

DESIGN

PARA

NÃO

DESIGNERS

ROBIN WILLIAMS

alma
dos
livros

info@almadoslivros.pt
www.almadoslivros.pt
facebook.com/almadoslivrospt
instagram.com/almadoslivros.pt
tiktok.com/@almadoslivros
twitter.com/almados_livros
linkedin.com/company/alma-dos-livros/

© 2024

Direitos desta edição reservados
para Alma dos Livros

Copyright 2015 by Robin Williams

Tradução autorizada da edição original em língua inglesa
sob o título *The Non Designer's Design Book*, 4th Edition, de Robin Williams,
publicada por Peachpit Press Copyright © 2015,
uma divisão de Pearson Education, Inc.

Título: *Design Para Não Designers*

Título original: *The Non Designer's Design Book*

Autora: Robin Williams

Tradução: Joana Pena

Revisão: Liliana Simões

Paginação: Manuel Cruz

Capa: Vera Braga /Alma dos Livros

Impressão e acabamento: Multitipo – Artes Gráficas, Lda.

Depósito legal: 529 038/24

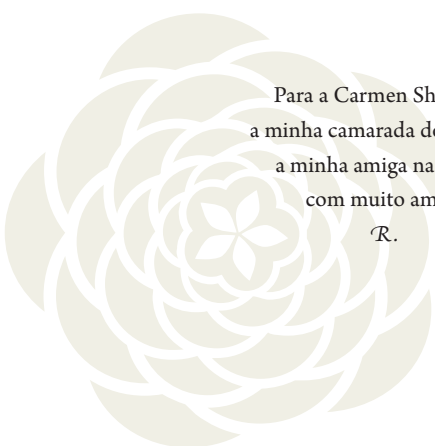
1.ª edição: Abril de 2024

Todos os direitos reservados.


Nenhuma parte deste livro pode ser utilizada
ou reproduzida em qualquer forma sem permissão
por escrito do proprietário legal, salvo as exceções
devidamente previstas na lei.

Marcas registadas

Muitas das designações utilizadas pelos fabricantes e vendedores para distinguir os seus produtos são reivindicadas como marcas registadas. Onde essas designações aparecem neste livro, e o editor estava ciente disso, as designações aparecem conforme solicitado pelo proprietário da marca. Todos os outros nomes de produtos e serviços identificados ao longo deste livro são usados apenas de forma editorial e para o benefício de tais empresas, sem intenção de violação da marca. Nenhum tal uso, ou o uso de qualquer nome comercial, tem a intenção de transmitir endosso ou outra afiliação a este livro.



Para a Carmen Sheldon,
a minha camarada do *Design*,
a minha amiga na *Vida*.
com muito amor,
R.



há mais material a ser impresso e publicado atualmente do que alguma vez foi, e qualquer editor de um anúncio, panfleto, ou livro espera que o seu material seja lido. Os editores e, mais ainda, os leitores querem que seja bem apresentado aquilo que é importante. Não leem nada que seja difícil de ler, e têm prazer naquilo que é claro e bem estruturado, uma vez que isso torna mais fácil a tarefa de compreender. Por esta razão, o importante deve sobressair e o irrelevante deve ser contido. A prática da tipografia moderna também deve adaptar-se à velocidade dos nossos tempos.

Atualmente, não podemos perder tanto tempo num cabeçalho de uma carta ou noutra peça semelhante como era possível ainda nos anos 90.

Jan Tschichold 1935

ÍNDICE

Será este livro para si? 12

Princípios do Design

1	Introdução	13
	A epifania da árvore de Josué.	13
	Os quatro princípios básicos.	15

2	Proximidade	17
	Resumo de proximidade	34
	O propósito básico	34
	Como o alcançar	34
	O que evitar	34

3	Alinhamento	35
	Resumo de alinhamento	56
	O propósito básico	56
	Como o alcançar	56
	O que evitar	56

4	Repetição	57
	Resumo da repetição	70
	O propósito básico	70
	Como o alcançar	70
	O que evitar	70

5	Contraste	71
	Resumo de contraste	86
	O propósito básico	86
	Como o alcançar	86
	O que evitar	86

6	Revisão dos Quatro Princípios do Design	87
	Proximidade	88
	Alinhamento	89
	Repetição	90
	Contraste	91
	Miniteste #1: Princípios do design.	92
	Miniteste #2: Faça o redesign deste anúncio	93
	Resumo.	95

7	Design com Cor	97
	A incrível roda das cores	98
	Relações entre cores	99
	Complementares	100
	Tríades.	101
	Tríades complementares divididas	102
	Cores análogas	103
	Tonalidades e matizes	104
	Faça as suas próprias tonalidades e matizes	105
	Cores monocromáticas.	106
	Tonalidades e matizes combinados.	107
	Atenção aos tons.	108
	Cores quentes vs. cores frias	109
	Como começar a escolher?.	110
	CMYK vs. RGB: print vs. web	112
	Print vs. web modelos de cor.	114
	Miniteste #3: Cor	114

8	Dicas & Truques Extra	115
	Criar um pacote ou marca.	116
	Cartões de visita	119
	Dicas para criar cartões de visita	122
	Formato	122
	Tamanho da letra.	122
	Crie uma imagem consistente em todas as peças	123
	Papel timbrado e envelopes.	124
	Dicas sobre o design de papel timbrado e envelopes	127
	Tamanho do envelope	127
	Crie um ponto central	127
	Alinhamento	127
	Segunda página	127
	Fax e fotocópia	128

Panfletos	129
Dicas para criar panfletos	132
Crie um ponto central	132
Use subtítulos que contrastem	132
Repetição	132
Alinhamento	133
Newsletters	133
Dicas para criar newsletters	136
Alinhamento	136
Indentação de parágrafos	136
Helvetica/Arial Não!	136
Corpo de texto legível	137
Brochuras	138
Dicas para criar brochuras	142
Contraste	142
Repetição	142
Alinhamento	142
Proximidade	142
Postais	144
Dicas para criar postais	147
Qual é o seu objetivo?	147
Chame a atenção	147
Contraste	147
Em geral	147
Publicidade	148
Dicas para criar anúncios	151
Contraste	151
Opções de letra	151
Letra invertida	151
Currículos	153
Dicas para criar currículos	156
Contraste	156
Repetição	156
Alinhamento	156
Adeque o design ao meio	156

Design com Letra

9 Os Essenciais da Tipografia 159

Um espaço após a pontuação	160
Aspas	161
Apóstrofos	162
Miniteste #4: Apóstrofos.	163
Travessões	164
Caracteres especiais	166
Acentos.	168
Maiúsculas.	169
Sublinhado	170
Kerning	171
Viúvas e órfãs	172
Diversos	173

10 Letra (e Vida) 176

Concordância	178
Conflito	180
Contraste	182
Resumo.	184

11 Categorias de Letra 185

Antigo.	186
Moderno.	187
Slab serif.	188
Sans serif	189
Caligrafia	191
Decorativo.	192
Esteja ciente	193
Miniteste #5: Categorias de letra	193
Miniteste #6: Transições grosso/fino	194
Miniteste #7: Serifas.	195
Resumo.	196

12	Contrastes de Letra	197
	Tamanho	198
	Peso	202
	Estrutura	206
	Formato	210
	Direção	214
	Cor	218
	Combine os contrastes	224
	Resumo	225
	Miniteste #8: Contraste ou conflito	226
	Miniteste #9: Certos e errados	227
	Um exercício sobre a combinação de contrastes	228

Alguns Extras

13	Faz Sentido?	229
	O processo	230
	Um exercício	231
	OK—faça o redesign!	232

14	Respostas & Sugestões	233
	Respostas dos testes	233
	Sugestões Olho de Designer	236

15	Famílias tipográficas neste Livro	240
	Tipos principais	240
	Moderno	240
	Slab serif	241
	Sans serif	241
	Antigo	243
	Ornamentos	243
	Caligrafia	244
	Decorativo	245

	Elementos pós-textuais	246
	Miniglossário	246
	Recursos	247

Será que este livro é para si?

Este livro foi escrito para todas as pessoas que precisam de criar coisas, mas não têm conhecimentos ou formação em design. Não me refiro apenas àqueles que fazem o design de embalagens chiques ou brochuras extensas—refiro-me aos assistentes cujos chefes agora lhes mandam criar newsletters; voluntários da igreja que fornecem informação às suas congregações; proprietários de pequenos negócios que estão a criar o seu próprio anúncio; estudantes que percebem que um trabalho mais bonito significa, muitas vezes, uma nota melhor; profissionais que sabem que uma apresentação atrativa conquista mais respeito; professores que aprenderam que os alunos reagem mais positivamente a informação bem estruturada; estatísticos que veem que os números e as estatísticas podem ser organizados de uma forma convidativa e não aborrecida; e assim por diante.

Este livro presume que não tem tempo ou interesse para estudar design e tipografia, mas gostaria de saber como fazer com que as suas páginas tenham melhor aspeto. A sua premissa é intemporal: Conhecimento é poder. A maioria das pessoas olha para uma página com um mau design e afirma não gostar, mas não sabe o que fazer para o corrigir. Neste livro, irei destacar quatro conceitos básicos usados em praticamente todos os trabalhos com um bom design. Estes conceitos são claros e concretos. Assim que os aprender, irá perceber se foram aplicados nas suas páginas ou não. Se não souber qual é o problema, como poderá resolvê-lo? Assim que identificar o problema, encontrará a solução.

Este livro não pretende substituir os quatro anos da escola de design. Não vou fingir que irá tornar-se automaticamente num designer brilhante depois de ler este livrinho. Mas garanto-lhe que nunca mais irá olhar para uma página da mesma forma. Garanto que se seguir estes princípios básicos, o seu trabalho irá parecer mais profissional, organizado, coeso e interessante. E sentir-se-á motivado.

Com um sorriso,

A handwritten signature in black ink that reads "Robin". The signature is written in a cursive, flowing style with a long horizontal line extending to the right.

Introdução

Este pequeno capítulo explica os quatro princípios básicos em geral, cada um dos quais explicado detalhadamente nos capítulos seguintes. Mas primeiro quero contar-lhe uma pequena história que me fez perceber a importância de conseguir dar nome às coisas, pois *nomear* estes princípios é a chave para ter poder sobre eles.

A epifania da árvore de Josué

Há muitos anos, recebi um livro de identificação de árvores no Natal. Eu estava na casa dos meus pais e, depois de todas as prendas serem abertas, decidi identificar as árvores das redondezas. Antes de sair, li algumas das pistas de identificação e reparei que a primeira árvore no livro era a árvore de Josué, porque bastavam duas pistas para a identificar. A árvore de Josué é uma árvore com um aspeto muito estranho, e eu olhei para a fotografia e disse a mim mesma «Oh, não temos este tipo de árvore no Norte da Califórnia. É uma árvore estranha. Se já a tivesse visto, eu saberia, e eu nunca vi uma destas antes».

Então, peguei no meu livro e fui lá para fora. Os meus pais viviam numa rua sem saída com seis casas. Quatro delas tinham árvores de Josué nos seus jardins da frente. Eu tinha morado naquela casa durante treze anos, e nunca tinha visto uma árvore de Josué. Dei



uma volta pelo quarteirão, e deve ter havido saldos no viveiro quando toda a gente projetou as suas casas novas — pelo menos 80 por cento das casas tinham árvores de Josué nos seus jardins. E eu nunca tinha visto uma! Assim que fiquei ciente da árvore — assim que soube o seu nome —, passei a vê-la em todo o lado. E é exatamente essa a questão: Assim que damos nome a algo, ficamos cientes disso. Temos poder sobre isso. Tomamos o controlo. É nosso.