três fases a I, II e III, respectivamente, planejamento gráfico, impressão e adaptação para ambiente online. Posteriormente, será apresentado o desenvolvimento do projeto gráfico do site institucional também da editora.

Para compreendermos a importância de um projeto gráfico na produção de um livro, citamos o autor Richard Hendel (2003, p. 11):

(...) não é somente o que autor escreve em um livro que vai definir o assunto desse livro. Sua forma física, assim como sua tipografia ou grid, também o definem. Cada

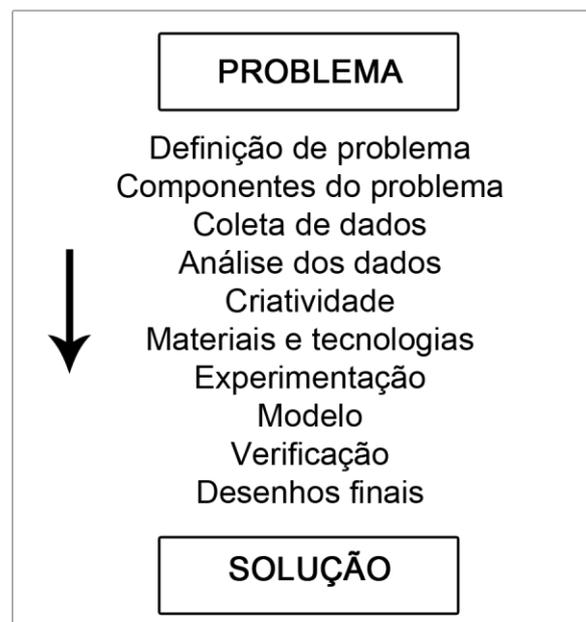
escolha por um designer causa algum efeito no leitor. Esse efeito pode ser radical ou sutil, mas normalmente está fora da capacidade do leitor descrevê-lo.

Assim, podemos entender que o design de uma publicação dialoga com o seu projeto editorial. A configuração visual dos produtos editoriais torna o design como o mediador na apresentação dos conteúdos, contribuindo, assim, para a proposição de sentidos aos leitores.

Fase I - Planejamento gráfico

Os princípios construtivistas de organização das formas e do espaço são baseados em arte funcional. Segundo Carlo (1992), essa doutrina surgiu por volta de 1900 com o desejo do artista em organizar a linguagem e, conseqüentemente, contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade racional. O pensamento construtivista evoluiu e cresceu com o tempo abrangendo diversos projetos como, por exemplo, a arquitetura, a publicidade e o design. A partir de um viés construtivista, escolhemos o planejamento gráfico, do autor Bruno Munari (1981), que se distribui da seguinte forma, conforme a figura 2:

Figura 2 - Metodologia utilizada



Fonte: Adaptação da metodologia proposta por Bruno Munari, 1981

Com base na metodologia proposta por Munari (1981) iniciamos esse planejamento com o intuito de melhor solucionar o problema proposto no trabalho, ou seja, criar um projeto gráfico que também colabore com a editora experimental do Curso de Produção Editorial. Com algumas adaptações ou até mesmo mudança de ordem da metodologia do Munari foi desenvolvido o planejamento gráfico.

Após diagnóstico do problema metodológico, foi realizada uma pesquisa bibliográfica encontramos o conceito da palavra “manual” definido pelo dicionário Michaelis (2005):

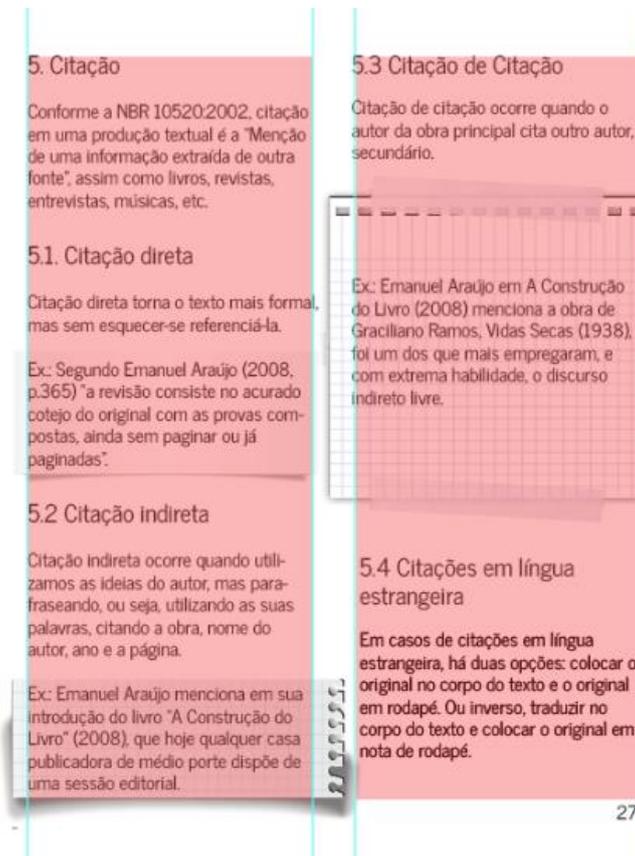
Manual ma.nu.al: *adj (latmanuale)* **1** Que diz respeito à mão. **2** Feito a mão. **3** Que depende do exercício da mão. **4** Relativo ao trabalho de mãos. **5** De fácil manuseio ou de simples execução. **6** Que facilmente se pode trazer nas mãos ou mover-se à mão; leve, portátil. **7Ornit** Diz-se das rêmiges primárias. **sm1** Livro pequeno e portátil, contendo o resumo de alguma ciência ou arte; compêndio. **2** Livro dos ritos, pelo qual se devem administrar os sacramentos; ritual. **3Mús** Teclado do órgão tocado com as mãos.

Ao entendermos os vários conceitos da palavra “manual”, definimos também o conceito visual do produto. Para a elaboração desse conceito, buscamos referências de objetos que correspondem à expressão “a arte de fazer manualmente”, como por exemplo, textura de papelão, ilustrações (desenho feito à mão) e recortes de papel.

Do problema até a solução de um planejamento gráfico encontramos inúmeros itens que colaboram para a solução. O primeiro item, o *grid* tipográfico. Esse elemento é um princípio de organização visual estabelecido no modernismo, mas já presente nas sociedades mais antigas do nosso planeta. O *grid* transmite ordem e sentido à vida. Segundo Samara (2007), *grid* é um sistema de planejamento ortogonal que divide a informação em partes manuseáveis, ou seja, estabelece relações de escala e distribuição de imagens ou palavras.

Os *grids* utilizados no Itinerário da Edição no impresso e online são do modelo colunar (figura 3), por possibilitarem a flexibilidade na separação dos diversos tipos de informações na diagramação. As margens, espaço negativo entre o limite do formato e o conteúdo que cercam e definem a área viva onde ficam os tipos e as imagens superiores e/ou inferiores, da esquerda e/ou da direita, são em média 50 pixels. Confira da figura 3:

Figura 3 - Grid colunar



Fonte: *Print Screen* do processo de criação

Outro item que está presente na composição visual é a tipografia. Segundo Tschichold (2007, p 36) esse elemento contribui muito para legibilidade e ainda acrescenta:

(...) pouca gente perde um minuto pensando na forma de um tipo. Para o leigo é quase impossível escolher, da congêrie de tipos disponíveis, aquela específico apropriado para o trabalho a realizar. A seleção não é somente uma questão estética.

A legibilidade de um texto depende da forma das letras, do branco anterior das mesmas, do corpo usado, do comprimento das linhas, do entre alinhamento, do espaçamento e das margens. O foco do design de caracteres e sua organização espacial permite a abordagem de estímulos acerca das relações entre o que se costuma identificar como forma e conteúdo,

discutindo o papel da tipografia no exercício da comunicação, bem como enquanto registro histórico.

Assim, a sua utilização se fez presente em todo material experimental desenvolvido nesse projeto com base na legibilidade, respeitando sempre seu suporte. Para as chamadas/seção de manual foi utilizada a fonte DK Pimpernel e para o texto explicativo de cada item foi utilizada a fonte Cycle News, conforme o quadro 2:

Quadro 1 - Fontes e suas respectivas variações utilizadas

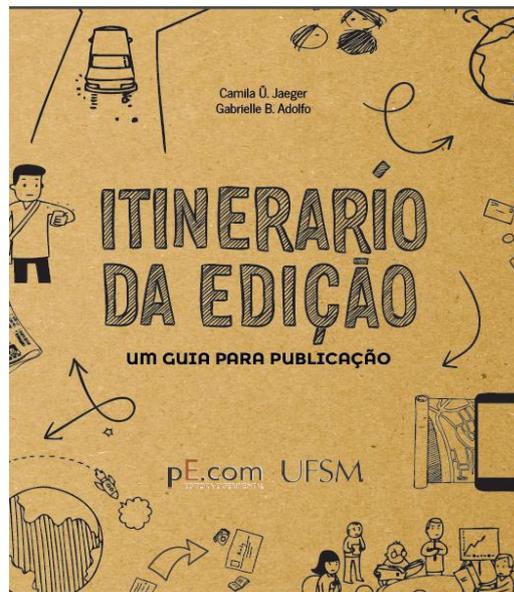
NEWS CYCLE	DK PIMPERNEL
<p>Cycle News é uma tipografia realista, sem serifa.É usada em textos longos projetando para maior clareza e legibilidade em grandes blocos, mas ainda com bom aspecto em manchete - sizes na parte superior da página.</p> <p>Fonte: https://www.google.com/fonts/specimen/News+Cycle</p>	<p>DK Pimpernel é um tipografia desenhada à mão de forma simples, mas eficaz. Pode ser usado para a titulação e pequenas execuções de texto, pois apresentam características que podem dificultar a legibilidade.</p> <p>Fonte: http://www.myfonts.com/fonts/hanoded/pimpernel/</p>

Fonte: Quadro produzido pelas pesquisadoras

A composição visual, também importante para a construção do projeto visual, do projeto editorial desenvolvido para editora pE.com estabelece ligação direta com o conceito estabelecido no projeto. A partir da definição da titulação Itinerário da Edição, é possível entender as ilustrações contidas na capa, sugerindo caminhos e percursos conforme a figura 4, para seguir a leitura ao ler o material.

Em pesquisa em bancos de dados, como no site www.freepixel.com, foram encontrados elementos, ilustrações e imagens, que se encaixaram com a temática potencializando a comunicação com o público – alvo, conforme a figura 4:

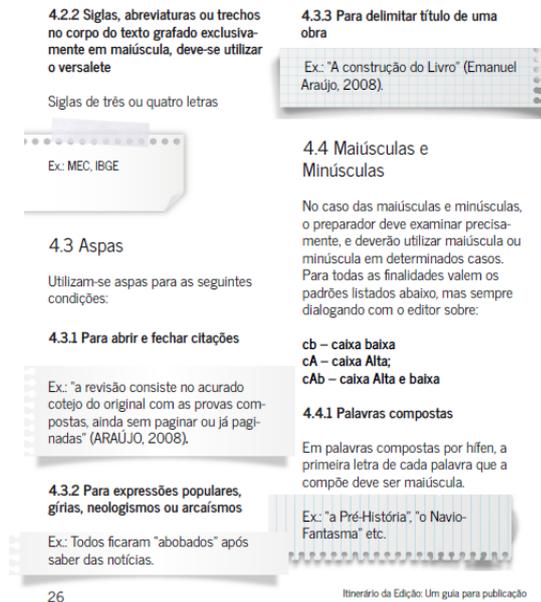
Figura 4 - Capa Itinerário da Edição



Fonte: *Print Screen* da capa do Itinerário da Edição

Outros elementos agregados ao projeto editorial foram as simulações de *post it*, ou/e pedaços de papéis, que transmitiram a ideia de “recortes feito a mão” (figura 3), auxiliando a formular o conceito central do projeto editorial:

Figura 5 - Página interna com detalhe de recorte de revista



Fonte: *Print Screenshot* da parte interna do Itinerário da Edição

A cor, num elemento visual, transmite informação tanto quanto os dados textuais ou, isoladamente, como na utilização de símbolos gráficos (pictogramas). Neste contexto, a cor também se configura como um importante elemento em qualquer meio visual de comunicação, devido à sua influência sobre os indivíduos, suas emoções e seu processo cognitivo. Por isso, exprime diferentes sensações de acordo com reflexão dos raios luminosos em um determinado objeto, percebidas pelo órgão da visão e interpretadas pelo cérebro. E, se apresenta em diversas situações do nosso cotidiano, como uma informação, em conjunto com outros elementos que compõem a linguagem visual.

Seguindo a psicologia de Farina (2000), a escolha das cores se deu em função da necessidade da criação de contrastes entre fundo claro/fonte escura e vice-versa. Assim, optamos pelo contraste preto e branco entre os textos mais extensos. Também há cores estabelecidas pela identidade visual da marca como vinho e cinza, no material impresso e online, respeitando a unidade entre as peças. Em alguns detalhes estão presente as cores marrons referentes à textura de papelão, que remetem ao conceito central do projeto editorial: "feito manual".

Fase II – Impressão

Para confecção do material impresso, foi considerado o conceito dos autores Golombisky & Hagen (2012, p 224): “Velocidade, qualidade e preço.”

Em gráficas expressas é possível encontrar mais opções de papeis e de impressões, além de opções de encadernação e acabamento.

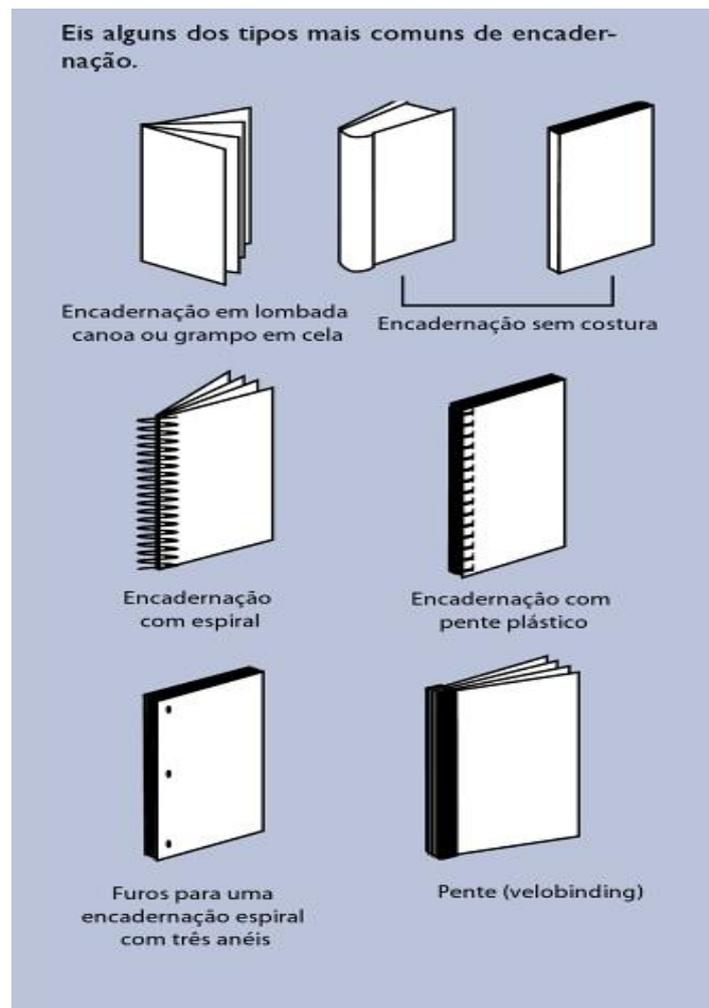
As gráficas comerciais ou *offset* também oferecem flexibilidade de serviço. Se a tiragem do trabalho for de 500 peças ou mais, as *offsets* podem fornecer variadas opções de impressão e encadernação. Essas gráficas oferecem serviços como corte e vinco, cortes vazados, relevo e também cores especiais como PANTONE⁸. Um diferencial desse tipo de gráfica é o custo por unidade menor na grande tiragem. A *offset* rotativa difere da impressão offset por utilizar bobinas de papel maiores que o convencional em vez de folhas cortadas usadas nas impressões *offsets* tradicionais.

Outro exemplo é a impressão digital, que ganhou popularidade nos últimos anos. Enquanto a impressão offset utiliza tinta tradicional, a impressão digital usa toner e está mais próxima dos processos de impressão colorida a laser ou fotocópia colorida. Para pequenas tiragens (500 cópias), a impressão digital pode ser muito econômica.

Para a confecção do Itinerário da Edição optamos por utilizar a modalidade *offset*, por oferecer como maior custo benefício em relação à qualidade do material. Já para a encadernação, escolhemos a do tipo lombada, conforme a figura 6, canoa sem costura, pela disponibilidade da gráfica e custos benéficos.

⁸Pantone é uma empresa mundialmente conhecida por seu sistemas de cor, largamente utilizado na indústria gráfica.

Figura 6 - A tipos de encadernação



Fonte: <https://books.google.com.br/books?id=4utp3dnecwMC&pg=PA226&dq=impress%C3%A3o+offset&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwj27JjbpaXJAhUIr5AKHZFKBbgQ6AEILjAB#v=onepage&q&f=false>

Segundo Golombisky & Hagen (2012), a escolha do papel e do método de impressão depende de três coisas: da aparência, da comunicação e do orçamento. A partir dessa concepção, foi escolhido o papel Couchê fosco 240 mg, por apresentar aparência e consistência para capa e miolo, e o papel Polén soft 90 mg em preto e branco, por apresentar uma tonalidade suave, ao mesmo tempo diferenciando do branco.

Fase III – Ebook Itinerário da Edição

A adaptação para o ambiente online, versão digital, do Itinerário da Edição seguiu os critérios de usabilidade criando hiperlinks⁹, para dentro e fora do ebook, e acrescentou alguns elementos que irão trazer sensação de sombra, como um livro físico.

O SITE

Em poucos anos, desde o surgimento da internet em 1990, o número de servidores web cresceu exponencialmente. A web tornou-se rapidamente um poderoso meio de divulgação de informação. Uma informação publicada em HTML pode ser acessada em poucos minutos por pessoas em qualquer parte do mundo, em diferentes plataformas. Esse crescimento da internet nos últimos anos fez com que cada vez mais empresas buscassem sites para divulgarem os seus produtos e serviços perante ampla audiência que essa ferramenta possa alcançar.

O projeto editorial do site foi construído a partir da formulação de conteúdo manual. Após isso, foi pensado em uma tecnologia para ser contemplado esse conteúdo. Em um primeiro momento, partiu dos conhecimentos de uma das autoras desse trabalho o desenvolvimento de um site para editora pE.com em formato WordPress¹⁰. Através de pesquisa aprofundada foi possível entender as limitações que essa ferramenta poderia trazer a editora pE.com. Em contato com o Centro de Processamento de Dados (CPD) da Universidade federal de Santa Maria foi possível chegar a um consenso sobre a tecnologia que iríamos utilizar no desenvolvimento do site da pE.com. Assim, de acordo com a pesquisa e consenso, optamos por utilizar a ferramenta disponibilizada pelo CPD, para projetos e centros ligados à UFSM, a tecnologia Joomla¹¹. Atualmente, a UFSM utiliza uma padronização na fabricação de sites, padrões web de desenvolvimento, em plataforma Joomla. A partir disso, se tornou padrão de qualidade a utilização desses recursos. A padronização desses recursos fez com que a universidade se destaque juntamente com o MEC¹².

⁹Hiperlink é sinônimo de link e significa qualquer coisa que se coloca em uma página da web e que, quando clicada com o lado esquerdo do mouse, abre uma página diferente, ou um lugar diferente, da internet.

¹⁰WordPress é um aplicativo de sistema de gerenciamento de conteúdo para *web*, escrito em PHP com banco de dados MySQL, voltado principalmente para a criação de blogs e sites via web.

¹¹Joomla é um dos principais sistemas de gestão de conteúdo da atualidade (*Content Management System - CMS*).

¹²Ministério da Educação.

Esse cenário deu início a uma parceria com CPD para o desenvolvimento do site pE.com. O CPD apresentou várias limitações superadas pela uniformidade e a padronização do design das páginas desenvolvidas em Joomla, conforme a figura 7 e 8:

Figura 7 - Página da UFSM



Fonte: <http://w3.ufsm.br/>

Figura 8 - Página do curso de Engenharia de Produção desenvolvido pelo CPD



Fonte: <http://w3.ufsm.br/engproducao/>

Figura 9 - Página inicial do site institucional da pE.com UFSCar



Fonte: <http://200.18.32.173/pecom2/>

Apesar das limitações presentes no desenvolvimento do site da pE.com, conseguimos através de recursos visuais, como cores e iconografia, estabelecer o conceito central do projeto editorial desenvolvido no trabalho. As cores estabelecidas no site da pE.com são referentes às cores da marca: marrom, cinza e branco. Com o mesmo intuito de estabelecer contrastes claro/fonte optamos também pelo contraste preto e branco entre conteúdo e fundo.

3. DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS EDITORIAIS

A seguir relataremos o processo da produção do nosso Projeto Experimental, conforme as orientações.

O trabalho de conclusão de curso iniciou-se com a ideia, no segundo semestre de 2014, de um manual com normas de submissão de publicação para a Editora Experimental do curso de Comunicação Social - Produção Editorial – UFSM. De cunho experimental, a ideia inicial era criar um manual com as normas de submissão voltadas para a acessibilidade para que deficientes visuais pudessem submeter seus projetos à pE.com UFSM. Essa temática voltada à acessibilidade surgiu com base em experiências pessoais, com a preocupação com a exclusão social, e também com a preocupação de respeitar os critérios de inovação que estão agregados a essa modalidade de projeto experimental.

No mesmo ano, 2014, houve uma pesquisa de campo dentro da Universidade Federal de Santa Maria, o que gerou um amadurecimento da ideia principal do projeto: guia do autor voltado para acessibilidade.

Em virtude do interesse em desenvolvimento de tarefas relacionadas ao texto, bem como possibilidades de produção de trabalho empírico voltado à área de edição, na primeira orientação do primeiro semestre de 2015, dia 03 de março, foram estabelecidos os primeiros contatos que deram início à construção desse projeto.

A partir de uma pesquisa de campo, a autora Camila Jaeger entrevistou a servidora da UFSM Fernanda Taschetto, funcionária da biblioteca setorial do centro de educação, portadora de deficiência visual desde os 13 anos de idade, para melhor compreender se o projeto haveria viabilidade. Em consenso, no dia 10 de março de 2015, decidimos debater com a orientadora, Marília Barcellos, sobre o público-alvo da pE.com UFSM.

A mudança de foco do projeto ocorreu devido aos recursos disponibilizados para deficientes visuais que encontramos atualmente. Segundo a bibliotecária Fernanda, ela executa suas atividades de trabalho, estudo e lazer através do computador com o auxílio do software de leitura de tela¹³. Sendo assim, não há uma necessidade e em demanda para a confecção de um livro exclusivo em Braille¹⁴. Assim como o site, os livros digitais possuem

¹³NVDA

¹⁴O Braille é um sistema universalmente na leitura e na escrita por pessoas cegas.
Referências: (<http://www.ibc.gov.br/?itemid=99>)

fácil acesso também às pessoas portadoras de alguma deficiência visual devido aos softwares leitores de telas.

Em comum acordo, o desenvolvimento de Projeto Experimental de Conclusão de Curso seria um manual Interno impresso, um *itinerário* a ser seguido para a produção dos objetos dentro da editora, contribuindo também enquanto ferramenta pedagógica para sala de aula. Além do Manual Interno optamos por produzir um site institucional para a pE.com UFSM, viabilizando maior visibilidade à Editora, sanar dúvidas de Docentes que queiram submeter seus trabalhos e noticiar sobre o universo editorial.

Em duas semanas, houve leituras e compressão do tema proposto e pesquisa de manuais para confeccionarmos o manual da pE.com UFSM. Sempre em comum acordo, dialogando e optando pelo caminho mais viável, pensando em como futuramente seria utilizado o experimento.

No início mês de abril, enquanto a pesquisadora Camila Ü. Jaeger cotejava os manuais, para a produção de conteúdo do projeto, Gabrielle B. Adolfo pesquisava a estruturação, layout do site em WordPress¹⁵. Até então, as pesquisadoras realizariam o site em WordPress e comprariam um domínio¹⁶. Contudo, surgiram possibilidades da utilização do CPD (Centro de Processamentos de Dados), os responsáveis pela criação dos sites institucionais da Universidade Federal de Santa Maria. Assim, foi estabelecido, os primeiros contatos que deram início ao site da editora pE.com UFSM¹⁷.

Em seguida o site da editora começou a tomar sua forma, a pesquisadora Gabrielle foi a mentora do processo gráfico. Como o Projeto Experimental de conclusão de curso é realizado em dupla, houve muito diálogo e parceria nas reuniões e decisões sobre o tanto conteúdo.

Para melhor entendimento e saneamento dos *déficits* da pE.com UFSM, foi realizada uma pesquisa qualitativa, apêndice I, no dia 14 de abril. Finalizamos a coleta no dia 28 de abril. A coleta de dados obteve saneamento de dúvidas como: *objetivos, política editorial, normas de desenvolvimento dos projetos, modalidades dos produtos, público-alvo, modo de submissão dos projetos para publicação, serviços prestados, formato em que se deve enviar o original, quem atua dentro da editora*. Estas foram algumas das questões realizadas para que entendêssemos melhor a Editora Experimental.

¹⁵O WordPress é uma plataforma semântica, software livre e gratuito, para publicação pessoal, com foco na estética, nos Padrões Web e na usabilidade.

¹⁶ Endereço eletrônico.

¹⁷ coral.ufsm.br/pecom/.

O mês de maio foi dedicado para a elaboração do site, conteúdo e parte gráfica, em paralelo ao manual interno.

A criação do conteúdo se baseou em quatro métodos:

Quadro 2 - Fases utilizadas para criação de conteúdo

<ul style="list-style-type: none"> • Primeira fase: 	Entrevista qualitativa com a responsável da pE.com UFSM, para melhor entendimento sobre a editora e suas carências.
<ul style="list-style-type: none"> • Segunda fase: 	Trabalho Editorial e Fundamentação.
<ul style="list-style-type: none"> • Terceira fase: 	Padronização de estilos, citações, numerais, notas de rodapé, referências, figuras, quadros, tabelas e gráficos
<ul style="list-style-type: none"> • Quarta fase: 	Estrutura Geral do Livro

Fonte: Quadro produzido pelas pesquisadoras

Após revisão de conteúdo, apresentamos o site já estruturado para a orientadora. O *feedback* foi positivo e definimos que deveríamos acrescentar no catálogo da Editora, produtos que foram produzidos pela pE.com. Em seguida, houve a coleta de dados para a produção do catálogo, imagens, resumos e demais informações.

As reuniões junto à equipe de desenvolvimento do site (CPD) aconteceram periodicamente para sanar as dúvidas em relação ao *layout* e outras possibilidades para o nosso projeto. Para melhor compressão dos objetivos almejados, Gabrielle B. Adolfo apresentou exemplos de projetos de site à equipe do CPD. Nos dois últimos encontros das acadêmicas junto à equipe do CPD foram apresentados o layout e a programação do site da pE.com por parte da equipe do CPD.

Segue, abaixo, um registro da primeira reunião referente à criação do site da pE.com UFSM, junto à equipe do Centro de Processamento de Dados no dia 18 de maio de 2015:

Figura 10 – primeira reunião no CPD



Fonte: <http://migre.me/rVOBR> Acessado em: 26 de outubro de 2015

Quadro 3 - Pautas discutidas na primeira reunião no CPD

- Limites da tela, layout. Expansão do conteúdo sobre a tela, é possível?
- Imagem para quebra de leitura
- Cabeçalho e rodapé é padrão?
- Na parte de notícias devem haver imagens
- Para aprender a mexer no site o CPD está refazendo os tutoriais e também teremos um treinamento após o site ficar pronto
- Não há área restrita para colocar o 'login' para os "clientes"
- Página interna (*accordion*) é possível, mas há possibilidade de não dar certo devido a programação
- Parte para o catálogo é possível
- Enviar os arquivos sempre estruturados para anexar ao site
- Há possibilidade de fazer o manual interno em outra página, mas não logada na da PE.com e para todos terem acesso também.

Fonte: Quadro produzido pelas pesquisadoras

Na primeira orientação do mês de junho foi elaborado sumário do manual. Foi escolhido realizar o processo inverso de metodologia, de início produzir o experimento e posteriormente a escrita do Projeto Experimental de Conclusão de Curso. Neste período, já

havia a metade do conteúdo do manual de editoração concluído. Na sequência foi finalizado o conteúdo, relacionando aos autores, como por exemplo, referência Joaquim da Fonseca (2008), Emanuel Araújo (2008), Gérard Genette (2009), Leandro Müller (2010) e Roger Chartier (1999).

A partir do cronograma estabelecido pelas autoras, o conteúdo foi para a revisão geral no início de julho (período de férias), a aluna do PosCom da Universidade Federal de Santa Maria, Ângela Sowa realizou a revisão geral do manual. No mesmo período, as pesquisadoras definiram o planejamento da parte gráfica do manual. Seguindo orientações de autores como TSCHICHOLD (2007), ARAÚJO (2008) E ENDEL (2013), iniciou-se o desenvolvimento do projeto gráfico do Itinerário da Edição. Em um primeiro momento, optou-se por desenvolver o formato impresso na dimensão 14 x 21cm. Um tamanho inovador, diferente, perante ao cenário em que as autoras estão inseridas, um local de experimentação: na pE.com UFSM. A partir dessa decisão, foram dados os próximos passos da diagramação do produto midiático, como por exemplo, decisão da tipografia, *grid* e cores.

Em meio às férias de julho, foi realizada outra reunião, o Centro de Processamento de Dados já pretendia nos entregar o site. No mesmo instante foi realizado o treinamento para manutenção de conteúdo do site da pE.com UFSM, administrado pelo atuante Diovane Soligo, programador estagiário. As pautas apresentadas no treinamento foram:

- *inserir de post de notícias;*
- *adicionar novos projetos no catalogo;*
- *incluir banners na homepage;*
- *ajustar textos em geral e imagens na plataforma Joomla.*

Figura 11- entrega do site institucional da pE.com UFSM



Fonte: <http://migre.me/rVOsy> Acessado em: 26 de outubro de 2015

No início do segundo semestre, em agosto, foi colocado em pauta das reuniões de orientação a denominação do manual, ou seja, o nome do livro impresso e ebook. A partir de pesquisas as autoras denominaram como: Itinerário da Edição.

O desenvolvimento da versão ebook do Itinerário da Edição foi confeccionado posteriormente à criação do impresso.

Para a testagem dos produtos midiáticos separamos por público-alvo dos produtos midiáticos, Itinerário da Edição e site institucional. Na primeira fase buscamos respostas em relação ao público-alvo “interno”, aos profissionais atuantes da pE.com, ou seja, foi analisado principalmente o Itinerário da Edição, em sua versão digital. A segunda fase da testagem aconteceu com o público-alvo “externo” da editora, como por exemplo, autores em busca de uma editora.

Por meio da professora e orientadora Marília de Araujo Barcellos foi realizado o convite para a testagem do manual com os alunos da disciplina complementar de graduação do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria, a disciplina Editora Experimental, como denominamos anteriormente, o público-alvo “interno”. A escolha dessa turma específica é justificada a partir da aproximação dos aluno

da disciplina junto a editora experimental, pois a disciplina tem como objetivo trabalhar dentro de uma editora experimental.

O convite aos alunos foi feito via Moodle¹⁸, uma plataforma de aprendizagem à distância utilizada pela Universidade Federal de Santa Maria, portando mediamos pela professora da disciplina.

Quadro 4 - Convite aos alunos para realização do teste

“Caros alunos,
As orientandas Camila Ü. Jaeger e Gabrielle B. Adolfo prepararam o Manual da Editora Experimental pE.com UFSM em seu Projeto Experimental(TCC). O manual está inserido no site da Editora (ainda em elaboração). Solicito aos alunos da disciplina Editora Experimental que compareçam no dia 24 de setembro, na sala 1114, prédio 67, em horário de aula, para contribuir com a testagem do material.

Objetivos da atividade:

- Qualidade técnica do site, Apontar facilidades e dificuldades encontradas ao acessar o material, indicando melhorias ou não no acesso.
- Produto de acordo com o conteúdo.
- Usabilidade do Manual nas etapas do processo editorial”.

Fonte: Quadro produzido pelas pesquisadoras

No dia 24 de setembro foi aplicada a testagem da Itinerário da Edição junto ao site da pE.com com dez alunos do curso de Comunicação Social – Produção Editorial. A sala de aula mencionada no convite é o Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Produção Editorial (LAPPE). Durante o teste houve vários questionamentos, os alunos demonstraram cuidado e interesse em colaborar com o nosso projeto, ver apêndice II.

Após várias críticas construtivas, modificamos alguns aspectos da parte gráfica, como mostram, na figura 12:

¹⁸Moodle (*Object-Oriented Dynamic Learning Environment*) é um software livre de apoio à aprendizagem virtual.

Figura 12 - Primeira prova da parte gráfica

11.1 Extra - textual

11.1.1 Capa

Capa é a parte externa do livro, serve para deixar as folhas unidas e protegidas, hoje em dia a capa não só protege o produto como tem a função de publicidade e comunicação interna do livro. Contendo o título e o nome autor.

Antigamente os livros e as capas eram produzidos a mão. Os livros considerados de luxo continham traços de ouro e capa dura, atualmente as capas não são mais manuais e a capa dura devido ao custo elevado não é muito comercializada.

11.1.2 Quarta capa ou Contracapa

A quarta capa segundo Gérard Genette é um local estratégico que podem conter algumas informações como:

- Uma chamada do nome do autor e do título da obra
- Uma nota bibliográfica
- Biográfica.
- Um release
- O número do ISBN
- O código de barras
- Referência da ilustração da capa

Sendo estas informações contribuição para a venda e visibilidade do livro.

11.1.3 Sobre capa/ Jaqueta

A sobre capa ou jaqueta é uma cinta que envolve a capa do livro, tem o formato menor e normalmente é utilizada como um cartaz do livro.

11.1.4 Lombada

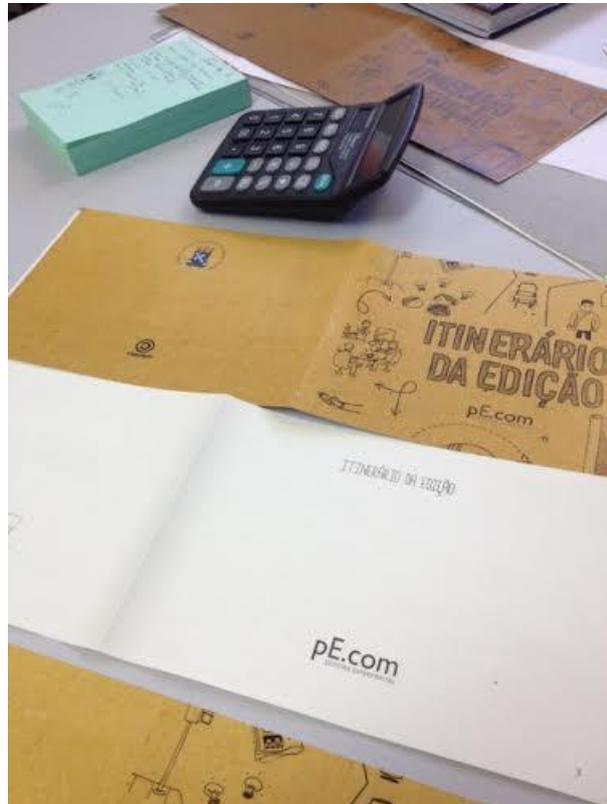
A Lombada é o componente importante estratégico do objeto, livro, composto com o nome do autor, o logotipo da editora e o título da obra.

Temos dois tipos de lombada, a Americana e a Européia, ficando a critério do editor a maneira mais pertinente para a obra.

Fonte: *print screen* da primeira prova do Itinerário da Edição

Após o teste, a questão da parte gráfica foi refeita, havendo modificações para melhor legibilidade.

Figura 13 - Segunda e última prova da parte gráfica



Fonte: Imagem tirada pela pesquisadora Gabrielle Adolfo

Após a primeira prova, em virtude de melhor adaptação para leitura alteramos o formato de 21x15cm para 19x23cm.

A impressão foi realizada sob demanda, ou seja, uma tiragem de 10 exemplares na gráfica de Santa Maria, Gráfica e Editora do Curso Caxias.

Após os ajustes e conclusão do Itinerário da Edição, versão impressa e ebook iniciaram-se a testagem do Site Institucional, com o público externo, no caso, parceiros da pE.com UFSM.

A verificação do segundo produto, o Site Institucional da pE.com UFSM, foi realizada a partir de um questionário, ver em apêndice III, também disponibilizado via internet, com a parceira da pE.com UFSM, Professora Doutora Sílvia Maria de Oliveira Pavão filiada ao Departamento de Fundamentos da Educação - UFSM.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao escolher o tema do trabalho de conclusão de curso tínhamos grande interesse em produzir um projeto experimental. A união dos interesses resultou no projeto experimental em paralelo a pE.com UFSM, resultando na elaboração de dois produtos: o manual de editoração interno denominado Itinerário da Edição e o Site Institucional da editora.

Foi necessário entender, através das entrevistas, quais eram as necessidades da editora para que o trabalho suprisse as demandas de maneira interna e externa. Com a composição dos produtos, buscamos maior visibilidade, inovação e contribuição no diálogo entre parceiros e atuantes da pE.com UFSM.

Ao apresentar as possibilidades de acesso ao Itinerário da Edição, com suas devidas peculiaridades em relação ao formato e a proposta do projeto em formato digital e impresso, obtivemos resultados satisfatórios ao consultarmos aos alunos, o público - alvo.

Ademais, podemos entender que o projeto cumpre a função de colaborar no processo de comunicação interna da editora pE.com UFSM. Isso se confirmou com as respostas do segundo questionário aplicado no público-alvo. Os resultados apontaram que os acadêmicos consideraram o produto Itinerário da Edição essencial para uma formação completa, incluindo, especialmente, àqueles que têm a possibilidade de passar pela editora experimental do curso de Produção Editorial.

O segundo questionário disponibilizado para o público-alvo “externo” da editora, os autores, também demonstrou-se positivo. Na coleta de dados, foram analisadas opiniões favoráveis e construtivas à novidade do Site Institucional como um canal mais aberto e de fácil acesso às informações e às demandas da editora experimental de comunicação.

No desenvolvimento do trabalho, desde o levantamento dos dados preliminares – problema, objetivo geral e específicos – na preparação dos produtos midiáticos, até o retorno dos acadêmicos, público-alvo “interno” e do autor, público-alvo “externo”, sobre os produtos, o grande desafio foi a transformação da ideia inicial em um importante aparelho de apoio acadêmico para curso de Comunicação Social – Produção Editorial. Ao concluirmos, consideramos que os objetivos foram atendidos trazendo bons resultados à editora pE.com UFSM.

REFERÊNCIAS

ARTMED EDITORA. **Manual Artmed de editoração**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

_____. **Manual Grupo A de publicação**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed: 2011.

Agência Brasileira do ISBN. Acessado em: <<http://www.isbn.bn.br/website/>> Acesso em: abr. de 2015.

ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro: princípios e técnicas de editoração**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2008.

BARCELLOS, Marília de Araujo. Produção Editorial em Início do século XXI. **Cadernos De Comunicação**. Santa Maria, v.16, n.1, Jan./Jun., p.181-191, 2012. Disponível em: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs2.2.2/index.php/ccomunicacao/article/view/5838/4337>>. Acesso em: maio de 2015.

BARCELLOS, Marília de Araujo. COLETTO Luiz Henrique. (org.). **PENSE: produção editorial na sua essência**. Santa Maria: pE.com, 2015.

ARGAN, Guilio Carlo. **Arte Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BUFREM, Leilah Santiago. **Editoras Universitárias no Brasil**. Uma Crítica para reformulação da prática. São Paulo: Edusp, 2001.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. Tradução Reginaldo de Moraes. São Paulo: Editora UNESP/Imprensa Oficial do Estado, 1999.

CORONEL, Daniel Arruda (ORG) (et al). **Guia do autor**. Santa Maria: Ed. Da UFSM, 2014.

_____. **A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII**. Tradução de Mary Del Priori, Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994.

Editora UFSM. Acessado em: <<https://editoraufsm.com.br/apresentacao/>> Acesso em: setembro de 2015.

Editora Experimental, pE.com. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/pecom/>>. Acesso em 22 de outubro de 2015.

ENDEL, Richard. **O Design do Livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2013.

FARINA, Modesto, **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5º ed. São Paulo: Edgard Blusher, 2000.

FILHO, Plinio Martins. ROLLEMBERG, Marcello. Edusp: Um Projeto Editorial. 2.ed. São Paulo: Ateliê, 2001.

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico**: design e produção gráfica de impressos e livros. Porto Alegre: Bookman, 2008.

GENETTE, Gérard. **Paratextos editoriais**. Tradução Álvaro Faleiros. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2009.

GOLOMBISKY, Kim & HAGEN, Rebecca. **Espaço em branco não é seu inimigo: guia de comunicação visual para iniciantes em design gráfico**. Rio de Janeiro:Elsevier, 2012.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico**: do invisível ao ilegível. São Paulo: Rosani, 2008.

GRUSZYNSKI, Ana & CALZA, MárlonUliana. **Projeto gráfico: a forma de um conceito editorial**. In: SCHWAAB, Reges & TAVARES, Frederico. M. B. (Orgs.). A Revista e Seu Jornalismo. Porto Alegre: Editora Penso. 2013.

JAEGER, Camila Ü. ADOLFO, Gabrielle B. *Itinerário da Edição*. 1ª Ed. Santa Maria: Editora Experimental pE.com, 2015. 72 p.

Ministério da Cultura, Fundação Biblioteca Nacional. Acessado em: <<http://www.bn.br/>>
Acesso em: abril de 2015.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 2005.

MICHAELIS. **Dicionário online**. <http://michaelis.uol.com.br/> Acesso em 10 de outubro de 2015.

MÜLLER, Leandro. **Como editar seu próprio livro**: um manual básico para quem quer se publicar ou ser publicado. 1ª ed. Rio de Janeiro: Ilustração, 2010.

SAMARA, Timothy. **Construção e desconstrução**. São Paulo: Ed. COSAC NAIFY, 2007.

_____. **Guia de design editorial**: Manual prático para o design de publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação**: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento Visual Gráfico**. 7 ed. Brasília: Linha Gráfica Editora, 1998.

ZEBBER, Arlete *et al.* **Normas para publicações da UNESP**. Vol4. São Paulo: Editora UNESP, 2010.

APÊNDICE I

A. Questionário utilizado para entrevista com a Professora Marília:

História:

Como a PE.com surgiu?

Quem ajudou a tornar a PE.com uma editora experimental?

Qual seu público-alvo? O público é específico? Há abertura para submissão de trabalhos para público externo? Justifique.

Como a PE.com é conhecida dentro da Universidade /FACOS? Ela tem uma divulgação?

Quais são os serviços que a editora oferece atualmente?

A editora dá consultoria ou só desempenha os processos editoriais dos produtos?

Perguntas para manual interno:

Como são as principais etapas de editoração da PE.com? Há uma “linha” a ser seguida?

Quem executa os serviços editores oferece? São pessoas fixas para cada tarefa?

Quais são as ferramentas de trabalho utilizadas nos serviços prestados?

Como são as etapas das publicações?

Há preparação, primeira prova e segunda?

As revisões são feitas de que modo? Quem executa a tarefa de revisor, preparador, parte gráfica da editora?

Perguntas para manual do autor:

Como você descreveria a apresentação da editora?

Como é /será o conselho editorial da PE.com?

Nas etapas de edição

- Como o autor deve entregar o original?
- Como são feitas as análises dos originais/outros produtos?
- Como é dado o feedback para os autores?
- Como são as normas para elaboração dos originais?

Há alguma exigência para a entrega do original/projeto?

Quais os processos de edição da PE.com?

B. Questionário utilizado para testagem com os alunos:

Após a navegação no site institucional da Editora, responda a seguir as seguintes perguntas:

Sobre o Site:

1. Ao abrir o site, o que mais lhe chamou atenção?
2. Qual a parte que menos chamou atenção?
3. Qual a parte que poderia ser mais bem explorado? De maneira geral, descreva as vantagens e desvantagens observadas na página da pE.com.

Sobre o Manual/Itinerário da Edição:

1. O que mais lhe chamou atenção ao abrir o manual/Itinerário da Edição em formato PDF?
2. A interatividade do Menu do Itinerário da Edição ajudou a localizar tópicos específicos no material
3. Quais foram suas percepções do Manual/Itinerário disponibilizado no meio digital? Você sente a necessidade de ter um material também analógico?

4. De maneira geral, descreva as vantagens e desvantagens observadas na do manual/Itinerário da Edição.

C. Questionário utilizado para testagem com uma das parceiras da pE.com UFSM:

Questionário referente ao site da Editora Experimental pE.com:

1. Ao abrir o site, o que mais lhe chamou atenção?
2. Qual a parte que menos chamou atenção?
3. Qual a parte que poderia ser melhor explorado?
4. Encontrou alguma dificuldade em acessar alguma informação? Se possível comente sobre a usabilidade do site.
5. Em relação aos elementos do site, como por exemplo, ícones, cores e tipografia, você acha que estão de coerentes a identidade visual da Editora?
6. Você teria alguma dúvida em relação submissão de algum projeto para a produção em parceria com a Editora Experimental pE.com?
7. Como você supria as dúvidas em relação a Editora antes do site?

* Para acesso ao site basta acessar o link: www.ufsm.br/pecom

APÊNDICE II

Após a navegação no site institucional da Editora, responda a seguir as seguintes perguntas:

SOBRE O SITE

Ao abrir o site, o que mais lhe chamou atenção?

ALUNO 1: O que mais chamou a atenção ao abrir o site foram as cores escolhidas e o banner animado.

ALUNO 2: O fato de ele ser Institucional e seguir o padrão dos novos sites da UFSM; A presença dos interativos de redes sociais.

ALUNO 3: O logo da pE.com

ALUNO 4: Os menus que estão bem divididos e por ser um site bem limpo e bom para a leitura.

ALUNO 5: A distribuição dos assuntos está bem visual e “clean”. Não está confusa como alguns sites institucionais que geralmente se verifica uma confusão e poluição de vários elementos.

ALUNO 6: Menus garantem uma boa visibilidade do site e as cores usadas permitem fácil leitura.

ALUNO 7: O visual limpo e agradável contraste de cores.

Qual a parte que menos chamou atenção?

ALUNO 1: A parte que menos chamou a atenção foi a barra de menu da UFSM no topo do site.

ALUNO 2: Os textos estão muito espaçosos na página. E pelo menos no meu navegador, estão quase todos em negrito.



A largura que esse texto ocupa na página, por exemplo, poderia ser metade do tamanho. Até porque é pouco texto. Em alguns momentos também há uma quebra nas fontes e pode afetar a percepção do usuário. Exemplo:



ALUNO 3: As cores em marrom.

ALUNO 4: As últimas notícias demoraram a chamar a minha atenção.

ALUNO 5: Não tenho o que apontar nessa questão.

ALUNO 6: Os parceiros.

ALUNO 7: Não tem como clicar no banner que fica mostrando as notícias pra ser diretamente redirecionado.

Qual a parte que poderia ser mais bem explorado? De maneira geral, descreva as vantagens e desvantagens observadas na página da pE.com.

ALUNO 1: Acho que a página inicial do site poderia ser mais explorada, poderiam ser acrescentado mais conteúdo entre o banner e as notícias. As vantagens que encontrei no site foi a facilidade de localizar os conteúdos. A barra de menu é bem simples e direta, assim como a navegabilidade entre as páginas. Não encontrei desvantagens.

ALUNO 2: Em diversas partes do site, os links para páginas externas, por exemplo o link dos parceiros, downloads das publicações no catalogo etc., abrem na mesma página. Seria interessante se esses links externos abrissem numa nova guia no navegador. Os banners da

Home poderiam ser clicáveis. Interessante colocar o mapa interativo na página Contato. Só a localização está errada.

ALUNO 3: De maneira geral, descreva as vantagens e desvantagens observadas na página da pE.com. As guias estão interativas com o usuário.

ALUNO 4: Na parte das ‘últimas notícias’ ter algo para chamar mais a atenção do leitor. Talvez alguma mudança na cor ou puxar mais para cima. Achei vantagem na organização que ficou muito boa para encontrar tudo o que precisamos. Acho que uma desvantagem pode ser a cor marrom em cima, que ficou meio estranha na página.

ALUNO 5: A parte de processo editorial poderia ter mais informações sobre cada um dos itens. A grande vantagem da página se deve a organizar um material importante e de fácil acesso aos alunos da Produção Editorial e outras pessoas que queriam publicar pela editora.

ALUNO 6: Acredito que o site esteja bem simples e objetivo.

ALUNO 7: Poderia ser mais explorado a descrição do processo editorial no site. Fácil navegação e ótima interface.

SOBRE O MANUAL/ITINERÁRIO DA EDIÇÃO:

O que mais lhe chamou atenção ao abrir o manual/Itinerário da Edição em formato PDF?

ALUNO 1: O que mais chamou a atenção foi a parte gráfica do manual, principalmente o formato, a capa e as fontes escolhidas.

ALUNO 2: Tem o aspecto de algo manual (a textura, as ilustrações...) o que ficaria muito bonito no impresso. A inserção de elementos interativos (hiperlinks).

ALUNO 3: É fácil se conectar com o conteúdo do manual, e isso é fundamental.

ALUNO 4: Que através do sumário é possível localizar tudo que procuramos e a diagramação está muito boa. Percebi que ele está bem completo e serve muito para quem está entrando no curso agora.

ALUNO 5: A funcionalidade e utilidade do manual.

ALUNO 6: O bom uso de cores e a fonte divertida. As ilustrações e diagramação estão muito boas.

ALUNO 7: O formato de duas páginas que é pouco usual, mas funciona nesse caso.

A interatividade do Menu do Itinerário da Edição ajudou a localizar tópicos específicos no material?

ALUNO 1: Sim, porém eu soube que o menu era interativo quando li esta questão.

ALUNO 2: Ajudou, porém seria melhor se tivesse alguma indicação para melhor identificar na página o que são links e o que são apenas textos. Por exemplo, na página 58 essa identificação fica bem visível.

ALUNO 3: Sim, o Itinerário é bem completo e cheio de informações necessárias.

ALUNO 4: Sim.

ALUNO 5: -

ALUNO 6: Sim, é de grande ajuda ao se procurar material específico.

ALUNO 7: Sim, todos os tópicos estão bem claros.

Quais foram suas percepções do Manual/Itinerário disponibilizado no meio digital? Você sente a necessidade de ter um material também analógico?

ALUNO 1: Por ser um material utilizado para consulta, particularmente, acho válido uma versão analógica que fique disponível principalmente na editora.

ALUNO 2: Para manter no formato digital, ainda precisariam algumas adaptações, por exemplo, a forma como a visualização de duas páginas se comporta nas telas. Poderia manter apenas uma página por vez e que ocupe melhor o campo visual da tela. Seria interessante, sim, ter o formato impresso. Não necessariamente algo em grande escala, mas algo para ter disponível na Editora, para levar em lançamentos etc. Uma possibilidade de divulgar esse material quando necessário sem depender totalmente do digital.

ALUNO 3: O manual é bastante interativo, possui exemplos, o que agrega bastante ao conteúdo. Um manual impresso seria bem útil e interessante.

ALUNO 4: Acredito que seria interessante também.

ALUNO 5: Sim, facilita a busca dos assuntos.

ALUNO 6: Acredito que com os recursos já disponibilizados o material está bem completo. Mas seria interessante ter um formato físico para apreciação.

ALUNO 7: Sim, pois o manuseio no dia a dia se dará de forma muito mais prática do que apenas com o digital.

De maneira geral, descreva as vantagens e desvantagens observadas na do manual/ Itinerário da Edição.

ALUNO 1: Vantagens: visual do manual, a interatividade do menu, a legibilidade (fontes legíveis e escrita objetiva) e o formato digital. Desvantagens: a página dupla causa um pouco de dificuldade na leitura do PDF, e a escolha do vermelho para os exemplos causa um estranhamento.

ALUNO 2: Não acredito que existam desvantagens. Se possível, então, gostaria de só fazer algumas sugestões de revisão. Na capa, dar destaque a logo da editora. Alinhar melhor alguns itens. As legendas estão em azul. Sei que é uma imagem, mas dava pra pensar uma maneira de manter a identidade, já que dentro do documentos os destaques estão em outra cor. Essas ilustrações poderiam ser refeitas. Página 52.

ALUNO 3: O formato do itinerário é incrível! As imagens ajudam bastante na compreensão de futuros editores. Entretanto, a cor dos exemplos (vermelha) não casou com as entradas em marrom.

ALUNO 4: Grande vantagem na organização do manual e desvantagem por ser apenas digital, eu prefiro físico para carregar comigo para qualquer lugar e poder marcar, destacar e acrescentar algumas outras coisas que eu acho interessante.

ALUNO 5: Você sente a necessidade de ter um material também analógico? Facilita a forma de receber o manual e não limita a quantidade de exemplares. Mas seria interessante ter versões impressas para uso offline, quando a pessoa não tem acesso ao meio digital por algum problema que possa ocorrer.

ALUNO 6: O material é de grande utilidade e trabalha com os tópicos de forma extrovertida. Pode ser usado tanto como forma de aprendizado como de consulta.

ALUNO 7: -

APÊNDICE III

Ao abrir o site, o que mais lhe chamou atenção?

A interface propriamente dita, de uma cor agradável para leitura e não poluída de informações. “te deixa ver as coisas” com tranquilidade. Em sites muito carregados de informações me causam desespero, pois penso sempre que estou perdendo informações e acabo não lendo tudo.

Ainda me chamou atenção o link da UFSM em números, me agrada muito essa informação pois é importante sempre, estarmos situados. Em se tratando de números, frequentemente esquecemos, razão pela qual essa informação deve ser consultada, e bom que esteja em lugar facilmente encontrado.

Qual a parte que menos chamou atenção?

Fui buscar por isso, não consegui definir. Pode ser que existam coisas que não sejam importantes, mas então não percebi.

Qual a parte que poderia ser melhor explorado?

Histórico da editora, detalhar mostrando a importância fundamental para a formação; número de pessoas beneficiadas com as atividades desenvolvidas por ela. Também destacar que as atividades desenvolvidas por ela cumprem m com o famoso tripé ensino pesquisa e extensão.

Encontrou alguma dificuldade em acessar alguma informação? Se possível comente sobre a usabilidade do site.

Não, sobre a usabilidade do site considerei ótimo. Apresentam dados para quem vai buscar por possibilidade de publicação, por exemplo, o itinerário de publicação, que é atividade fim da editora

Em relação aos elementos do site, como por exemplo, ícones, cores e tipografia, você acha que estão de coerentes a identidade visual da Editora?

Sim

Você teria alguma dúvida em relação submissão de algum projeto para a produção em parceria com a Editora Experimental pE.com?

Não

Como você supria as dúvidas em relação a Editora antes do site?

Diretamente com a Diretora, prof^a Marília