

Julia Mattia

**CONSCIÊNCIA: UM TRENDBOOK QUE PROMOVE O
DESIGN DE MODA SUSTENTÁVEL**

Projeto de Conclusão do Curso de Graduação em Design do Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do Título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Israel de Alcântara Braglia

Florianópolis
2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Mattia, Julia

Consciência: um trendbook que promove o design de moda sustentável / Julia Mattia ; orientador, Israel de Alcântara Braglia, 2018.

97 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,
2018.

Inclui referências.

1. Design. 2. design de moda. 3. sustentabilidade. 4.
design gráfico. 5. design de moda sustentável. I. Braglia,
Israel de Alcântara. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Julia Mattia

**CONSCIÊNCIA: UM TRENDBOOK QUE PROMOVE O
DESIGN DE MODA SUSTENTÁVEL**

Este projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design e aprovada em sua forma final pelo Programa Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 19 de novembro de 2018.

Prof^a Marília Matos Gonçalves, Dr^a.
Coordenadora do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Israel de Alcântara Braglia, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Luciano Patrício de Souza Castro, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a Fernanda Iervolino, M^a
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado a meu pai, Luis, à minha mãe, Sandra, a meu irmão, Ricardo e às minhas avós, Deonilda e Dozolina. A eles que prestaram apoio desde o início da minha graduação e dedicaram grandes esforços para que eu pudesse me manter longe de casa e viver experiências e aprendizados incríveis para me tornar uma pessoa e profissional melhor para a sociedade.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais, Luis e Sandra, que acreditaram na minha escolha profissional e me ensinaram valores como o respeito, a responsabilidade e a honestidade. Eles, que durante toda a minha vida mostraram amor incondicional e não mediram esforços para proporcionar, para mim e para meu irmão, Ricardo, acesso à um estudo e educação de qualidade. Sou privilegiada!

Aos meus amigos de Pato Branco e de Florianópolis que viveram momentos felizes e tristes ao meu lado e que sempre se fizeram presentes e se colocaram à disposição para ouvir, compartilhar e ajudar. Em especial à Gabi, que além de dividir uma escolha profissional e uma casa comigo, dividiu aprendizados, risadas, trabalhos, refeições, angústias, opiniões e se tornou muito mais que uma amiga. A gente se completa!

Aos meus colegas e professores de faculdade que, com seus mais variados trejeitos e históricos, me fizeram enxergar o mundo através de suas diversas realidades e verdades e me fizeram refletir sobre o papel do Design na sociedade, além de serem minhas maiores referências e inspirações como profissional. Um reconhecimento especial ao meu orientador, Professor Israel Braglia, que foi a fundo nessa jornada comigo, mesmo que o tema do meu projeto fugisse um pouco de sua área de pesquisa. Ele me encorajou nos momentos de insegurança e compartilhou toda sua experiência para que o resultado fosse mais que satisfatório.

Muito obrigada!

RESUMO

O presente projeto pretende incitar, através da pesquisa de tendências com foco no pensamento ecológico, um julgamento crítico em relação às decisões tomadas principalmente nos projetos de Design de Moda. Dessa forma, é possível realizar escolhas de projeto, materiais e insumos que promovam a diminuição de impactos ambientais em todas as etapas da cadeia de produção e nas fases de uso, descarte e pós vida-útil de objetos/produtos.

Este projeto de conclusão de curso (PCC) tem o objetivo de produzir um caderno de tendências baseado em uma macrotendência pré-definida, voltada à sustentabilidade, sobretudo para apresentar possibilidades para o futuro, procurando tornar o Design uma ferramenta de apoio à evolução humana e social.

Palavras-chave: Pesquisa de Tendências, Design de Moda, Sustentabilidade, Design de Moda Sustentável, Design Gráfico.

ABSTRACT

The present project intends to incite, through the research of trends with focus in the ecological thinking, a critical judgment in regarding to the decisions taken mainly in the projects of Fashion Design. This way, it is possible to make projects, materials and inputs choices that promote the reduction of environmental impacts in all stages of the production chain and in the use, disposal and post-life phases of objects/products.

This project aims to produce a trendbook based on a predefined macro-trend, focused on sustainability, mostly to show possibilities for the future, seeking to make Design a tool to support human and social evolution.

Keywords: Trends Research, Fashion Design, Sustainability, Sustainable Fashion Design, Graphic Design.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1: Economia, sociedade e meio ambiente - sistemas integrados e interdependentes | 21 |
| Figura 2: Macrotendência <i>Youth Mode</i> | 24 |
| Figura 3: <i>Trendbook</i> Inova Moda Criação: Contatos - Verão 2018..... | 25 |
| Figura 4 - Frases que guiam a macrotendência “ <i>Lowsumerism</i> ” | 26 |
| Figura 5 - Peças de Tatiana Freitas | 26 |
| Figura 6 - Representação visual do processo offset..... | 32 |
| Figura 7 - Abertura de seção da macrotendência Viagens e suas estéticas Corpo e Alma. 38 | |
| Figura 8 - Tipografia..... | 39 |
| Figura 9 - Imagens com bom contraste e saturação alta..... | 39 |
| Figura 10 - Estética Alma..... | 40 |
| Figura 11 - Macrotendência “Festivais” | 40 |
| Figura 12 - O círculo como elemento gráfico..... | 41 |
| Fonte: Autora (2018)..... | 41 |
| Figura 13 - Abertura de seção: Conceito Rupturas | 43 |
| Figura 14 - Tipografias | 43 |
| Figura 15 - Imagens | 44 |
| Figura 16 - Elementos gráficos | 45 |
| Figura 17 - Página com dobra extra | 45 |
| Figura 18 - Encadernação <i>wire-o</i> em capa dura..... | 46 |
| Figura 19 - Persona 1 - Betina | 49 |
| Figura 20 - Persona 2 - Verônica | 49 |
| Figura 21 - Persona 3 - Paulo | 50 |
| Figura 23 - Vídeo “The Rise of <i>Lowsumerism</i> ” | 54 |
| Figura 24 - Painel semântico na macrotendência <i>Lowsumerism</i> | 54 |
| Figura 25 - Painel semântico da estética <i>Ecothinking</i> | 55 |
| Figura 26 - Cartela de cores estética <i>Ecothinking</i> | 56 |
| Figura 27 - Aspectos materiais estética <i>Ecothinking</i> | 56 |
| Figura 28 - Painel semântico estética Compartilhar | 57 |
| Figura 29 - cartela de cores estética Compartilhar | 57 |
| Figura 30 - aspectos materiais estética Compartilhar..... | 57 |
| Figura 31 - Painel semântico estética Reutilizar | 58 |
| Figura 32 - Cartela de cores estética Reutilizar | 59 |
| Figura 33 - Aspectos materiais estética Reutilizar | 59 |
| Figura 34: Aproveitamento de papel - formato 66x96cm | 61 |
| Figura 35 - Testes de formatos da página..... | 61 |
| Figura 36 – Teste tipográfico..... | 63 |
| Figura 37 - Teste com diferentes pesos da fonte Lato..... | 64 |
| Figura 38 - Teste com diferentes tamanhos de tipo e valor de entrelinha da fonte Lato | 65 |
| Figura 39 - Tabela de Burt - relação entre idade do público e tamanho da tipografia. | 66 |
| Figura 40 - Bloco de texto Lato corpo 9,5pt entrelinha 14pt. | 66 |
| Figura 41 - Cálculo para obtenção do valor do módulo em milímetros. | 67 |
| Figura 42 - Cálculo para adequação do formato da página. | 68 |
| Figura 43 - Grade perfeitamente ajustada à página. | 68 |
| Figura 44 - Medição da largura do alfabeto Lato Light 9,5pt..... | 69 |

| | |
|--|----|
| Figura 45 - Tabela de composição de linhas de texto de Bringhurst | 69 |
| Figura 46 - Larguras de colunas definidas para o projeto..... | 70 |
| Figura 47 - Margens definidas para o projeto..... | 70 |
| Figura 48 - Layouts com diagramas colunar simétrico, colunar assimétrico e modular, respectivamente..... | 71 |
| Figura 49 - Linhas de base ajustadas conforme valor da entrelinha..... | 71 |
| Figura 50 - Distribuição de textos e imagens no diagrama colunar assimétrico e simétrico, respectivamente..... | 72 |
| Figura 51 - Distribuição de textos e imagens no diagrama modular. | 73 |
| Figura 52 - Tipografias displays selecionadas para as estéticas | 74 |
| Figura 53 - Testes tipográficos com as fontes displays de cada uma das estéticas | 75 |
| Figura 54 - Relação de proporção entre título, linha de apoio e texto..... | 77 |
| Figura 55 - Relação de proporção entre subtítulo e texto..... | 77 |
| Figura 56 - Olho de matéria | 78 |
| Figura 57 - Exemplos de legendas seguindo o alinhamento da imagem..... | 78 |
| Figura 58 - Configuração de box para aplicação em olho, legenda e linha de apoio. | 79 |
| Figura 59 - Exemplo de utilização de boxes como elementos visuais de diagramação. | 79 |
| Figura 60 - Aplicação de fio junto ao olho de matéria..... | 80 |
| Figura 61 - Índice lateral, com aplicação de fio e vinheta | 81 |
| Figura 63 - Painel semântico inspiracional para capa e quarta capa..... | 82 |
| Figura 63 - <i>Brainstorming</i> para o processo de <i>namings</i> | 83 |
| Figura 64 - Espelho de publicação | 86 |
| Figura 65 - Introdução do <i>book</i> Consciência | 87 |
| Figura 66 - Sumário do <i>book</i> Consciência..... | 87 |
| Figura 67 - Diagramação de <i>spread</i> da macrotendência <i>Lowsumerism</i> | 88 |
| Figura 68 - Diagramação de <i>spread</i> da macrotendência <i>Lowsumerism</i> | 88 |
| Figura 69 - <i>Spread</i> com diagramação de atitude da estética <i>Ecothinking</i> | 89 |
| Figura 70 - <i>Spread</i> com diagramação de atitude da estética Reutilizar | 89 |
| Figura 71 - <i>Spread</i> com diagramação dos aspectos materiais da estética Compartilhar | 90 |
| Figura 72 - <i>Spread</i> com diagramação dos aspectos materiais da estética Reutilizar | 90 |
| Figura 73 - Arte final da capa | 91 |
| Figura 74 - Mockup do <i>spread</i> de abertura <i>Lowsumerism</i> | 93 |
| Figura 75 - <i>Mockup</i> de uma das atitudes da estética <i>Ecothinking</i> | 93 |
| Figura 76 - Mockup do <i>spread</i> com os aspectos materiais da estética Compartilhar..... | 94 |
| Figura 77 - Mockup com uma das atitudes da estética Reutilizar..... | 94 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Quadro 1 - Metodologia de Bruce Archer | 19 |
| Quadro 2 - Impactos Ambientais da Indústria Têxtil no mundo. | 28 |
| Quadro 3 - Impactos sociais da Indústria Têxtil no mundo. | 29 |
| Quadro 4 - Acabamentos gráficos..... | 35 |
| Quadro 5 - Macrotendências e suas estéticas | 38 |
| Quadro 6 - Conceitos e seus <i>trendtopics</i> | 42 |
| Quadro 7 - Requisitos de projeto | 51 |
| Quadro 8 - Definições das tipografias para os títulos | 76 |
| Quadro 9 - Definições para a capa, contra capa, terceira capa e quarta capa. | 82 |

LISTA DE SIGLAS

| | |
|---------|--|
| Inmetro | Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia |
| SENAI | Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial |
| SEBRAE | Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas |
| Abit | Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção |

LISTA DE ACRÔNIMOS

| | |
|-------|--|
| FSC | <i>Forest Stewardship Council</i> |
| ONU | Organização das Nações Unidas |
| WWF | <i>World Wide Fund for Nature</i> |
| UDESC | Universidade do Estado de Santa Catarina |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 17 |
| 1.1 Objetivo geral..... | 18 |
| 1.2 Objetivos específicos..... | 18 |
| 1.3 Justificativa..... | 18 |
| 1.4 Delimitação de projeto | 18 |
| 1.5. Metodologia | 19 |
| 2. FUNDAMENTAÇÃO..... | 21 |
| 2.1 Vivemos um modelo de desenvolvimento insustentável | 21 |
| 2.2 Desenvolvimento sustentável..... | 22 |
| 2.3 Ecodesign | 22 |
| 2.4 Moda..... | 23 |
| 2.5 Tendência | 23 |
| 2.5.1 Aplicação de uma tendência nos bens de consumo | 25 |
| 2.6 Os ciclos da moda e o <i>Fast Fashion</i> | 27 |
| 2.7 Indústria Têxtil e de Confeccção brasileira..... | 30 |
| 3. FASE ANALÍTICA: DESENVOLVIMENTO E PESQUISA..... | 31 |
| 3.1 Análise de processos e insumos da indústria gráfica | 31 |
| 3.1.1 Impressão..... | 31 |
| 3.1.2 Papel | 33 |
| 3.1.3 Tintas | 34 |
| 3.1.4 Acabamentos | 35 |
| 3.2 Análise de similares | 37 |
| 3.2.1 Trendbook Inova Moda Criação: Movimentos - Verão 2016/2017 | 38 |
| 3.2.2 <i>Trendbook</i> Inova Moda Criação: Contatos - Verão 2018..... | 42 |
| 3.2.3 Conclusão das análises | 46 |
| 3.3 Público Alvo..... | 47 |
| 3.4 Conceito Editorial | 50 |
| 3.5 Requisitos de projeto..... | 51 |
| 4. FASE CRIATIVA: DEFINIÇÕES DE ESTILO | 53 |
| 4.1 Conteúdo | 53 |
| 4.1.1 - Macrotendência - Lowsumerism..... | 53 |
| 4.1.2 Estética <i>Ecothinking</i> | 55 |
| 4.1.3 Estética Compartilhar | 56 |
| 4.1.4 Estética Reutilizar..... | 58 |
| 4.1.5 Atitudes..... | 59 |
| 4.2 Estruturação gráfica..... | 60 |
| 4.2.2 Tipografia | 62 |
| 4.2.3 Entrelinha..... | 66 |
| 4.2.4 Determinação do módulo..... | 67 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.5 Dimensionamento da forma da página e construção da grade | 67 |
| 4.2.6 Representação do diagrama (largura de colunas e margens)..... | 69 |
| 4.2.7 Configuração e ativação da linha de base..... | 71 |
| 4.2.8 Distribuição de textos e imagens para compor a mancha gráfica..... | 72 |
| 4.3 Elementos gráfico-editoriais | 73 |
| 4.3.1 Elementos gráfico-editoriais textuais | 73 |
| 4.3.2 Elementos gráfico-editoriais não textuais..... | 79 |
| 4.4 Capa e Quarta capa..... | 81 |
| 4.5 Naming | 83 |
| 5. FASE EXECUTIVA: DESENVOLVIMENTO DA PUBLICAÇÃO..... | 85 |
| 5.1 Espelho de publicação..... | 85 |
| 5.2 Diagramação..... | 87 |
| 5.3 Especificações Técnicas | 91 |
| 5.3.1 Fechamento de arquivo..... | 92 |
| 5.4 Protótipo..... | 92 |
| 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS | 95 |
| REFERÊNCIAS..... | 96 |

1. INTRODUÇÃO

Ter um embasamento teórico e de referências é essencial para criar produtos de Design relevantes, úteis e necessários ao público. É neste contexto que a pesquisa de tendências entra em cena no campo do Design, de modo a promover o desenvolvimento do processo criativo e gerar soluções pertinentes aos usuários.

Através do estudo e análise de fenômenos sociais provenientes das ruas e disseminados por meios de comunicação em geral, torna-se possível a prospecção de tendências sociais e de comportamento, as quais, posteriormente, serão traduzidas em tendências para serem utilizadas em projetos e na indústria (CAMPOS; RECH, 2010).

Porém, é necessário levar em consideração que vivemos em um planeta com recursos naturais finitos e que se necessita um uso consciente e planejado dos mesmos para garantir um futuro saudável para a sociedade e o meio ambiente. Dessa forma, o Design com aplicações voltadas ao pensamento ecológico se torna personagem principal neste contexto. Atuais discussões acerca do papel do Design na sociedade permeiam a mudança de noção em relação à área e ao fato do Design ser um agente de mudança, de cunho político e social, e como ele faz parte de uma força para mudar o futuro (PETERMANN, 2014)¹.

O design possui natureza interdisciplinar e por isso é composto por diversos segmentos. Ele permeia áreas técnicas como engenharias, física, matemática, geometria e até o estudo do corpo humano; e é também aplicado nos âmbitos criativo e social como na psicologia, arquitetura, artes gráficas, estudo das cores, desenho, ilustração, animação, dentre outras. Uma das áreas em destaque no Design é a moda (ou Design de Moda) que segundo Pires (2007), são dois mundos complementares e simbólicos.

Moda e design estão ligados pelo mundo do projeto, pelo impulso do desejo, pelo mecanismo de sedução e estilo de vida dos usuários. Diferem nos seus tempos de consumo e de fruição e pela complexidade dos sistemas. No entanto, em alguns domínios ambos se assemelham, a exemplo dos acessórios, dos artigos esportivos, das lingerie e dos calçados. São objetos que resultam de um projeto que busca criar beleza e emoção (PIRES, 2007).

Não importando a área de atuação do Design, há hoje uma tendência para a adoção do pensamento ecológico e sustentável em todas as suas esferas. É neste íterim que a citação de Petermann faz sentido no que tange o Design ser um agente de mudança - ele gera questionamentos para o ser humano como usuário de um produto e/ou informação e também para a indústria como um todo.

A Indústria da Moda é, atualmente, a segunda maior em representatividade na economia global e é responsável por grande parte dos impactos ambientais e sociais registrados na sociedade. Nas etapas de ciclo de vida dessa indústria, que vai desde a plantação, fiação e tecelagem de fibras, até o uso, reuso e descarte de peças, ocorrem diversos tipos de impactos. São alguns deles: o despejo de resíduos sólidos e água contaminada no meio ambiente, a liberação de gases que aceleram o efeito estufa, condições e jornadas de trabalho desumanas, perda de biodiversidade animal e vegetal do planeta e outros.

Portanto, é imprescindível a adoção de um pensamento que integra questões ecológicas nos projetos de Design e Design de Moda, de forma a evitar a destruição do meio ambiente e permitir um convívio saudável entre a indústria e a sociedade e garantir um futuro à população e ao planeta.

¹Livre tradução feita pela autora.

O presente projeto pretende incitar, através da pesquisa de tendências com foco no pensamento ecológico, um julgamento crítico em relação às decisões tomadas principalmente nos projetos de Design de Moda. Dessa forma, é possível realizar escolhas de projeto, materiais e insumos que promovam a diminuição de impactos ambientais em todas as etapas da cadeia de produção e nas fases de uso, descarte e pós vida-útil de objetos/produtos.

Este projeto de conclusão de curso (PCC) tem o objetivo de produzir um caderno de tendências baseado em uma macrotendência pré-definida, voltada à sustentabilidade, sobretudo para apresentar possibilidades para o futuro, procurando tornar o Design uma ferramenta de apoio à evolução humana e social.

1.1 Objetivo geral

Desenvolver um *trendbook* impresso que auxilie projetos de moda sustentáveis para diminuir impactos ambientais.

1.2 Objetivos específicos

- Realizar pesquisa sobre aplicação do pensamento sustentável dentro da área do design e design de moda;
- Levantar dados sobre insumos, meios de produção e acabamentos na Indústria Gráfica que diminuam impactos ambientais, para a confecção do *trendbook*;
- Pesquisar tendências de consumo e comportamento sustentáveis em sites e em blogs referência no ramo;
- Analisar conteúdo e elementos gráficos de *trendbooks* de moda do ponto de vista sustentável;
- Desenvolver um *trendbook* com conteúdo, estruturação gráfica e decisões de produção gráfica focados em diminuir impactos ambientais.

1.3 Justificativa

O tema do presente projeto surgiu pelo interesse da autora em aprofundar seus conhecimentos em sustentabilidade dentro da área do Design de Moda e aplicar os fundamentos de pesquisa de tendências e design gráfico-editorial aprendidos durante a realização de sua graduação. A percepção da falta de um material semelhante ao presente foi o motivo pelo qual este trabalho se desenvolveu.

A criação de projetos ecologicamente amigáveis cresceu nos últimos anos por uma demanda econômica, de consciência da população e por necessidade, uma vez que os recursos naturais do planeta são finitos e necessitam de correto e consciente manejo para garantir um futuro saudável para o planeta.

O estudo pretende ser uma fonte que possibilite abrir caminhos para novas possibilidades e servir como inspiração em projetos. Justifica-se a elaboração do *trendbook* para colaborar com estudantes e profissionais da área do design, principalmente em projetos editoriais e de criação de coleções, demonstrando que a busca por soluções com foco em sustentabilidade e que preconizam a diminuição de impactos ambientais podem ser adicionadas aos requisitos de projeto. Assim, é possível mensurar os impactos causados pelos indivíduos, organizações, instituições e empresas e prever um uso mais consciente de recursos e a utilização de métodos de produção que afetam menos o meio ambiente e a sociedade como um todo.

1.4 Delimitação de projeto

O presente projeto consiste em desenvolver um *trendbook* impresso com foco em sustentabilidade através de uma pesquisa de tendências atuais. O conteúdo do *book* será pesquisado e

selecionado em sites nacionais que investigam e analisam tendências de consumo e comportamento e em *blogs* de comportamento que refletem e criticam a área do Design e Design de Moda.

A estruturação do projeto gráfico do *trendbook* e as decisões de produção gráfica serão tomadas levando em consideração a diminuição máxima da geração de impactos ambientais na publicação; porém, sem prejudicar a compreensão do conteúdo e das imagens do *book*.

1.5. Metodologia

O presente projeto será orientado pela metodologia de Bruce Archer, apresentada por Fuentes (2006) no livro *A prática do design gráfico - uma metodologia criativa*, a qual está dividida em 3 fases principais: Fase Analítica, Fase Criativa e Fase Executiva. Ela se caracteriza por não possuir etapas engessadas dentro das fases principais, e sim, por permitir que sejam feitas adaptações nos estágios que se adequem às necessidades de cada projeto. O quadro abaixo apresenta as definições das fases principais da metodologia de Archer.

Quadro 1 - Metodologia de Bruce Archer

| | |
|----------------|---|
| Fase Analítica | Investigativa. Nesta fase são coletadas informações sobre as necessidades do projeto, o problema a ser resolvido e os limites e condições do projeto. É feita a indução, mediação e raciocínio indutivo dos dados coletados. |
| Fase Criativa | Com base nas informações coletadas na etapa anterior, se inicia o desenvolvimento e seleção de ideias para se chegar a uma solução. São atividades a avaliação, julgamento e raciocínio dedutivo sobre os dados para a tomada de decisão no desenvolvimento do projeto. |
| Fase Executiva | Nesta etapa, a solução encontrada é apresentada. Melhorias e modificações podem ser demandadas e é solicitada autorização de produção/distribuição do produto, ideia ou projeto. Ocorre principalmente a tradução e transmissão de informações e a decisão sobre os itens do projeto. |

Fonte: Oliveira (2017). Elaborado pela autora.

Apesar da metodologia de Archer não possuir etapas engessadas é comum que um projeto de pesquisa e de design gráfico-editorial divida as fases principais da metodologia da seguinte forma:

- **Fase Analítica:** *briefing*, levantamento de dados, análise de similares, definição de público-alvo, geração de requisitos e definição de conteúdo;
- **Fase Criativa:** conceito editorial, estruturação gráfico-editorial, definições cromáticas e de produção gráfica;
- **Fase Executiva:** espelho de publicação, diagramação, fechamento de arquivo, protótipo.

Isso ocorre para garantir uma formalização do processo criativo de modo que os projetos sejam melhor compreendidos e mais facilmente replicados. Portanto, a organização das três fases principais apresentadas acima foi utilizada neste projeto.

Ademais, para a Fase Criativa, onde são estruturadas as soluções para o projeto gráfico-editorial do projeto, a metodologia aplicada será a proposta por Castro e Perassi (2018) no livro *“Estruturação de projetos gráficos: A tipografia como base do planejamento”*. Ela consiste basicamente em oito etapas:

1. Predefinição do formato da página

2. Definição da tipografia
3. Estabelecimento da entrelinha
4. Determinação do módulo
5. Dimensionamento da forma da página e construção da grade
6. Representação do diagrama (largura de colunas e margens)
7. Configuração e ativação da linha de base
8. Distribuição de textos e imagens para compor a mancha gráfica

No curto(...)o modelo apresentado parte da definição da tipografia, como o primeiro passo para o planejamento das páginas e de todo o produto. O planejamento aqui descrito é iniciado dentro da página, a partir da escolha do tipo, como unidade mínima da composição gráfico-editorial. Assim, com base nessa escolha, é planejada em sequência toda a estruturação do projeto. (CASTRO; PERASSI. 2013)

2. FUNDAMENTAÇÃO

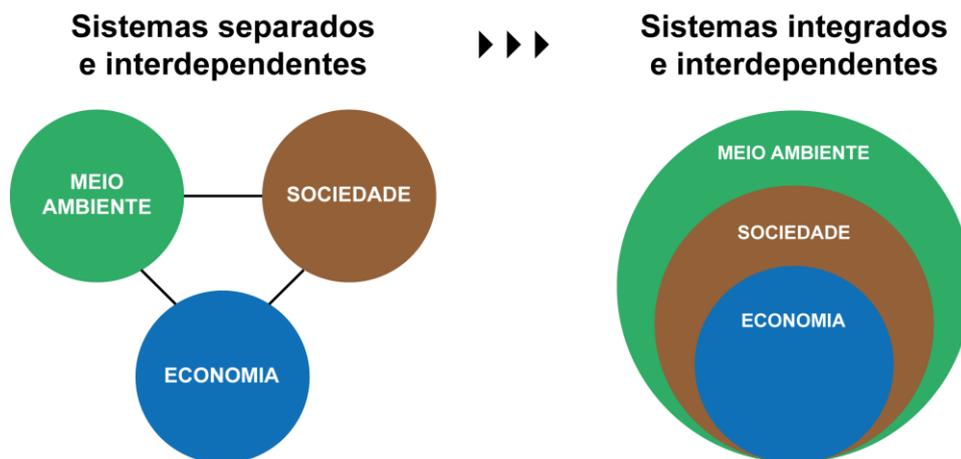
O século XX foi marcado pela evolução da ciência e da tecnologia, o aumento do uso de petróleo, o grande crescimento econômico global e, também, por guerras, ditaduras e destruição ambiental. Agora, no século XXI, estamos vivenciando as consequências dos excessos do século anterior.

Os modelos atuais de sistema industrial e de desenvolvimento econômico vêm dando sinais de serem totalmente insustentáveis para o meio ambiente. Leff (2001) exprime que “só será possível reverter os crescentes e complexos problemas ambientais caso mudanças radicais ocorram nos sistemas de conhecimento, nos valores e no comportamento da sociedade”. Por isso, não será possível manter o paradigma atual de desenvolvimento e, mudanças na maneira de pensar os produtos e serviços que oferecemos, nos métodos de produção e nas práticas de design de modo que sejam sustentáveis a longo prazo serão essenciais para garantir um amanhã sem comprometer para as gerações futuras.

2.1 Vivemos um modelo de desenvolvimento insustentável

Ao longo da evolução da sociedade, consideramos que a espécie humana seria superior às outras e que o meio ambiente estaria à disposição para suprir nossas necessidades e demandas de moradia, produção de bens, alimentação, etc. No entanto, já foi comprovado que os seres humanos não conseguiriam sobreviver sem a natureza, e ela, pelo contrário, estaria muito melhor sem nós. Salcedo (2014) defende que precisamos modificar a forma que vemos o funcionamento do mundo, de modo a compreender que a economia, a sociedade e o meio ambiente são sistemas integrados e interdependentes; e que o bem-estar econômico depende do bem-estar social, assim como também depende do bem-estar do meio ambiente, como mostra a figura a seguir.

Figura 1: Economia, sociedade e meio ambiente - sistemas integrados e interdependentes.



Fonte: Adaptado do livro *Moda Ética para um futuro sustentável* (2014).

Nas últimas décadas, a população mundial e a produção industrial cresceram de forma exponencial, afetando ecossistemas e causando efeitos complicados que estão alterando as funções e estruturas de vida natural, já que o ritmo acelerado do consumo não permite que a natureza tenha tempo para repor os recursos naturais. Além disso, depositamos substâncias estranhas e nocivas no meio ambiente juntamente com a produção de uma grande quantidade de resíduos e lixo o que impede que ele consiga absorvê-los a tempo de evitar contaminações.

A maneira de viver, consumir e gerir nossas vidas, empresas e recursos naturais está com os dias contados, já que se os mantivermos dessa forma, em pouco tempo, entraremos em um colapso econômico e ambiental. Dessa forma, é essencial a adoção de modelos de desenvolvimento sustentável para tentarmos reverter o cenário no qual nos encontramos. No item a seguir, veremos a definição e o que preconiza o desenvolvimento sustentável.

2.2 Desenvolvimento sustentável

O termo “desenvolvimento sustentável” foi utilizado pela primeira vez em 1987, no Relatório *Brundtland*, documento de caráter socioeconômico apresentado durante a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, organizada pela Organização das Nações Unidas (ONU). Os objetivos da Comissão eram discutir e procurar soluções para o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental.

A definição mais aceita para desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro (WWF, 2018).

O desenvolvimento sustentável propõe o planejamento do uso de matérias-primas e produtos, focando na reutilização e na reciclagem, já que se reconhece que os recursos naturais são finitos e essenciais para a existência humana e diversidade biológica. Na área do design, podemos ver uma aproximação desses conceitos através do Ecodesign, processo de desenvolvimento de projetos que será apresentado no item a seguir.

2.3 Ecodesign

O Ecodesign é um processo de desenvolvimento de projetos (visuais e impressos, de produtos, serviços e ambientes) que considera os aspectos ambientais como objetivo principal em sua metodologia. A intenção é integrar as questões ecológicas em todas as fases de criação de maneira a reduzir a utilização de recursos não-renováveis e minimizar o impacto ambiental durante o ciclo de vida para gerar menos resíduos e ter um melhor desígnio no fim da vida útil.

Segundo o Ministério do Meio Ambiente, no Brasil o Ecodesign preconiza a:

- Escolha de materiais de baixo impacto ambiental: menos poluentes, não tóxicos, de produção sustentável ou reciclados, ou ainda que requeiram menos energia na fabricação;
- Eficiência energética: minimização do consumo de energia para os processos de fabricação;
- Qualidade e durabilidade: produtos mais duráveis e que funcionem melhor, a fim de gerar menos lixo;
- Modularidade: objetos com peças intercambiáveis, que possam ser trocadas em caso de defeito, evitando a troca de todo o produto, o que também gera menos lixo;
- Reutilização/Reaproveitamento: projetar produtos para sobreviver ao seu ciclo de vida, podendo ser reutilizados ou reaproveitados para outras funções após seu primeiro uso (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE DO BRASIL, 2018).

A Indústria da Moda engloba uma das cadeias de produção e distribuição mais poluentes e que promove maior quantidade de impactos ambientais e sociais na sociedade (esses tópicos serão abordados com maior profundidade nos itens a seguir), porém já existem exemplos de aplicação da filosofia do Ecodesign em projetos no âmbito do Design de Moda.

Podemos citar o trabalho da professora da UDESC - Universidade do Estado de Santa Catarina, Neide Schulte, com o “Programa de Extensão EcoModa”. O projeto surgiu em 2004 com o objetivo de disseminar o conceito de sustentabilidade ambiental através da produção e consumo consciente. Nele, ocorre a tentativa de gerar soluções sócio ambientais ligadas à área do vestuário. O objetivo do programa é contribuir com a conscientização da sociedade sobre a necessidade de produção e consumo sustentáveis, com ações sócio-ambientais para a adequação dos produtos ligados ao universo da moda, num contexto de menor impacto ambiental e com geração de renda para os participantes.

A seguir, apresentamos o tópico “Moda”, com sua definição e influências.

2.4 Moda

A palavra “moda” vem do latim *modus* e significa modo, maneira, costume e comportamento. A moda pode assumir muitos papéis e ser definida como uma tendência de consumo, uma forma de se vestir, o costume de uma população ou uma tendência de uso de algum material. Ela envolve comportamento, linguagem, opiniões e escolhas estéticas e, apesar de seu conceito ser comumente usado quando ligado ao vestuário, possui outras vertentes de significado.

A moda é, antes de tudo, um fato social total que abrange todas as dimensões da sociedade – econômica, social, cultural – e todos os indivíduos, independentemente da raça, da crença, da classe social, do gênero, da idade.” (PEREIRA, 2004).

A moda é fortemente influenciada pelas tendências de consumo que, juntamente com os aspectos sociais e culturais vigentes, determinam as escolhas estéticas das peças. Dentro do segmento de Design de Moda, é possível identificar nas roupas, calçados e acessórios, características em suas modelagens, paleta de cores e acabamentos que as diferenciam e categorizam de acordo com os aspectos da macrotendência que seguem, sendo também influenciados pelos materiais e modos de produção disponíveis. Os tópicos a seguir explicam o que são tendências e como elas são aplicadas no âmbito do Design de Moda.

2.5 Tendência

Segundo ao Novo Dicionário da Língua Portuguesa (1975), tendência é uma “ação ou força pela qual um corpo tende a mover-se para alguma parte; propensão; inclinação; disposição; propósito”. A pesquisa de tendência é um processo investigativo que identifica e analisa novos valores estéticos, decodifica sinais de comportamento e desejos dos consumidores. No Design de Moda, ela percebe o uso de determinados tecidos, cores, estampas, modelagens e outros, para a elaboração de cenários e estratégias que antecipem as tendências de mercado. Segundo Dos Santos (2010) “a investigação das tendências comportamentais e suas possíveis manifestações nos cenários de consumo é fundamental para as marcas definirem suas estratégias mercadológicas e construir vínculos mais duradouros com seus consumidores”.

Um importante elemento da pesquisa de tendências é o apontamento de macrotendências, que se caracterizam por serem grandes movimentos sociais que influenciam as ações e atitudes das

pessoas. Ao analisá-las, é possível entender melhor o comportamento da população, o que querem consumir e quais são seus desejos para assim, desenvolver produtos que satisfaçam suas necessidades.

Existem duas maneiras de apresentação de macrotendências: uma por meio de sites especializados e a outra, através de livros de tendências, conhecidos como *trendbooks*. A primeira conta com a pesquisa e elaboração de conteúdo por especialistas da área de tendências, que ficam espalhados pelo mundo avaliando manifestações de desejo e comportamento. Esse conteúdo só é acessível para assinantes do site e pode ser utilizado por marcas, estilistas, indústrias têxteis e outros. São exemplos as empresas: WGSN², Box 1824³ e Trends Observer⁴.

A seguir, a figura 2 apresenta uma das macrotendências identificadas em 2013 pela Box1824, a *Youth Mode*:

Figura 2: Macrotendência *Youth Mode*



Fonte: Box 1824.

Essa tendência (figura 2) defende a morte da idade e a liberdade de escolher como se relacionar; de experimentar coisas novas; de cometer erros. Ela sustenta que “estar em Youth Mode não significa reviver perpetuamente sua própria juventude, e sim estar presente e jovem em qualquer idade”.

A segunda maneira de apresentação de macrotendências possui características de desenvolvimento semelhantes com a primeira. O diferencial é a apresentação das tendências de maneira impressa, permitindo uma interação física por parte do leitor/comprador. Os *trendbook* são

²Fundada em 1998 na cidade de Londres, a WGSN foi pioneira na criação de uma biblioteca *on-line* de tendências. Ela foi a primeira empresa de pesquisa de tendências a combinar tecnologia de ponta com a criatividade humana para atender às necessidades da indústria criativa internacional. (<https://www.wgsn.com/pt/>)

³Box 1824 é uma agência de pesquisa de tendências em consumo, comportamento e inovação brasileira, fundada em 2004 em Porto Alegre. A empresa ajuda a desenhar cenários futuros e antecipar movimentos comportamentais através de projetos de inteligência estratégica. (<http://www.box1824.com.br/>)

⁴*Trends Observer* é uma plataforma online independente e internacional sem fins lucrativos dedicada ao desenvolvimento científico e disseminação de estudos de tendências, trabalhando com visão e propósito acadêmico. (<http://trendsobserver.com/>)

disponibilizados para compra e, às vezes, são distribuídos gratuitamente em seus eventos de lançamento. Um exemplo são os livros de tendência do SENAI e SEBRAE (figura 3).

Figura 3: *Trendbook* Inova Moda Criação: Contatos - Verão 2018.



Fonte: SENAI.

Na figura 3, temos a apresentação do *trendbook* Contatos - Verão 2018. Nele, encontramos macrotendências identificadas pelos pesquisadores do SEBRAE/SENAI e suas traduções em estéticas, que apontam características, materiais, cores e aspectos que servem de referência visual para os designers de moda na hora de desenvolver coleções de roupas, calçados e acessórios.

2.5.1 Aplicação de uma tendência nos bens de consumo

Lowsumerism deriva da junção das palavras em inglês “*low*” (baixo) e “*consumerism*” (consumismo) e, em tradução livre, significa “diminuição do consumo” ou “consumo equilibrado”. Esse termo é o nome de uma macrotendência mundial identificada em 2015 pela Box1824, empresa especializada em pesquisas de tendências de consumo e comportamento. *Lowsumerism* pode ser definido como um movimento que incentiva a diminuição do consumo e sugere que os consumidores reflitam sobre a real necessidade de adquirir algum objeto novo, sendo itens de vestuário, mobiliário, automobilísticos e outros. O estudo promove três atitudes principais: pensar antes de comprar; buscar alternativas de menor impacto, incentivando a troca, o fazer e o conserto e, viver somente com o necessário.

A figura abaixo apresenta frases que representam os ideais defendidos pela *Lowsumerism* e que convidam o leitor/consumidor a repensar suas ações na hora da compra.

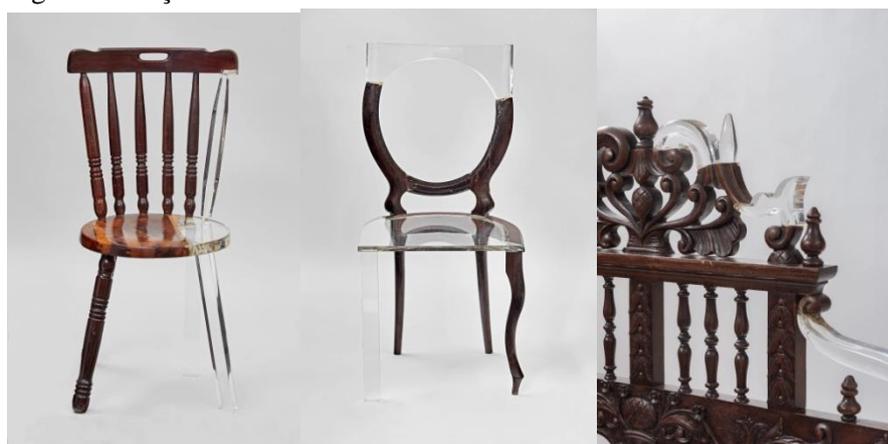
Figura 4 - Frases que guiam a macro Tendência “*Lowsumerism*”.



Fonte: Blog Ponto Eletrônico.

Como exemplo de aplicação da macro Tendência *Lowsumerism* nos bens de consumo, podemos citar o trabalho da artista visual Tatiana Freitas (figura 5), de São Paulo. Segundo informações de seu site, ela procura criar objetos que possam ser tanto confortáveis quanto admirados. Madeira e acrílico reciclados e cimento são os materiais que mais utiliza para criar suas peças; eles são materiais resistentes e utilizados com a intenção de que sobrevivam às ações do tempo e possam ter vida longa ao lado do comprador.

Figura 5 - Peças de Tatiana Freitas



Fonte: Site Tatiana Freitas.

A figura acima mostra artefatos (cadeiras e cabeceira) produzidos por Tatiana Freitas que podem ser exemplos da aplicação da tendência “*Lowsumerism*” em bens de consumo. Os objetos seguem a lógica das atitudes que o estudo defende: buscar alternativas de menor impacto e fazer o conserto de produtos. Nesse caso, a criadora usa de madeira e acrílico reciclados, que são materiais de menor impacto ambiental, pois estão na fase de reuso e evitam os impactos da fase de produção. Ainda, são de fácil conserto, pois são objetos modulares, e em situação de defeitos ou avarias, permite que partes sejam substituídas, evitando a troca do produto como um todo, o que gera menos lixo.

O próximo ponto deste estudo serve para entendermos como as tendências são aplicadas nos itens de vestuário e assimilarmos como funcionam os ciclos de moda e quais são seus impactos na sociedade e meio ambiente.

2.6 Os ciclos da moda e o *Fast Fashion*

Existem diferentes ciclos na indústria da moda: alguns mais longos e minuciosos, como é o caso da alta-costura⁵ e outros mais curtos e genéricos, como as marcas de mercado de massa. As características e as escalas de produção das roupas são diferentes nos ciclos, mas os processos de design e produção são semelhantes passando pelas fases de: estudos de tendência, design, confecção da peça-piloto, seleção, produção e distribuição.

As roupas são bens não-duráveis e possuem um certo tempo de vida útil, por isso precisam ser trocadas de tempos em tempos. Porém, em uma sociedade capitalista e com desejo de consumo constante, a compra por questão de necessidade foi substituída pela obsolescência e acúmulo. Notou-se então, a oportunidade de crescimento da moda de produção em massa, “cujo foco é trazer as tendências apresentadas nas passarelas de moda aos centros comerciais o mais rápido possível.” (GWILT, 2014). Aqui entra o ciclo de moda de consumo em massa denominado *Fast Fashion*, que é o de maior representatividade na economia de moda atual.

As grandes empresas da indústria têxtil, com a intenção de aumentar os lucros e atender uma população que pretende consumir mais e gastar cada vez menos com vestuário, apostaram em um modelo de ciclo de moda rápido, que traz novidades ao mercado em maior velocidade. Isso ocorre porque, com o passar do tempo e a grande oferta de produtos, entre outros artigos, as roupas, calçados e acessórios se tornaram produtos obsoletos e o desejo de consumo e acumulação se instaurou na sociedade.

A moda rápida, também conhecida como *fast fashion*, é uma prática de grandes empresas internacionais de moda e redes de distribuição que conseguiram seduzir sua clientela graças à atualização constante do design de suas peças e aos baixos preços de seus produtos (SALCEDO, 2014).

A principal característica do ciclo de moda rápida é a retroalimentação. São realizadas constantes análises dos dados de vendas que servem para conduzir as decisões da produção e do movimento das mercadorias entre os pontos de venda. A intenção do sistema é fazer o consumidor comprar mais. Porém, esse modelo que é tão sedutor para o consumidor já que disponibiliza uma grande quantidade de opções por preços baixos, vem rodeado de impactos ambientais e sociais negativos.

Na moda rápida, a entrada de novos produtos no mercado é constante, portanto, o tempo de produção deve ser cada vez menor. A solução encontrada pelas empresas é a flexibilização da cadeia de produção: são escolhidos países subdesenvolvidos, com mão-de-obra barata e exigências fiscais e ambientais frouxas. Ocorrem, entre outros, a subcontratação de pequenas oficinas, a contratação de funcionários temporários, a utilização de trabalho infantil, o aumento da jornada de trabalho e o pagamento de salários insuficientes para satisfazer as necessidades básicas do trabalhador. Ainda, há a necessidade de uma estrutura de logística complexa uma vez que os artigos são produzidos, principalmente, em países da Ásia e África e vendidos mundialmente.

Abaixo, temos o quadro 2 que apresenta diversos impactos ambientais pelos quais a indústria da moda é responsável.

⁵Do francês *haute couture*. Termo utilizado para designar um ciclo de moda que cria modelos exclusivos em escala artesanal. O termo foi aplicado, originalmente, ao trabalho realizado pela *maison* de Charles Frederick Worth, um inglês que produziu em Paris, em 1858, o primeiro desfile de moda conhecido. Na França moderna, *haute couture* tornou-se uma denominação que goza de proteção jurídica e que só pode ser usada por empresas que atendam a determinados padrões bem definidos.

Quadro 2 - Impactos Ambientais da Indústria Têxtil no mundo.

| |
|---|
| IMPACTOS AMBIENTAIS |
| QUÍMICA A indústria têxtil é responsável por 20% da contaminação das águas no conjunto do toda a atividade industrial do planeta.⁶ O uso indevido dos produtos químicos nos processos de extração e cultivo de matérias primas e de produção de fios, tecidos e roupas exerce grande impacto no meio ambiente, especialmente no entorno aquático (rios e mares). |
| ÁGUA Para produzir uma camiseta de algodão, por exemplo, são necessários 2.700 litros de água.⁷ Calcula-se que a indústria têxtil mundial utilize 387 bilhões de litros de água por ano.⁸ As etapas de produção, bem como as fases seguintes do ciclo de vida de um produto têxtil, requerem uso intensivo de água, o que pode ter como consequência a escassez desse bem para os seres humanos e os demais seres vivos. |
| GASES DO EFEITO ESTUFA A indústria têxtil é responsável por 10% do total de emissões de gás carbônico em todo o planeta e consome anualmente 1 trilhão de quilowatts/hora em energia.⁹ A quantidade e o tipo de energia utilizados e as emissões por ela geradas (gás carbônico e outros gases do efeito estufa) nas fases de produção, transporte, uso e manutenção das peças são fatores muito importantes da pegada ecológica do sistema de moda. |
| RESÍDUOS SÓLIDOS Nos Estados Unidos, por exemplo, resíduos da indústria têxtil correspondem a 5% do total de resíduos produzidos no país.¹⁰ Ao longo do ciclo de produção e vida útil de uma peça de vestuário são gerados diversos resíduos sólidos. Além das próprias peças de roupa que em algum momento serão descartadas, incluem-se aqui também as embalagens não reutilizáveis ou não recicláveis. |
| RECURSOS: TERRA E ENERGIA 58% das fibras têxteis produzidas mundialmente são derivadas do petróleo.¹¹ Além de depender de recursos finitos, a fabricação de matérias-primas e, por conseguinte, de produtos finalizados requer o uso cada vez mais intensivo da terra, que deixa de ser aproveitada para outros cultivos, como o de alimentos. |
| BIODIVERSIDADE Na Índia, a contaminação pelo algodão transgênico Bt tem como consequência a perda de sementes de algodão não transgênico. No México, berço do milho, esse cereal já perdeu cerca de 80% de suas variedades. Esses são apenas dois exemplos da perda da herança de nossas sementes.¹² Na busca por eficácia e eficiência nos processo produtivos e por geração de economia em grande escala, o ser humano vem apostando no conceito da monocultura. Uma iniciativa que não se restringe apenas ao cultivo, mas também no que diz respeito a processos de manufatura, que |

⁶Textile Exchange Brochure, 2010

⁷“A Comprehensive Introduction to Water Footprints”, Hoekstra & Chapagain, 2008.

⁸Clay J., *World Agriculture and the Environment*, Island Press, Washington D.C., 2004, pág. 288.

⁹Valerio Zaffalon, “Climate Change, Carbon Mitigation and Textiles”, *Textile World*, julho/agosto 2010.
<http://www.textileworld.com>

¹⁰<http://www.enkad.net/1922.html>. Acessado em 13 de maio de 2013

¹¹“The Fiber Year 2009/10 Report”, de The Oerlikon Textile, 2010.

¹²“El manifiesto del futuro de las semillas” (“Manifiesto on the Future of Seeds”), 2004, disponível em <http://www.navdanyainternacional.it/>.

envolvem tecidos e fibras e, portanto, afetam diretamente o cultivo de espécies. Apesar de não se tratar de um impacto difícil de ser mensurado, é importante reconhecer que existe uma perda de biodiversidade.

Fonte: Moda ética para um futuro sustentável (2014).

A partir dos dados enunciadas no quadro anterior é possível perceber a dimensão dos efeitos da indústria têxtil sobre o bem-estar ambiental do planeta. Fica evidente que essa indústria precisa de um novo direcionamento para poder sobreviver em um planeta com recursos finitos e com uma população que cresce exponencialmente. Deve-se focar, entre outros, na reutilização da água, na diminuição da emissão de gases e na minimização da geração de resíduos, apostando em projetos e tecnologias inovadoras.

O quadro 3 apresenta outra categoria pelo qual a indústria da moda exerce grande influência sobre, a de impactos sociais.

Quadro 3 - Impactos sociais da Indústria Têxtil no mundo.

IMPACTOS SOCIAIS

CONDIÇÕES DE TRABALHO

O trabalhador que confecciona uma peça de roupa recebe entre 1% e 2% do preço de venda de tal peça. Isso significa, por exemplo, que, no caso de uma camiseta de 20 reais, o trabalhador que a confeccionou receberá apenas entre 20 e 40 centavos de real.¹³ Em Bangladesh, entre 2006 e 2013, mais de 1.100 trabalhadores da indústria têxtil morreram devido a más condições de trabalho.¹⁴ As situações de insalubridade e insegurança no setor têxtil, bem como a exploração do trabalhador e de menores de idade nos processos de coleta de matéria-prima e produção, representam uma injustiça social e uma atentado contra o bem-estar da humanidade.

IDENTIDADE CULTURAL

40% dos resíduos têxteis são exportados para países do “Terceiro Mundo”, principalmente no continente africano.¹⁵ A monocultura da moda se traduz na uniformização dos mercados e na invasão dos países em desenvolvimento pelos resíduos dos países desenvolvidos. Tudo isso representa uma ameaça à própria indústria, bem como às vestimentas tradicionais e à identidade cultural dos países menos favorecidos.

QUÍMICA

As plantações de algodão ocupam 2,4% da área cultivável do planeta, mas são responsáveis por 16% do consumo total de inseticidas. Apenas uma gota de aldicarbe (pesticida bastante comum na produção do algodão), quando absorvida pela pele, pode ser suficiente para matar um adulto.¹⁶ O uso intensivo de produtos químicos na produção de fibras e tecidos, na fabricação de roupas e também na sua manutenção é uma ameaça à saúde. Os afetados não são apenas os trabalhadores do setor têxtil, mas também as comunidades que vivem próximas aos centros de

¹³Tejiendo Salarios Dignos en el Mundo, Joroen Merk, Campaña Ropa Limpia, março 2013.

¹⁴*Fatal Fashion. Analysis on Recent Factory Fires in Pakistan and Bangladesh*, Campaña Ropa Limpia, março 2013.

¹⁵<http://www.magrama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/prevencion-y-gestion-residuos/flujos/domesticos/fracciones/textil-y-calzado/> (26/05/2013)

¹⁶The Deadly Chemicals in Cotton, Environmental Justice Foundation report, 2007. <http://www.ejfoundation.org>.

produção e os consumidores em geral.

Fonte: Moda ética para um futuro sustentável (2014).

As situações explanadas no quadro anterior (quadro 3) se referem à problemas recorrentes e complicados que a sociedade vive hoje em dia. Isso ocorre no mundo e com maior peso em países subdesenvolvidos, que são o berço da produção da indústria têxtil.

Mesmo contribuindo para a insustentabilidade do planeta, os artigos produzidos pela Indústria da Moda são necessários para a sobrevivência humana e para a convivência em comunidade, o que faz dessa indústria uma das maiores do mundo e de grande representatividade na economia mundial. O Brasil não se exclui desse cenário e no próximo item, temos um parecer sobre a dimensão da Indústria Têxtil e de Confecção nacional.

2.7 Indústria Têxtil e de Confecção brasileira

A Indústria Têxtil no Brasil tem peso importante no PIB Nacional e faturou, só em 2017, US\$45 bilhões. Segundo a Abit - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção, em 2017, a Indústria Têxtil e de Confecção brasileira foi a segunda maior geradora de empregos da indústria de transformação¹⁷ do país, sendo responsável por 16,7% do total. Ela empregou 1,479 milhões de pessoas diretamente e 8 milhões indiretamente.

O Setor Têxtil e de Confecção Brasileiro é o quinto maior produtor têxtil do mundo e possui o quarto maior parque industrial mundial, sendo o segundo maior produtor e terceiro maior consumidor de *denim* e o quarto maior produtor de malha. Em 2017, teve investimento de 1,9 milhões de reais e foi responsável por 5,7% do faturamento da indústria de transformação. Estes números mostram a importância deste segmento para a economia do país e do mundo.

¹⁷A indústria de transformação compreende as atividades que envolvem a transformação física, química e biológica de materiais, substâncias e componentes para obter produtos novos.

3. FASE ANALÍTICA: DESENVOLVIMENTO E PESQUISA

Nesta etapa serão analisados os processos e insumos da indústria gráfica, como os processos de impressão, as tintas e papéis, e como eles afetam o meio ambiente. Também será feita uma avaliação de objetos similares ao produto deste estudo; e definidas as personas que consomem e utilizam deste material.

3.1 Análise de processos e insumos da indústria gráfica

O setor gráfico brasileiro representa 3% do PIB nacional¹⁸ e faturou, em 2016, cerca de R\$46,8 bilhões demonstrando sua representatividade na economia nacional. Porém, este setor é um significativo gerador de resíduos e efluentes já que é um grande consumidor de água, papel e tinta (produtos químicos).

No caminho em busca da sustentabilidade, empresas de suprimentos para a indústria gráfica e gráficas de impressão começaram a desenvolver melhorias nos seus processos de fabricação e na criação de produtos mais sustentáveis para diminuir os impactos ambientais que sua atuação acarreta. Jones (2010) aponta que:

Atual-men-te as gráficas não podem mais se dar ao luxo de ignorar esse assunto. Não é apenas a preservação do meio am-bien-te que está em jogo. A rentabilidade futura das empresas do setor está diretamente ligada à forma como as questões de produção sustentável forem abordadas hoje (JONES, 2010).

Jones (2010) ainda defende que ações como a utilização de insumos ecologicamente corretos e deter um certificado de cadeia de custódia embora sirvam como início para se chegar a um caminho mais sustentável, isoladamente não são suficientes. Existem outros fatores que devem ser considerados, como a gestão dos resíduos sólidos da produção, a eficiência energética, os processos de impressão, o controle da emissão de gases, a logística de entrega, a logística reversa e outros.

De qualquer forma, deve haver um início ao processo para atingir uma produção mais sustentável. Por isso, a preocupação com a origem, compostos e fabricação dos insumos e com os métodos de impressão é uma boa escolha. Nos próximos itens, faremos análises dos principais componentes da produção da indústria gráfica e apresentaremos algumas opções de processos e insumos que são utilizados com o ideal de diminuição do impacto ambiental causado pelo setor.

3.1.1 Impressão

Existem, atualmente, 4 categorias principais de processos de impressão que serão descritos e exemplificados abaixo:

- **Relevográficos:** são diretos (a impressão é feita diretamente no papel ou material) e feitos através de uma matriz/chapa em alto relevo que possui o conteúdo a ser impresso e fica em contato com a tinta para realizar o processo de impressão por pressão através de uma bobina auxiliar. São exemplos os processos de xilogravura, tipografia e flexogravura.
- **Encavográficos:** neste processo a matriz/chapa é em baixo relevo e a impressão também é feita de forma direta sob o auxílio de uma bobina que pressiona o papel contra a matriz. São exemplos os processos timbrado, talho doce e a rotogravura.

¹⁸Fonte: IBGE/PIA, MDIC e MTE/(RAIS/CAGED). Elaboração: DECON/ABIGRAF.
<http://www.abigraf.org.br/dados-economicos> (Acessado em 26 abr. 2018)

- **Permeográficos:** o procedimento de impressão é executado por foto-sensibilidade uma vez que a matriz é preparada com um produto químico foto-sensível, colocada sobre um fotolito e depois estendida em uma mesa de luz. Os pontos que apresentaram cores escuras, indicam os locais que ficarão vazados, admitindo a passagem da tinta (que vaza da moldura da matriz e é aplicada com um rodo ou puxador) e os pontos de cores claras, são impermeabilizados pelo endurecimento da emulsão foto-sensível exposta a luz. São exemplos os processos *silk* e serigrafia.
- **Planográficos:** Como exemplo, explicaremos o processo de impressão offset. Nele, a imagem não é impressa diretamente no material (impressão indireta). Primeiramente, uma chapa metálica foto-sensível é gravada com o conteúdo a ser impresso, a área protegida pela luz segura a tinta (gordura) e a desprotegida segura água. Essa chapa passa por um cilindro que contém a tinta, capta-a pelo processo fotosensível e passa o conteúdo através de pressão para uma blanqueta de borracha, que depois entra em contato com o papel (ou outro material) e transfere o conteúdo da impressão também por pressão, finalizando o processo. Na figura abaixo (figura 6) há uma representação visual para melhor entendimento do processo de impressão offset. São outros exemplos da categoria planográfica a litografia e o CTP.

Figura 6 - Representação visual do processo offset



Fonte: Gráfica Online Printi.

A categoria dos planográficos, principalmente o processo offset, é um dos mais empregados na indústria gráfica atualmente, já que permite a impressão de materiais de grande tiragem a baixos preços. Porém, sua utilização consome demasiada quantidade de água tanto para manter as máquinas rodando quanto para a gravar as chapas metálicas (matrizes), o que o torna um processo pouco sustentável e que provoca impactos ambientais negativos.

Como solução para tentar minimizar estes impactos, surgiu o processo de impressão chamado offset seco, que não necessita de água durante seu funcionamento. Como diferencial, é utilizada uma placa com revestimento de silicone resistente a tinta para eliminar a necessidade de um sistema umectante, não necessitando assim, de água. Ao eliminar a solução de amortecimento do processo de

impressão, o sistema de impressão sem água proporciona melhorias na produtividade e uma operação ambientalmente amigável.

Outra opção mais consciente é a impressão digital. Neste processo não há a necessidade de gravação de chapas e matrizes, uma vez que a impressão é direta e feita com a utilização de impressoras a laser que imprimem todas as cores de uma só vez no papel ou outro suporte. O comando de impressão é feito através das configurações de arquivos digitais, como o PDF.

A qualidade da impressão digital, quando comparada com a *offset* é muito parecida e há também a possibilidade de impressão em vários formatos e suportes (diversos tipos de papel, lona e outros). O custo das provas de impressão e o tempo de execução são menores. Porém, este método só possui custo-benefício quando a tiragem do material for pequena, pois o valor unitário na impressão digital não muda, independente do tamanho da tiragem, diferente do *offset* que quanto mais impressões realizar com uma gravação de chapa, mais barato fica.

3.1.2 Papel

O papel escolhido para a impressão tem grande influência sobre a qualidade final do impresso e por isso, ele varia muito de acordo com cada situação. Existem quatro variáveis principais que os classificam e diferenciam: o peso, o formato, a cor e a textura. O peso tem relação com a grossura/gramatura do papel, que pode variar de 50 a 350 gramas influenciando no peso, volume, opacidade e custo (maior a gramatura maior o preço) do material final. O formato influencia no valor e na quantidade final de refil (sobras) que o impresso vai produzir e por isso, é muito importante desenvolver materiais levando em consideração o aproveitamento do papel. Uma mudança de 2 ou 3 centímetros no formato pode produzir uma grande diferença de orçamento e gerar economia para o planeta.

A cor do papel demonstra a quantidade de produtos químicos e pigmentos aplicados no seu processo de fabricação e por quantas técnicas de branqueamento ele passou. Quanto mais claro ou colorido, maior a manipulação aplicada à pasta de celulose que forma o papel. Por fim, temos a variável textura que representa o aspecto e o grau de rigidez do papel, podendo ser lisos, calandrados, telados e outros. A textura influencia na nitidez da impressão e, em função disso, os papéis texturizados não são indicados para impressões com alto detalhamento. A textura também pode ser vista como um aspecto de singularidade e é atribuído como um elemento de design diferenciador nos materiais.

A manipulação dessas quatro variáveis gera uma gama gigantesca de disponibilidade de papéis no mercado atualmente. Os que possuem menos aditivos e passam pelo mínimo possível de processos químicos são os mais ecologicamente amigáveis. São exemplos os papéis não revestidos: os reciclados, feitos com restos de papel *offset* e sulfite, o que lhes proporcionam um tom amarronzado e textura áspera; os *krafts* que não passam pelo processo de branqueamento e por isso preservam o tom marrom da madeira; e os papéis vegetais que são fabricados com fibra de celulose pura, sem adição de químicos e por isso apresentam transparência parcial.

O processo de impressão *offset*, o mais utilizado na indústria gráfica atualmente por ter ótima relação custo-benefício para impressão de grande tiragens, ainda possui a vantagem de permitir impressão na maioria dos papéis disponíveis no mercado. Para se obter uma impressão mais nítida e com cores precisas, é preferível a utilização de papel branco e liso, mas é possível adequar essa escolha utilizando insumos de menor impacto ambiental e manter a qualidade muito parecida. Uma opção é exigir papéis com o selo FSC, uma certificação de cadeia de custódia internacional, que garante produtos que vêm de um manejo florestal correto. A variação ocorrerá no preço final do impresso, que provavelmente será mais alto uma vez que os insumos ecologicamente amigáveis são mais caros por serem menos utilizados na indústria.

3.1.3 Tintas

Como explicado anteriormente, a impressão offset é o processo mais comum na indústria gráfica atualmente e por isso, no presente estudo, faremos análise das tintas utilizadas nesta técnica especificamente. São quatro categorias principais que compreendem os tipos de tintas offset:

- 1) tintas de escala;
- 2) tintas em cores especiais;
- 3) tintas metálicas; e
- 4) tintas de segurança ou para aplicação específica.

Na indústria gráfica atual temos disponível basicamente dois tipos de tintas que compreendem as cores de escala¹⁹: as a base de óleos minerais, que são feitas a partir do petróleo, um recurso não renovável e que exige a utilização de grande quantidade de solventes para tornar o uso do produto viável; e as a base de óleos vegetais, como a soja e o milho, que possuem como vantagens serem feitas a partir de recursos renováveis e facilitarem a reciclagem dos papéis que as empregam; e como desvantagens demorarem mais tempo para secar e o fato do cultivo de soja e milho serem responsáveis pelo desmatamento de grandes áreas de mata nativa além de serem produtos alimentícios que estão sendo desviados de sua função principal (alimentar) para serem aplicados em outra indústria.

Ainda não existe uma tinta de escala que seja totalmente sustentável, uma vez que na composição das mesmas, além dos óleos base, são adicionados solventes e componentes de ligação. Mas há grande defesa às tintas a base de óleo vegetal, principalmente por serem feitas a partir de recursos renováveis e por emitirem menos compostos orgânicos voláteis.

A utilização das tintas à base de óleos vegetais, geralmente de soja, contendo apenas 10% de óleos de petróleo, emitem menos compostos orgânicos voláteis e permitem uma maior eficiência de impressão. A mesma quantidade de tinta imprime cerca de 17% mais que a tinta de óleos minerais (AFONSO, 2008).

A segunda categoria é a das tintas em cores especiais, que na maioria dos casos são empregadas com o intuito de reproduzir uma cor que não pode ser gerada pela junção das cores de escala, ou até para facilitar o processo de impressão. Os catálogos de cores especiais mais conhecidos e utilizados são os da PANTONE®²⁰. Eles servem de guia para manter a padronização dos tons das cores desenvolvidos pela empresa e são divididos em dois tipos, os para papéis revestidos e para papéis não revestidos.

Não foram encontradas informações no site ou em relatórios produzidos pela PANTONE® sobre a produção e composição de suas tintas, mas dados não comprovados apontam que elas são feitas a base de óleos minerais (petróleo). Assim, podemos atribuir que a utilização de tintas especiais não é a melhor opção para quem está procurando realizar uma impressão mais consciente.

A terceira categoria é a das tintas metálicas que são aquelas que possuem pigmentos específicos em suas formulações, diferentes dos utilizados nas tintas de escalas ou tintas com cores

¹⁹ Cores de escala: que compõe as 4 cores básicas utilizadas no processo de impressão offset: ciano, magenta, amarelo e preto.

²⁰PANTONE®: empresa americana considerada hoje uma autoridade em cores. É mundialmente conhecida pelos seus sistemas e tecnologias de ponta criados para os processos que envolvem cores com reprodução precisa, nas etapas de seleção, comunicação e controle de cores. O nome PANTONE® é conhecido mundialmente como a linguagem padrão para a comunicação em todas as fases do processo de gerenciamento de cores, desde o designer até o fabricante, desde o revendedor e até o consumidor, em várias indústrias.
<http://www.pantone.com.br/>

especiais. Os pigmentos normalmente são o pó de alumínio (tinta prata) e o pó de cobre (tinta ouro). Dados não comprovados apontam que a formulação dessas tintas é a base de óleos minerais (petróleo) e ainda é fortemente recomendado que se faça a aplicação de vernizes sobre a impressão metálica, para aumentar o brilho e a resistência ao atrito. Esse tipo de tinta ainda exige tempo de secagem maior e até a passagem do papel por máquinas de secagem especializada, o que nos leva a concluir que sua utilização não é recomendada para uma impressão com menor impacto ambiental, uma vez que exige a aplicação de processos extras que gastam mais energia elétrica e insumos e dificultam a futura reciclagem do papel.

A última categoria é a de tintas para segurança ou de aplicação específica que têm por objetivo atribuir uma característica particular para o impresso, podendo ser para promover segurança (dificultar falsificações) ou conceder diferencial para o produto (agregar valor). São exemplos as tintas fluorescentes, que promovem efeito luminoso e as tintas sensíveis UV que durante a impressão ficam invisíveis e só podem ser vistas com a utilização de luz negra. Por possuírem particularidades, essas tintas exigem processos específicos durante sua aplicação, podendo exigir matrizes/chapas individualizadas, solução de molha diferenciada e suportes especiais. Isso exige o emprego de maior quantidade de máquinas (consumindo mais energia elétrica), dificulta a reutilização futura do material impresso e aumenta a utilização de insumos, produzindo mais resíduos. Dessa forma, indica-se priorizar o uso de tintas de segurança ou de aplicação específica apenas para casos realmente necessários, já que sua aplicação acarreta impactos negativos significativos.

3.1.4 Acabamentos

Os acabamentos gráficos são processos de finalização aplicados em produtos impressos feitos em gráficas. Sua execução tem grande importância para completar todo o processo de produção de materiais. Através de diversas técnicas de acabamentos é possível adicionar sofisticação a um material e melhorar sua qualidade estética, o tornando mais chamativo. Por ser tão importante e específico, existem empresas gráficas especializadas nesse segmento e muitas gráficas preferem enviar seus materiais para que a finalização ocorra nas mãos de quem tem experiência, uma vez que erros simples podem destruir todo um lote de impressão.

As opções de acabamento gráfico são diversas e apresentam melhores resultados de acordo com variáveis relacionadas ao papel e a impressão. As mais utilizadas serão explicadas e exemplificadas no quadro abaixo:

Quadro 4 - Acabamentos gráficos

| | |
|-------------------------|--|
| <p>REFILE</p> | <p>O refile consiste no aparar dos excessos de papel após a impressão, para que ele fique no formato final. Ele é um corte reto, feito através de uma guilhotina e garante que os lotes impressos apresentem as mesmas proporções. Esse acabamento não gera nenhum diferencial muito grande ao material.</p> |
| <p>LAMINAÇÃO</p> | <p>Esse processo consiste na aplicação de uma película plástica no papel usando uma mescla de cola e calor. Normalmente é usada em papéis de gramatura alta e aplicada dos dois lados do material para evitar deformações. A laminação oferece proteção extra ao material aumentando sua durabilidade. Ela pode apresentar diversas características, as brilhosas, por exemplo, ajudam no realce do padrão de cores; e as foscas, trazem um toque aveludado que adiciona sofisticação ao material.</p> |

| | |
|-----------------------------|--|
| <p>CORTE E VINCO</p> | <p>Os vincos são marcações feitas no papel e servem como linhas-guias a fim de facilitar a dobra e evitar que a qualidade do material diminua ou seja danificada no processo de dobra; também podem ser usados para criar efeitos estéticos nos impressos. Os cortes são utilizados para criar personalizações e podem aumentar bastante o custo de um lote de impressão, uma vez que facas de corte especial podem ser criadas exclusivamente para um material.</p> <p>Os processos de corte e vinco são feitos com a utilização de uma faca, objeto de aço moldado em uma matriz de madeira, onde são adicionadas lâminas cegas ou arredondadas no caso da realização de um vinco ou lâminas de corte no caso da execução do processo de corte. Essa faca é prensada sobre o papel e corta ou vinca o mesmo formato que está “desenhado” nela. É um processo automatizado mas que mesmo assim, acaba por causar lentidão à produção.</p> |
| <p>VERNIZ</p> | <p>O verniz é uma espécie de tinta de acabamento superficial, também conhecido como “<i>coating</i>”. Eles podem ser aplicados em toda a superfície do material, ajudando a proteger e dar brilho, ou de maneira localizada, destacando somente alguns pontos do impresso. São encontrados no mercado atualmente vernizes brilhosos, foscos, texturizados, fluorescentes, com glitter e até aromatizados. O ponto positivo é que eles podem ser aplicados em papéis de baixa e alta gramatura e o ponto negativo é que sua durabilidade é inferior à laminação.</p> |
| <p>HOT STAMPING</p> | <p>O Hot Stamping é um sistema de impressão em alto relevo que não utiliza tinta e sim, uma tira de material sintético que é colada ao material através de aquecimento e pressurização do mesmo no local escolhido do impresso. Normalmente, é utilizado em pequenos detalhes ou frases para produzir efeito metalizado na impressão; na grande maioria das vezes nas cores prata e dourado, mas também existem no mercado acabamentos simulando holografias, estampas e outros.</p> |
| <p>RELEVO SECO</p> | <p>O relevo seco é um processo de marcação que utiliza a pressão como forma de gravura e deixa um detalhe no material sensível ao tato. A técnica se realiza com o uso de clichês macho-fêmea para esculpir uma imagem no papel. Existem as opções alto e baixo relevo e o processo de realização dos dois é parecido, o que muda é o lado do papel que terá o relevo aplicado. É recomendado o emprego do relevo seco em papéis de alta gramatura, acima de 180g, já que nesses, o resultado fica mais nítido. Essa técnica de personalização confere sofisticação e identidade ao material.</p> |
| <p>ENCADERNAÇÃO</p> | <p>A encadernação é uma técnica que consiste no agrupamento de capas e folhas com o intuito de facilitar o manuseio e unir as páginas de um material. Existe uma vasta gama de possibilidades de encadernação, podendo ser realizados de forma manual ou através de máquinas. Na</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>indústria gráfica se utilizam máquinas de encadernação uma vez que a quantidade de produtos a ser encadernados é muito grande. Esse acabamento propicia aspecto diferenciado ao impresso, melhorando a aparência visual e agregando valor ao design do material.</p> <p>As encadernações mais comuns são a canoa, que funciona prendendo as páginas através da aplicação de grampos na dobra do material; a lombada quadrada ou <i>hot melt</i>, indicada para materiais com mais de 200 folhas e que consiste na encadernação da capa à cadernos de páginas do material com o uso de cola; a costurada, considerada uma encadernação artesanal, que consiste em costurar manualmente os cadernos do material com fios diversos (de algodão, encerados, de cetim, outros); a espiral, na qual são feitos furos na lateral das páginas e capas do impresso onde é introduzido o espiral, normalmente plástico; e, por último, o <i>wire-o</i>, técnica considerada a evolução do espiral, onde os furos na lateral do material são quadrados e o espiral é de arame metálico duplo, o que traz sofisticação ao impresso.</p> |
|--|--|

Fonte: Elaborado pela autora com adaptação do conteúdo da Expoprint (<https://www.expoprint.com.br/pt/acabamento-grafico>).

Apesar dos acabamentos serem importantes formas de valorização de um impresso, seu emprego, do ponto de vista da sustentabilidade, não é indicado, uma vez que materiais plásticos, metálicos e que utilizam de produtos químicos são adicionados ao papel. Isso dificulta a futura reutilização e reciclagem do papel e ainda causa impactos ambientais negativos extras no processo de produção, dado que todos esses insumos também danificam o meio ambiente quando estão sendo gerados.

Dessa forma, conclui-se que os acabamentos devem ser empregados com cautela e de forma inteligente, de preferência com a aplicação de insumos restantes de outras produções (utilização de facas prontas, por exemplo) ou que aumentem a vida útil do material (emprego da laminação e encadernação costurada, por exemplo), para assim, diminuir a geração de resíduos e os impactos ambientais.

No item a seguir, objetos similares ao produto deste estudo serão analisados de forma a identificar se foram produzidos levando em consideração a diminuição da geração de impactos ambientais.

3.2 Análise de similares

O design gráfico apresenta elo com o design de moda no processo de criação e vetorização de estampas e, também, na materialização dos estudos das pesquisas de tendências através da elaboração do conceito editorial e do projeto gráfico dos *trendbooks*. No presente projeto a exploração e aplicação dos recursos e diretrizes de design gráfico serão aplicadas no segundo segmento.

Trendbooks se caracterizam por serem livros com informações bastante visuais. Por isso, há a utilização de uma grande variedade de cores, imagens, tipografias e recursos gráficos - como elementos de separação marcantes, margens estilizadas e fundos contrastantes - já que seu objetivo é servir de referência na escolha de cores, texturas e tecnologias durante o levantamento de dados na criação de coleções.

Neste projeto, faremos a análise de 2 *trendbooks* do SEBRAE/SENAI, levantando atributos relacionados aos elementos gráficos de cada um, verificando as escolhas de formato, processo de

impressão, tipografia, estilo de imagens, cores, definição de conteúdos e outros, que serão utilizados como referência para a futura solução final que será o resultado materializado deste projeto.

3.2.1 Trendbook Inova Moda Criação: Movimentos - Verão 2016/2017

Este *trendbook* contém os estudos e interpretações de 3 macro tendências e cada uma delas é dividida em 2 estéticas, de acordo com o quadro abaixo (quadro 5).

Quadro 5 - Macro tendências e suas estéticas

| | |
|------------------|----------|
| VIAGENS | Corpo |
| | Alma |
| VOOS | Raro |
| | Sublime |
| FESTIVAIS | Jogos |
| | Alquimia |

Fonte: Elaborado pela autora.

As macro tendências apresentam a ideia geral dos comportamentos identificados durante a pesquisa de tendências; e as estéticas traduzem através de elementos, cores, texturas e exemplos particulares a aparência que cada macro tendência se desdobra e exprime. A figura abaixo (figura 7) apresenta a diagramação em página dupla (*spread*) da abertura de seção da macro tendência “Viagens” e a dobra na página direita introduz às estéticas “Corpo” e “Alma”.

Figura 7 - Abertura de seção da macro tendência Viagens e suas estéticas Corpo e Alma.

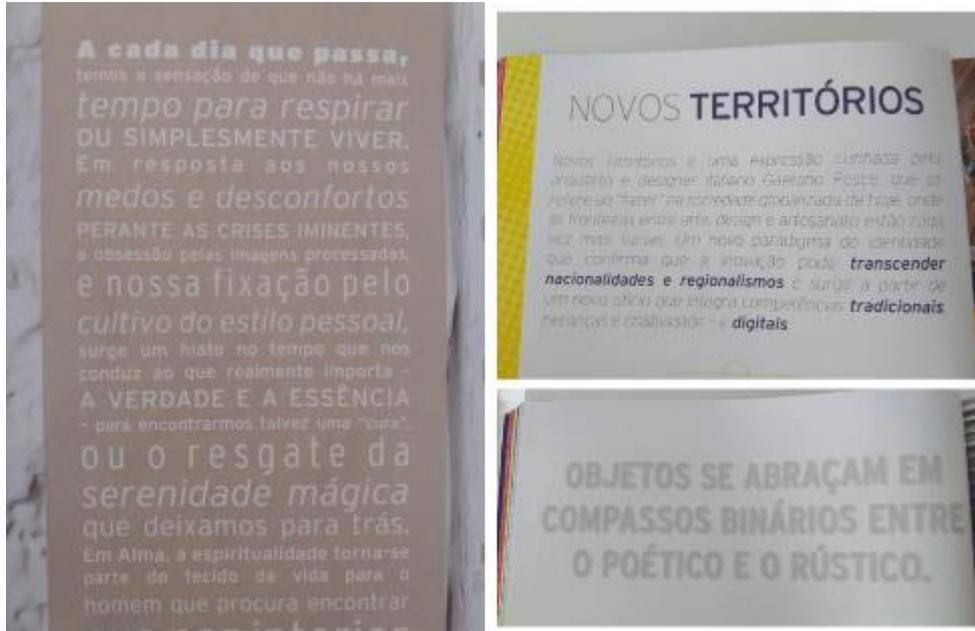


Fonte: Autora (2018).

A tipografia escolhida para o livro é geométrica, sem serifa e possui altura de corpo adequada, o que garante boa legibilidade. Ela tem uma grande família tipográfica, contando com as variações:

negrito, itálico, condensado, extra-bold e *medium* e, por isso, é utilizada durante todo o *book*, tanto em textos corridos e legendas como em títulos, subtítulos e aberturas de seção. Na figura abaixo (Figura 8), trouxemos exemplos da aplicação da tipografia nodecorrer do *trendbook*.

Figura 8 - Tipografia



Fonte: Autora (2018).

A maioria das imagens utilizadas são fotografias, mas há, em pequena quantidade, a presença de ilustrações e desenhos (*croqui's*). Elas apresentam, no geral, bom contraste de cores e a saturação, na grande maioria delas, é alta, tornando as imagens vivas e atraentes (Figura 9).

Figura 9 - Imagens com bom contraste e saturação alta.



Fonte: Autora (2018)

A exceção é encontrada na estética “Alma” que exprime ideias de serenidade e espiritualidade e por isso, exhibe imagens em tons suaves, com variações de azul, verde e bege como demonstrado na figura abaixo (Figura 10).

Figura 10 - Estética Alma



Fonte: Autora (2018).

Cada macro-tendência é apresentada no *book* em um *spread* com dobra extra na página da direita e expõe uma imagem representativa e um texto inicial, que transmite as ideias-guia do estudo e está diagramado com variações da tipografia principal (Figura 11).

Figura 11 - Macro-tendência “Festivais”



Fonte: Autora (2018)

O elemento gráfico escolhido para este *trendbook* foi o círculo, pois ele sugere a ideia de movimento e harmonia e representa o nome dado ao livro: “Movimentos”. O círculo foi aplicado em diferentes tamanhos para formar uma estampa que é utilizada nas margens e ao fundo de imagens durante as páginas, como mostra a Figura 12. Também é aplicado como recurso de separação de conteúdos junto à uma linha (Figura 12).

Figura 12 - O círculo como elemento gráfico.



Fonte: Autora (2018).

Informações técnicas:

Capa:

- Papel: Cartão supremo 250g;
- Impressão em offset¹ com entrada de máquina 4/4 cores;
- Formato fechado: 22cm x 31cm;
- Formato aberto: 22cm x 45,5cm.

Miolo:

- Papel: *Couché* 120g;
- 132 páginas;
- Impressão em offset com entrada de máquina 4/4 cores;
- Formato fechado: 22cm x 31cm;
- Apresenta 11 cadernos e desses, 4 têm páginas de abertura em formato de especial (dobra extra) aumentando 11cm de papel na borda direita. O que totaliza formato de página de 33cm de largura.

Acabamentos:

- Lombada quadrada com *hotmelt* (cola) de 1,5cm;
- Refile.

3.2.2 *Trendbook* Inova Moda Criação: Contatos - Verão 2018

Este *trendbook* contém os estudos e interpretações de 2 macrotendências, neste *book* chamadas de “conceitos” e cada um deles é dividido em 3 estéticas, aqui chamados de “*trendtopics*”, de acordo com o quadro abaixo (Quadro 6).

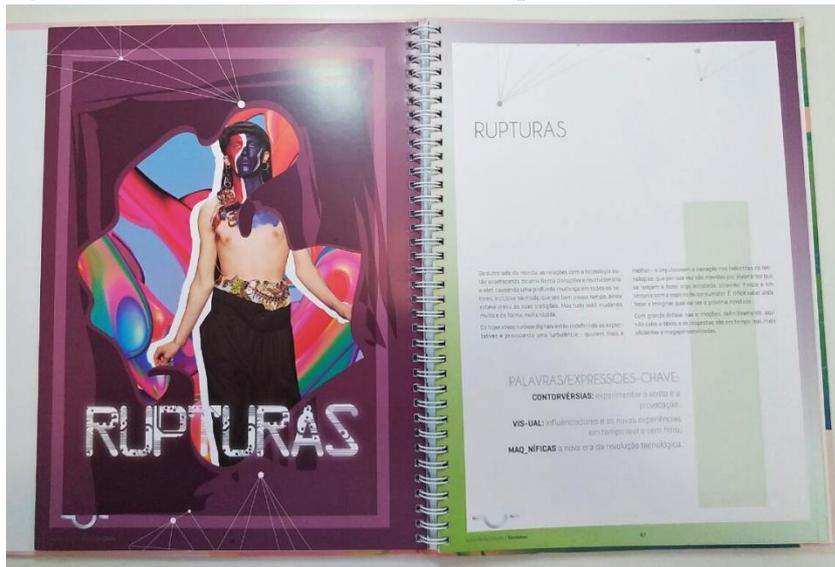
Quadro 6 - Conceitos e seus *trendtopics*

| | |
|-----------------|----------------|
| VÍNCULOS | Sinergia |
| | Empatia |
| | Consciência |
| RUPTURAS | Contro-vérsias |
| | Vis-ual! |
| | Maq_níficas |

Fonte: Elaborado pela autora.

Cada conceito (macrotendência) é apresentado neste *trendbook* em dois *spreads* (4 páginas). É exposto na página inicial uma imagem representativa sobre o estudo com a aplicação da tipografia fantasia no nome do conceito e, nas outras páginas, são encontrados textos, palavras e imagens que transmitem as ideias-guia do projeto. Na figura abaixo trazemos um exemplo da organização informacional descrita acima (Figura 13).

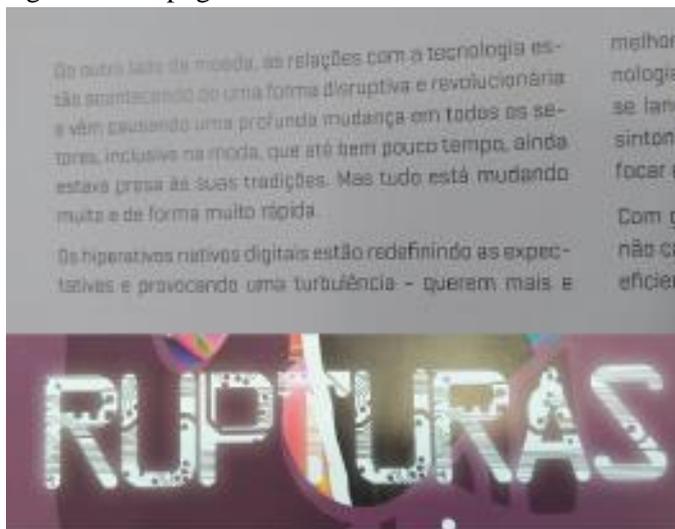
Figura 13 - Abertura de seção: Conceito Rupturas



Fonte: Autora (2018)

São utilizadas duas tipografias durante o *book*: uma principal, que é geométrica e sem serifa, com formas simples para não brigar visualmente com as imagens e elementos da páginas. Ela é aplicada em textos corridos, legendas, títulos e subtítulos empregando as variações de sua família tipográfica (negrito, itálico, condensado e *thin*); e há, também, uma tipografia secundária, fantasia com desenhos dentro da área da fonte, aplicada em duas palavras durante todo o livro - os nomes das macrotendências/conceitos em suas páginas de abertura. Na figura abaixo (Figura 14), podemos verificar as tipografias escolhidas para este *book*.

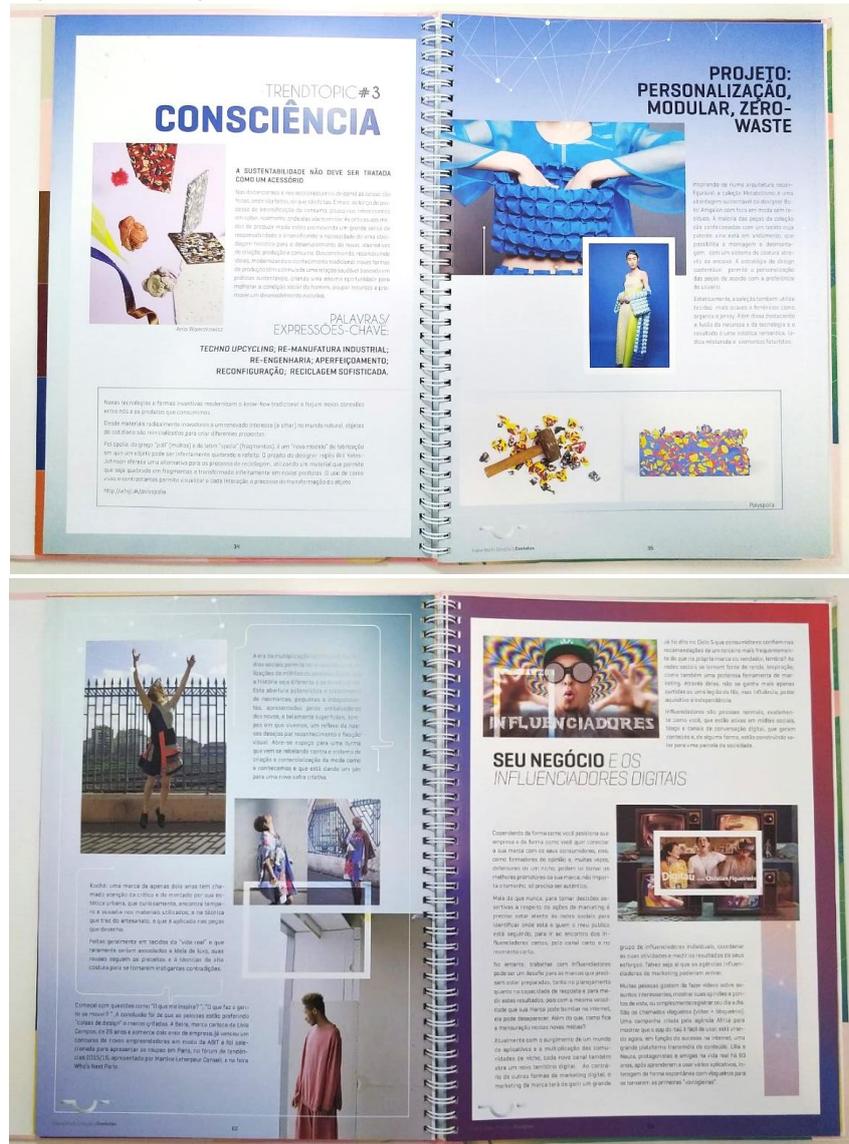
Figura 14 - Tipografias



Fonte: Autora (2018)

A maioria das imagens utilizadas são fotografias, mas também são encontradas ilustrações e colagens. De modo geral, são imagens com bom contraste de cores e com saturação alta, tornando-as vivas e atraentes (Figura 15).

Figura 15 - Imagens



Fonte: Autora (2018).

Foram escolhidos dois elementos gráficos para este *trendbook*, os retângulos e as linhas retas, que em sua maioria, são conectadas umas às outras por suas extremidades com a utilização de círculos, de acordo com a figura abaixo (Figura 16). A escolha desse elemento se deu, principalmente, para representar o nome do book, “Contatos”, já que suas formas simbolizam a conexão entre pontos e ideias.

Figura 16 - Elementos gráficos



Fonte: Autora (2018).

A última página de todos os *trendtopics* é utilizada para expor a cartela de cores, as formas e as superfícies de cada um dos estudos e apresenta uma dobra extra especial na página da direita, do tamanho da página, o que transforma o último spread (2 páginas) em 2 spreads (4 páginas). O conteúdo é quase todo visual: há retângulos com cores chapadas formando a paleta de cores; fotografias de *looks* aplicados em grande escala para demonstrar as formas; e também, recortes que aproximam a visualização para detalhes em tecidos, materiais e bens de consumo, expressando as superfícies.

Figura 17 - Página com dobra extra



Fonte: Autora (2018).

Informações técnicas:

Capa:

- Capa dura;
- Impressão: offset com entrada de máquina 4/4 cores;
- Formato fechado: 24,5cm x 32cm;
- Formato aberto: 51cm x 32cm;
- Lombada: 2cm;
- Formato pasta com elástico (Figura 18);
- Encadernação: *wire-o* perfurado na capa dura (Figura 18);
- Acabamentos: *hotstamping* prateado e laminação fosca.

Figura 18 - Encadernação *wire-o* em capa dura



Fonte: Autora (2018).

Miolo:

- Papel: *Couché* 120g;
- Impressão: offset com entrada de máquina 4/4 cores;
- Formato fechado: 22,5cm x 31cm;
- 96 páginas;
- 6 páginas com formato especial (dobra), com adição de 21cm de papel na borda direita, totalizando formato de página de 43,5cm de largura;

Acabamentos:

- Refile.

3.2.3 Conclusão das análises

Usualmente, os *trendbooks* possuem bastante informação visual e por isso, a organização e a diagramação dos conteúdos têm relevância e, se for satisfatória, acarreta em uma melhor compreensão e boa utilização dos estudos que apresentam. Comparando os *trendbooks* analisados nos tópicos anteriores, o Inova Moda Criação: Contatos - Verão 2018 está melhor resolvido nos quesitos separação de conteúdos e diagramação, sendo possível identificar facilmente as transições dos blocos de informação e a conexão entre as categorias das macro-tendências/conceitos e estéticas/*trendtopics*.

O *book* Inova Moda Criação: Movimentos - Verão 2016/2017 ostenta diagramação um pouco carregada, principalmente quando combina as imagens e a estampa de círculos, que é o elemento gráfico base da diagramação. Isto torna as páginas saturadas e incomodativas pelo excesso de informação, o que atrapalha a compreensão das informações visuais das imagens. De qualquer forma, a organização das informações textuais é satisfatória, mas o resultado total acaba defasado pelo motivo supracitado.

Apesar de os *trendbooks* analisados possuírem temáticas diferentes e conseqüentemente escolhas de paleta de cores e elementos e estruturas de diagramação distintos, percebe-se um padrão em relação a organização e separação das informações - onde são utilizadas sessões, subtítulos, e divisões em categorias de informação semelhantes.

A escolha das imagens nos dois exemplos também é parecida, tanto nos assuntos explanados (são imagens de roupas, mobiliários, cidades, ambientes, calçados, acessórios e outros) quanto no tratamento que recebem (níveis de brilho, contraste e saturação). Outra semelhança é a de que ambos optaram pelo uso de apenas uma tipografia base que possui vasta variação de família tipográfica. Isso provavelmente ocorreu para evitar briga visual com a grande quantidade de imagens presentes no *book*.

No quesito sustentabilidade, o *trendbook* Movimentos se comporta utilizando papel branco não revestido, que é melhor que o revestido, porém sem selo FSC e não reciclado; em relação as tintas, não é possível verificar qual o tipo aplicado (a base de óleo vegetal ou mineral) mas, só foram empregadas tintas de escala, nenhuma cor especial, metálica ou de segurança foi encontrada; como acabamentos, ainda usa do refile, apesar de aparentemente cuidar com o aproveitamento do papel, e a encadernação *hot melt*, que adiciona um químico ao material.

O *book* Contatos comporta-se de maneira semelhante ao anterior. A diferença fica por conta da encadernação, já que é utilizado capa dura para possibilitar a aplicação do *wire-o*. Essa decisão tem seus prós e contras, o bom é que a durabilidade do material, teoricamente, aumenta, já que a capa dura e a laminação fosca aplicada nela protegem as folhas do miolo, e o *wire-o* demora bastante tempo para desgastar. O negativo é que esses acabamentos, junto com o *hot stamping* localizado aplicado na capa, são materiais extras adicionados ao impresso, que têm seus processos separados de produção e aplicação, o que aumenta o gasto de energia e a geração de resíduos e poluentes atribuídos a produção deste *trendbook*.

Dessa forma, pode-se concluir ao analisar os dois materiais que durante o desenvolvimento e tomada de decisão em produção gráfica de ambos, houve pouca ou nenhuma preocupação com sustentabilidade, uma vez que escolhas que previam processos industriais menos agressivos para o meio ambiente e o emprego de insumos ecologicamente amigáveis não foram tomadas.

3.3 Público Alvo

Os *trendbooks* descrevem e demonstram as tendências em cores, tecidos, modelagens e estilos de acordo com as atitudes observadas nos mais inovadores consumidores. Os conteúdos destes livros servem de referência na criação e tomada de decisão em vários setores do varejo, mas atingem, principalmente, a indústria têxtil e de moda mundial. Para cumprir bem essa função, é utilizada grande quantidade de imagens, cores e texturas nesses manuais, uma vez que eles orientam as decisões estéticas das coleções.

Os *books* de tendência são utilizados em cenários diversificados, sendo alguns, nem passíveis de identificação pelos desenvolvedores dos livros. Porém, o público alvo principal é constituído por 3 categorias:

- os **estudantes universitários**, de pós graduação e tecnólogos, que usam os *trendbooks*, majoritariamente, como guia e referência no desenvolvimento de trabalhos acadêmicos e pessoais;

- as **empresas da área de design e moda** (que trabalham com branding, diagramação, desenvolvimento de coleções e criação de modelagens, pesquisa de tendências, estamparia e outros) que utilizam os *trendbooks* como orientação na criação de layouts, modelagens, detalhes de coleções e acabamentos gráficos e na definição de materiais, formatos e cores; e
- a **indústria têxtil e de confecção** (que é responsável pela fiação, tecelagem e tingimento dos tecidos; aplicação de acabamentos especiais como lavagens, adereços metálicos e plásticos; desenvolvimento de materiais sintéticos e outros) que usufrui dos *trendbooks* em decisões técnicas e no desenvolvimento de novas tecnologias que supram as necessidades dos seus clientes e consumidores.

Para entender o público que compõe cada uma dessas categorias e identificar o real perfil dele, entendendo seus anseios, medos e necessidades, uma técnica de design chamada “criação de personas” será utilizada neste projeto.

“(…) No campo do Design, o termo [persona] indica uma imagem fictícia do público-alvo. Em outras palavras, “persona” é uma ferramenta de projeto, utilizada para entendimento profundo das preferências do consumidor. Na visão de Pazmino (2015, p. 108), “pessoas imaginárias - personas - podem ajudar o designer no desenvolvimento de produtos, principalmente para enxergar o que o público gostaria de usar”. Para fazer uso da ferramenta, continua a autora, cria-se uma descrição detalhada desse público. Logo, os modelos representativos ganham, de imediato, nome, endereço, profissão e personalidade, fazendo com que haja clareza dos anseios indicados”(SENNA; FIALHO, 2016).

O público alvo deste trabalho, o qual foi citado acima, foi explanado de maneira detalhada para que os perfis se tornassem mais humanizados e para que suas características ficassem palpáveis, dessa forma, é possível entender melhor seus desejos, anseios, vontades, necessidades e medos. Futuras decisões de projeto como a escolha de tipografias, estilo de imagens e paleta de cores é facilitada ao utilizar a técnica de design de criação de personas. As 3 figuras abaixo, são o resultado do estudo de personas realizado.

Figura 19 - Persona 1 - Betina



Betina, 22 anos

Betina é estudante de design de moda em São Paulo. É vegetariana e não consome roupas, calçados e acessórios de origem animal (couro, pele). Possui poder aquisitivo baixo e recebe ajuda financeira da sua família para pagar as contas, já que seu salário como vendedora em uma loja no shopping não é suficiente para ela se manter.

Já assistiu documentários que falam sobre a influencia da cadeia de moda no meio ambiente, como *The True Cost* (2015), *Minimalism: A Documentary About the Important Things* (2015) e *Cowspiracy: o segredo da sustentabilidade* (2014).

Se preocupa com a origem das roupas que consome, por isso, procura praticar o consumo consciente e compra apenas quando vê necessidade ou para substituir o que já não pode mais ser usado. Evita comprar em lojas de departamento (ou fast fashion) pois não sabe com certeza a procedência das roupas, mas as vezes, acaba consumindo ali por causa do valor das roupas (que são mais baixos quando comparados com as lojas slow fashion).

Conhece lojas de slow fashion, de produção local e veganas normalmente através do Instagram (publicações impulsionadas) ou por indicações de amigos e como tem dificuldade para encontrar opções que ela goste e que se encaixem no seu orçamento costuma se tornar fiel às marcas que conhece.

Para pesquisas da faculdade acessa sites internacionais e brasileiros. Acompanha os desfiles de moda mundiais, principalmente os de Milão, Paris e Londres. Para encontrar referências de looks e inspirações para seus trabalhos usa majoritariamente o Pinterest e o Instagram.

Como trabalho de conclusão de curso está desenvolvendo uma coleção cápsula (3 looks) que só utiliza de produtos amigáveis ao meio ambiente mas que mantém conceitos atuais de design e segue as tendências de consumo. Teve dificuldade para encontrar em trendbooks referências de materiais e tecnologias eco-friendly's. Também, não sabia em qual fornecedor encontrar os materiais de que precisava. Como consequência o preço das suas peças acabou ficando mais alto do que imaginava pois os materiais que usou são mais difíceis de encontrar.

Fonte: Autora (2018).

Figura 20 - Persona 2 - Verônica



Verônica, 43 anos

Verônica é formada em design e administração. É empresária, dona de um Estúdio de Design de pequeno porte que funciona em Florianópolis. É casada, mora perto do trabalho e costuma viajar bastante a trabalho porque sua empresa atende clientes de cidades próximas como Brusque, Joinville e Jaraguá do Sul.

É de classe média alta e ela se planeja para viajar para o exterior de férias no mínimo 1 vez ao ano. Ela descansa mas sempre se mantém ligada nas pessoas e nos lugares que visita - tira fotos e usa como referência nos projetos depois.

Compra em lojas de roupas e calçados renomadas, como Burberry, Louis Vuitton, Le Lis Blanc e Osklen; e nos últimos anos, tem se preocupado mais com a origem das roupas e calçados que compra - mas isso não a impede de comprar algo que gosta muito mas não sabe da procedência.

Incentiva a separação do lixo em casa e no escritório e sempre que pode reutiliza materiais, evita impressões, diminui o consumo de energia elétrica e procura comprar insumos ambientalmente amigáveis (papel reciclado, copos de vidro, talheres de metal).

Ela faz bastante pesquisas em sites internacionais e brasileiros, lê revistas de moda, acompanha blogs de tendência e moda e blogs de design. Além disso participa de cursos e workshops regularmente para se manter atualizada e porque gosta muito de aprender coisas novas, assim acredita que mantém-se jovem e prestativa.

Sua empresa trabalha com serviços de branding, diagramação, mídia digital, estamperia, pesquisa de tendências, criação de coleções e consultoria de posicionamento no mercado. Está sempre de olho nos concorrentes e em marcas que gosta, analisando o que postam e como reforçam sua imagem para o público e nas redes sociais.

Percebeu nos últimos anos a tendência de mercado e social de consciência sobre a responsabilidade com o meio ambiente. Alguns clientes começaram a se preocupar com isso também e incentivou os que ainda não se preocupavam a tornar esse viés uma vantagem competitiva. Sente dificuldade para explicar para os clientes que a moda e o design sustentável não devem ser somente um cuidado com o estético, mas com toda a cadeia produtiva e escolha de materiais. Não encontra com facilidade exemplos de produtos sustentáveis e com bom design para mostrar aos clientes; e nem um compilado de soluções que eles possam começar a aplicar em sua linha de produção ou nos processos internos, já que estão na transição para produtos mais sustentáveis.

Fonte: Autora (2018).

Figura 21 - Persona 3 - Paulo



Paulo, 39 anos

Paulo é Engenheiro Têxtil e possui mestrado em Gestão de Produção Têxtil. Atualmente, trabalha em uma fábrica de tecidos em Brusque, SC. Ele é casado e tem um filho de 10 anos. Tem pouco tempo livre, e por isso, sempre que consegue, gosta de passar os finais de tarde andando de bicicleta com a família ou passeando no shopping.

Paulo trabalha na fábrica de tecidos Brun há dois anos e seu trabalho consiste em realizar a verificação de qualidade dos produtos e o desenvolvimento de novas soluções tecnológicas para os tecidos.

Ele viaja bastante à trabalho pois a fábrica é fornecedora de tecnologia e produtos e para isso, precisa estar em contato com os clientes constantemente, assim conseguem entender suas necessidades e demandas. Os clientes são normalmente empresas da cidade de Brusque e região, de portes pequeno e médio.

Participa de workshops de sustentabilidade por demanda da empresa, pois precisa estar atualizado das novidades do mercado, principalmente agora que a procura por produtos amigáveis para o meio ambiente aumentaram nos últimos anos.

A Brun tem investido no desenvolvendo de produtos ecofriendly depois que percebeu o aumento da demanda de pedidos nessa linha. As maiores dificuldades são: conseguir manter um preço competitivo, e uma estética agradável para o público que carrega a ideia de que tudo que é ecológico, é feio.

O grande desafio de Paulo no trabalho é manter o preço acessível para as empresas - já que artigos amigáveis para o meio ambiente são mais caros que os outros. Por isso, tem dificuldade em vender para as empresas pois o preço é mais alto e nem todas têm condições de arcar com isso.

Paulo acompanha trendbooks para saber das novidades do mercado e trabalha juntamente com designers de moda, engenheiros de produto e outros para desenvolver novas tecnologias. Ele pretende viajar ao exterior no próximo ano para participar de uma convenção sobre moda e sustentabilidade para trazer novidades para a empresa e o mercado brasileiro.

Fonte: Autora (2018)

3.4 Conceito Editorial

O conceito editorial é o fio condutor que guia uma publicação. Ao definir os elementos que o compõe é possível criar a atmosfera na qual a publicação vai adentrar e transmitir. Segundo Ali (2009), o conceito editorial é composto por três componentes principais: a missão editorial, o título e a fórmula editorial. A missão editorial define os objetivos da publicação e o tipo de conteúdo que irá compor o material; o título é entendido como a expressão do conceito e identidade da publicação; e a fórmula editorial é a estruturação e organização do conteúdo, como a definição das matérias e seções. A seguir são definidos os elementos que compõe o conceito editorial deste projeto.

- **Missão editorial:** incentivar o designer, em especial o designer de moda, e o público leitor a repensar as etapas de criação de produtos e também o próprio consumo, para torná-lo menos agressivo ao meio ambiente e a sociedade. Com o material, visa-se a diminuição dos impactos ambientais, o incentivo à troca, à reutilização e à reciclagem e ao desenvolvimento do pensamento ecológico em todas as etapas de vida útil de um produto.
- O conteúdo deve abranger temas relacionados à sustentabilidade, apresentando exemplos práticos;
- A editoração e a diagramação devem ser pensadas para diminuir ao máximo os impactos ambientais que promove, porém, sem prejudicar a compreensão e interpretação dos conteúdos;
- Deve possuir grande quantidade de imagens e cores para transmitir com mais clareza os conteúdos e cumprir a função de um caderno de tendências que é servir de referência nos processos de criação;

- **Título:** a(s) palavra(s) escolhida(s) como título para o *trendbook* deverá(ão) reforçar os conceitos de sustentabilidade e diminuição de impactos ambientais que o material aborda. Deve ter um significado forte, sendo uma expressão e um posicionamento do conteúdo abordado na publicação.
- **Fórmula editorial:** o *trendbook* será composto por diferentes seções fixas que vão abordar e explicar conteúdos e ações relacionadas ao tema em questão: sustentabilidade. O conteúdo será estruturado da seguinte maneira: sumário, macro Tendência, 3 estéticas, paleta de cores e conclusão, uma adaptação da organização encontrada na análise de similares realizada anteriormente.

3.5 Requisitos de projeto

Após todas as investigações e aprendizados da Fase Analítica, foram definidos os requisitos de projeto para o presente estudo que podem ser observados no quadro 7 abaixo. Os requisitos funcionam como uma maneira de facilitar a seleção de materiais, estéticas e insumos para se chegar a solução do problema de projeto.

Quadro 7 - Requisitos de projeto

| | |
|----------------------|---|
| TIPO DE PAPEL | Papel não revestido e com selo FSC. A escolha final foi pelo papel branco offset em gramatura 90g/m ² apesar de passarem por processos de produção e branqueamento bastante danosos ao meio ambiente. Essa escolha se deve para evitar prejudicar a interpretação das imagens e paleta de cores presentes no conteúdo. |
| IMPRESSÃO | O método de impressão definido foi o <i>off-set</i> seco por não utilizar água durante o processo, evitando contaminação e desperdício. A entrada de cores na máquina será de 4/4 para garantir boa interpretação das paletas de cores e imagens, apesar de que a utilização de impressão com menos cores (como 1/1, 2/2 ou até 4/2) gera menores impactos. |
| FORMATO | Como o método de impressão escolhido foi o <i>off-set</i> seco, optou-se pelo formato 66x96cm que é o mais comumente utilizado neste processo de impressão. Deve-se levar em consideração o aproveitamento máximo do papel para a escolha do formato final da página. |
| ACABAMENTOS | Os únicos acabamentos que serão utilizados serão os básicos necessários para a limpeza e encadernação do material: refil, dobra e vinco. Assim, evita-se a adição de novos insumos ao produto diminuindo a geração total de impactos que o material produz. |
| ENCADERNAÇÃO | A encadernação determinada será a manual costurada (com cetim, corda ou outros) evitando os processos da indústria |

| | |
|------------------------------|---|
| | e adição de novos materiais ao caderno, como o metal (dos grampos e <i>wire-o</i>), plástico (da espiral) e cola (da <i>hot melt</i>). |
| ESTILO DE DIAGRAMAÇÃO | Diagramação minimalista mas com elementos fortes que a torne interessante e chamativa para o leitor. Ter elementos gráfico-editoriais gerais que promovam unicidade para o material, porém apresentar alguns elementos específicos para cada uma das estéticas, para conseguir diferenciá-las e mostrar a essência de cada uma. |
| ESTILO DE TIPOGRAFIA | Tipografia sem serifa e com família tipográfica que possua os pesos <i>thin</i> , <i>light</i> ou similar, para reduzir a quantidade de tinta utilizada na impressão. |

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4. FASE CRIATIVA: DEFINIÇÕES DE ESTILO

4.1 Conteúdo

O conteúdo do projeto foi selecionado e organizado entre as etapas Analítica e Criativa. Tomou-se como base a composição dos materiais demonstrados anteriormente na análise de similares e a experiência da autora no Projeto 11 - Tendências, do curso de Design da UFSC, onde desenvolveu junto a colegas do curso um *trendbook* como avaliação final da disciplina.

O ponto de partida foi a escolha da macrotendência, que serviu de base para gerar os desdobramentos das estéticas, paleta de cores e futuramente, o projeto gráfico-editorial. Como o foco do presente projeto é desenvolver um impresso ecologicamente amigável, que prevê a diminuição de impactos ambientais, é essencial que o conteúdo siga o mesmo pensamento. Por isso, a macrotendência escolhida foi a *Lowsumerism*, identificada pela Box1824, empresa especializada em pesquisas de tendências de consumo e comportamento.

4.1.1 - Macrotendência - Lowsumerism

A macrotendência *Lowsumerism* introduz o conceito formado pela junção das palavras em inglês “*low*” (baixo) e “*consumerism*” (consumismo) e propõe o questionamento dos nossos hábitos de consumo, principalmente ao prazer relacionado ao ato de comprar.

O consumismo (consumo em excesso, aquele que é realizado não por necessidade, mas por desejo) é incentivado o tempo todo por campanhas publicitárias e pelos meios de comunicação, mas não é somente por este motivo que compramos tanto. Como relatado pelo Blog Ponto Eletrônico²¹ também compramos por insegurança, para nos sentirmos mais completos, menos tristes, para repor o afeto que não conseguimos dar para a família porque trabalhamos muito.

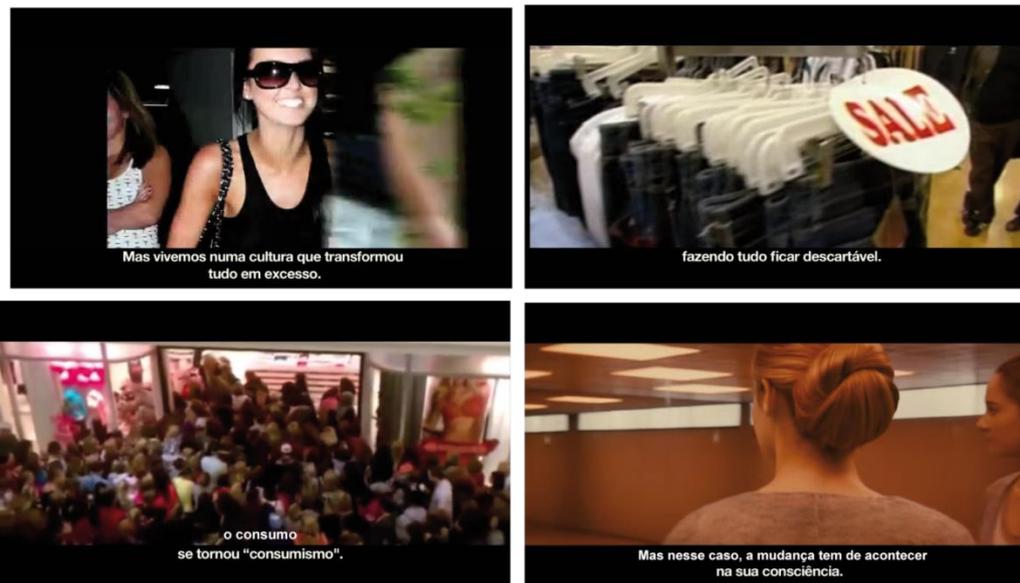
A *Lowsumerism* nos incita a quebrar a lógica do pensamento consumista e propõe o questionamento para avaliar a qualidade do que é consumido. “Eu preciso disso?”, “Serei mais feliz com isso?”, “Esse produto causa impactos negativos ao meio ambiente?” são algumas das perguntas que o estudo incita. Dessa forma, o estudo incentiva a troca, a reutilização, a reciclagem e o pensamento ecologicamente amigável.

A maior fonte de informações sobre esta tendência é o vídeo “*The Rise of Lowsumerism*”²² produzido pela Box 1824 e disponibilizado no *Youtube*, onde são explanados todos os fatores do passado que nos fizeram chegar a este momento de questionamento do consumo. A figura 23 abaixo, mostra alguns *takes* retirados do vídeo.

²¹Ponto Eletrônico é uma plataforma da Box1824 que publica artigos e conteúdos onde estuda o contemporâneo através de tendências, cultura, comportamento e consumo.

²²Link para acesso ao vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=jk5gLBihJtA>

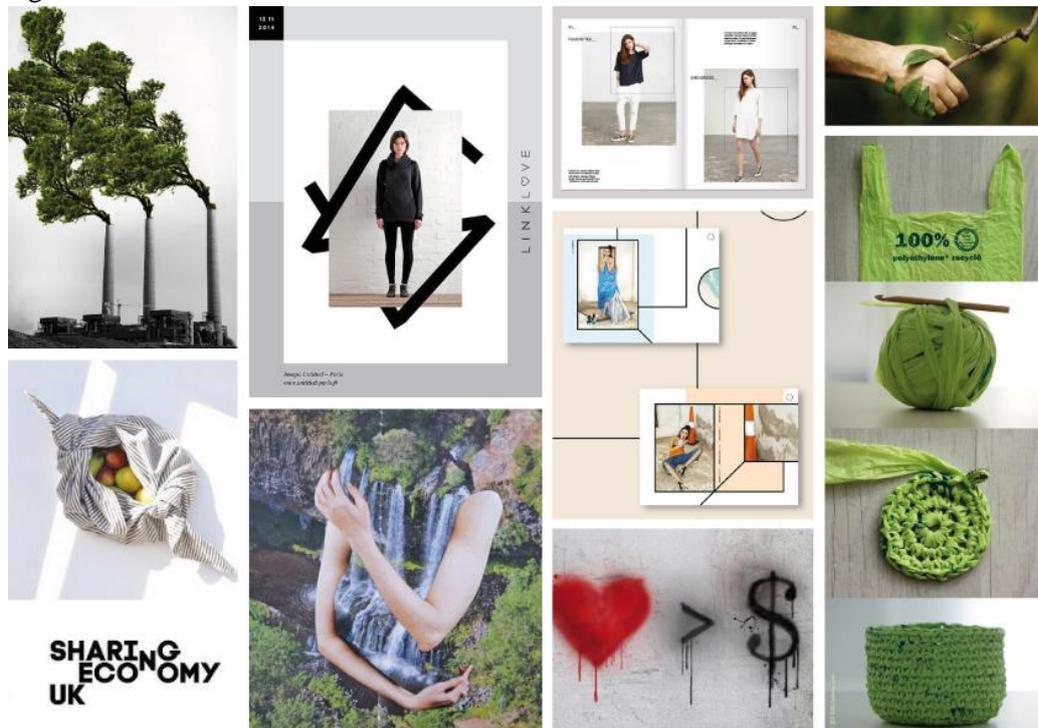
Figura 23 - Vídeo “The Rise of Lowsumerism”



Fonte: Youtube.

O conteúdo utilizado no presente projeto relacionado à macrotendência será sua definição, seus elementos-guia e ideias que defende. Como forma de auxiliar a transformar os conceitos da *Lowsumerism* em algo visual para futuramente compor o projeto gráfico, foi desenvolvido um painel semântico (Figura 24) a partir das palavras chave: reutilização, pensamento ecológico, compartilhamento, consumo consciente e economia compartilhada. O painel semântico facilita a organização das ideias e consegue transmitir os conceitos de maneira visual, ajudando também, no processo de criatividade.

Figura 24 - Painel semântico na macrotendência *Lowsumerism*



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

No painel semântico acima é possível verificar imagens que representam a economia compartilhada, a reutilização, o pensamento *ecofriendly*, o planejamento da utilização de recursos e o incentivo a um pensamento minimalista (menos consumo, menos elementos, menos poluição).

Após definição da macro Tendência é o momento de ramificá-la em Estéticas. As Estéticas são desdobramentos do pensamento da macro Tendência. Cada uma carrega elementos e conceitos próprios de identificação como paleta de cores, tipografia, estilo de diagramação etc. Para isso, foram extraídos da macro Tendência 3 conceitos principais (que serão explanados nos próximos tópicos) e tornaram-se o nome das Estéticas: *Ecothinking*, Compartilhar e Reutilizar.

4.1.2 Estética *Ecothinking*

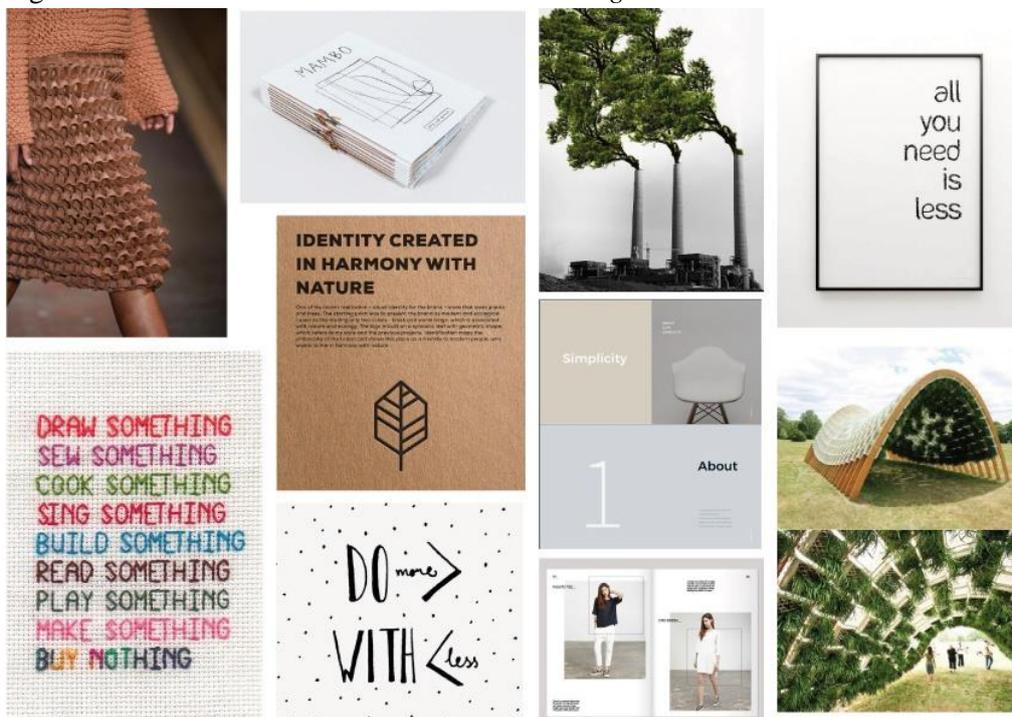
Ecothinking é um termo em inglês que pode ser traduzido como “pensamento ecológico”. Esta estética promove a integração das questões ecológicas em todas as fases do processo de desenvolvimento de projetos e produtos.

Ela visa a conscientização dos designers e outros profissionais que geram produtos e serviços, de maneira a reduzir a utilização de recursos não-renováveis e minimizar o impacto ambiental que promovem durante o ciclo de vida de produtos, procurando produzir menos resíduos e tendo um melhor desígnio no fim da vida útil. As palavras chave que guiam esta estética são:

- Modularidade
- Eficiência energética
- Qualidade e durabilidade
- Baixo impacto ambiental
- Minimalismo
- Simplicidade

A partir da definição das palavras-chave, um painel semântico (Figura 25) foi gerado para traduzir as ideias da estética em conceitos visuais.

Figura 25 - Painel semântico da estética *Ecothinking*

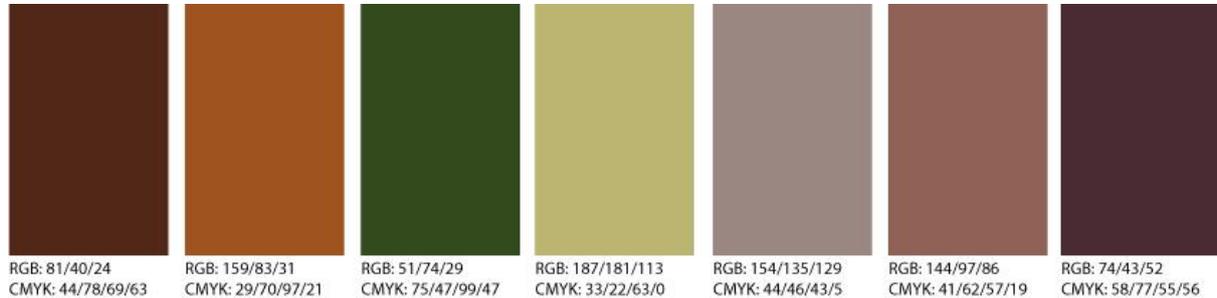


Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A partir do painel semântico é possível definir algumas características que serão utilizadas futuramente no projeto e no projeto gráfico-editorial e servirão como método de identificação da estética, como a cartela de cores (figura 26) e os aspectos materiais (figura 27) referentes ao conceito.

Cartela de cores

Figura 26 - Cartela de cores estética *Ecothinking*



Fonte: Elaborado pela autora.

Aspectos materiais

Figura 27 - Aspectos materiais estética *Ecothinking*



Fonte: Elaborado pela autora.

Tons neutros e terrosos que remetem à natureza representam este conceito. Texturas que instigam os cinco sentidos, principalmente ao toque e que trazem elementos minimalistas, em seus aspectos naturais. O foco é a simplicidade.

4.1.3 Estética Compartilhar

Esta estética promove o incentivo a economia compartilhada: à troca, ao empréstimo, à compra compartilhada. Nós, as pessoas próximas à nós e até desconhecidos já têm tantas coisas em suas casas e guarda-roupas que não é preciso produzir produtos novos para suprir algumas de nossas necessidades. “Compartilhar” incita o pensamento coletivo e o acesso à experiências e produtos que podem ser usados de formas novas e diferentes, sempre pensando de maneira ecologicamente amigável para colaborar com o planeta. As palavras-chave que guiam esta estética são:

- Troca
- Empréstimo
- Economia compartilhada
- Conexão
- Entrelaçamento
- Vínculo

A figura 28 representa visualmente os conceitos apresentados acima.

Figura 28 - Painel semântico estética Compartilhar

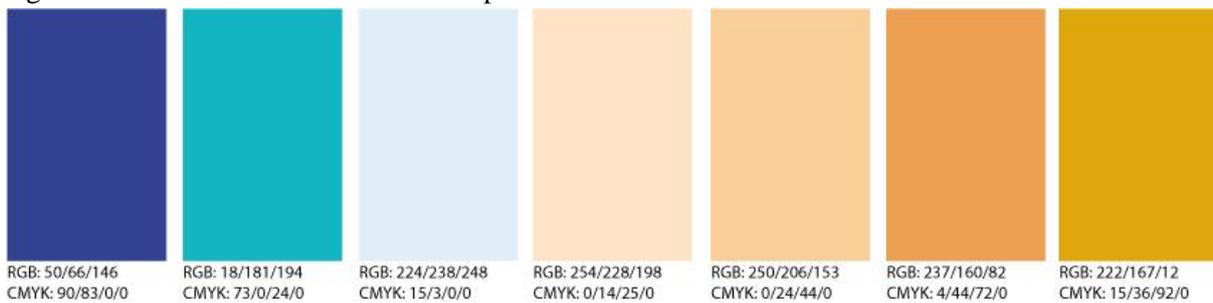


Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A partir do painel semântico foram definidas a cartela de cores (figura 29) e os aspectos materiais (figura 30) referentes ao conceito, que servirão como método de identificação da estética.

Cartela de cores

Figura 29 - cartela de cores estética Compartilhar



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Aspectos materiais

Figura 30 - aspectos materiais estética Compartilhar



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Tons alegres e abertos compõem este conceito. Texturas que promovem a junção de fios e materiais retratam o vínculo entre pessoas e lugares. Formas orgânicas e contínuas remetem à conexão e naturalidade. O foco é o entrelaçamento.

4.1.4 Estética Reutilizar

A estética “Reutilizar” é um viés da macrotendência *Lowsumerism* que foca no reaproveitamento de diversos materiais: as sobras da indústria, os que temos disponíveis prontos em outros produtos; os que já foram descartados e tachados como “não utilizáveis”; ou o lixo que polui o meio ambiente.

A intenção é produzir objetos de qualidade e esteticamente agradáveis a partir do que não seria mais utilizado, gerando produtos que causam menos impactos ambientais pois os suprimentos passariam por menos processos de fabricação e beneficiamento. As palavras que guiam esta estética são:

- Assimetria
- Junção de materiais
- União de cores
- Reutilização
- Imperfeição
- Irregularidade
- Contraste

Com as palavras-chave estabelecidas, um painel semântico (Figura 31) foi gerado para traduzir as ideias da estética em conceitos visuais.

Figura 31 - Painel semântico estética Reutilizar

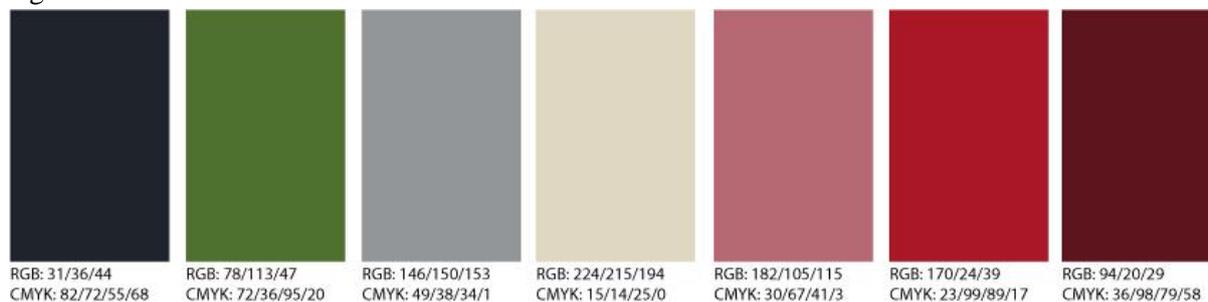


Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A partir do painel semântico foram construídas a cartela de cores (figura 32) e o os aspectos materiais (figura 33) referentes ao conceitos, que servirão como método de identificação da estética.

Cartela de cores

Figura 32 - Cartela de cores estética Reutilizar



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Aspectos materiais

Figura 33 - Aspectos materiais estética Reutilizar



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Cores contrastantes compõem este conceito: uma mistura de tons quentes e frios. Ocorrem variações da mesma tonalidade, apresentando imperfeições. Texturas irregulares e a junção de fios e materiais diferentes promovem arranjos assimétricos. O foco é a irregularidade.

4.1.5 Atitudes

Em um caderno de tendências as Atitudes (ou *trendtopics*, como foram chamadas nos materiais similares analisados) são ações e/ou condutas inovadoras praticadas por empresas, instituições ou pessoas que reforçam os ideais das estéticas. Elas normalmente são selecionadas através de pesquisas *online* ou presenciais e definidas pois têm relevância na área, são inventivas e inovadoras e representam adequadamente os conceitos e ideias das estéticas. No presente material as Atitudes serão mostradas através de textos e imagens explicativos e servirão como forma de apontar um exemplo palpável para o leitor de como as estéticas são aplicadas no dia-a-dia.

Para este caderno de tendências foi elegida a apresentação de duas Atitudes para cada estética. Elas foram selecionadas pela autora através da leitura de artigos em sites que pesquisam tendências comportamentais e de consumo; e na realização de pesquisas *online* em sites de notícias inovadoras e sites que discutem moda consciente.

Ecotinking: a primeira Atitude da estética *Ecotinking* - que procura promover a integração das questões ecológicas em todas as fases do processo de desenvolvimento de projetos e produtos - trata sobre o +Alma -, um *e-commerce* brasileiro que disponibiliza para venda produtos de moda, decoração e beleza conscientes. Os produtos são escolhidos através de uma curadoria que seleciona itens através de categorias como: design atemporal, orgânico, *cruelty-free*, *upcycling* e outros. A segunda Atitude da estética *Ecotinking* aborda uma coleção de camisetas *ecofriendly* da *fast-fashion*

C&A que foi desenvolvida e certificada para ser *cradle to cradle* (do berço ao berço). Desde os processos iniciais de escolha de tecido e modelagem até as etapas de pós-uso e descarte, a coleção foi pensada para gerar o mínimo possível de impactos para o meio ambiente.

Compartilhar: para a estética Compartilhar - que incentiva a economia compartilhada: a troca, o empréstimo e a compra compartilhada - a primeira Atitude selecionada foi o Roupalivre um estúdio criativo que promove uma relação mais consciente com as roupas através da realização de eventos e cursos. Há pouco o movimento evoluiu também para um aplicativo chamado RoupalivreApp que funciona como uma meio de ligação entre pessoas para que troquem roupas e acessórios. A segunda Atitude expõe a *Lab Fashion*, uma escola de *coworking* em moda que funciona em São Paulo. Através do conceito de negócio social e compartilhado, a escola pretende estimular a criatividade, o *networking* e novas formas de produção e consumo; e também oferecer espaços para reuniões e eventos como cursos, palestras e *workshops*.

Reutilizar: A primeira Atitude da estética Reutilizar - que foca no reaproveitamento de diversos materiais: as sobras da indústria, o que temos disponíveis prontos em outros produtos; os que já foram descartados e tachados como “não utilizáveis”; ou o lixo que polui o meio ambiente - apresenta o Banco de Tecido, uma iniciativa que recolhe, higieniza e re-disponibiliza sobras de tecidos que são realocados no mercado e ganham a chance de serem usados em novas criações. Com isso, desenvolvem uma cadeia de produção mais sustentável e aumentam a vida útil dos tecidos, diminuindo o consumo de recursos naturais do planeta e a produção de lixo. A segunda Atitude apresenta uma tecnologia desenvolvida pela *Evrnu*, uma *startup* de *Seattle* (EUA), que transforma resíduos de vestuário e tecidos velhos ou descartados em fibras novas e de qualidade que podem ser reutilizadas na indústria. A intenção da empresa é otimizar a cadeia produtiva de moda e diminuir os impactos gerados por essa indústria.

Com o conteúdo definido, é possível avançar para a próxima etapa onde será feita a estruturação gráfica do presente projeto.

4.2 Estruturação gráfica

Como guia para o desenvolvimento das etapas da Fase Criativa optou-se pela utilização da metodologia proposta por Castro e Perassi (2018) no livro “*Estruturação de projetos gráficos: a tipografia como base do planejamento*”, a qual se desenvolve a partir da definição da tipografia principal.

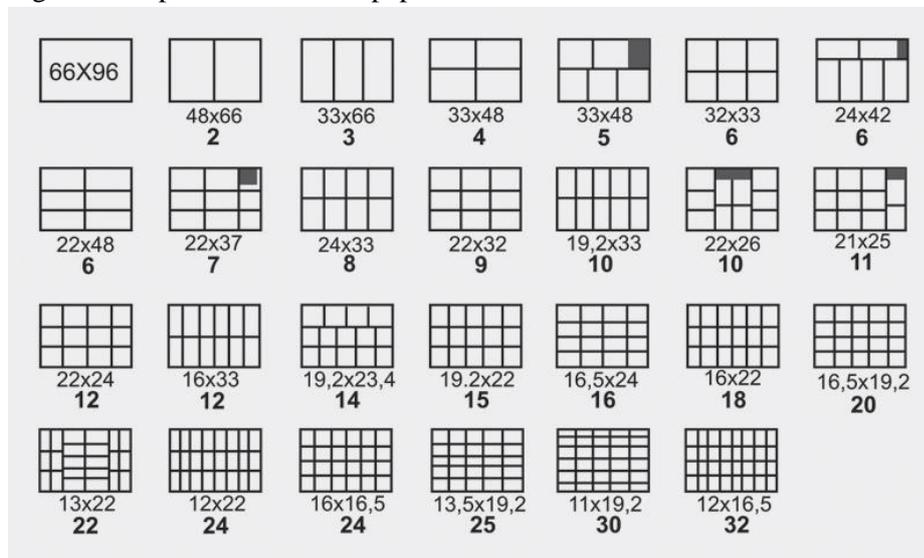
Segundo os autores, o projeto é desenvolvido de “dentro para fora” porque parte de um elemento interno, que é a tipografia, e resulta em um layout eficiente de todo o produto gráfico (CASTRO; PERASSI, 2018). Isso permite que o designer tenha um melhor controle estético e ergonômico da estrutura da publicação, obtendo uma boa variação de layouts funcionais. Desse modo, serão seguidas no presente projeto as etapas propostas na metodologia de acordo com a ordem abaixo:

1. Predefinição do formato da página
2. Definição da tipografia
3. Estabelecimento da entrelinha
4. Determinação do módulo
5. Dimensionamento da forma da página e construção da grade
6. Representação do diagrama (largura de colunas e margens)
7. Configuração e ativação da linha de base
8. Distribuição de textos e imagens para compor a mancha gráfica

4.2.1 Predefinição do formato da página

Para a predefinição do formato final da publicação levou-se em consideração uma tabela de aproveitamento de papel no tamanho 66x96cm (Figura 34), que é o formato de papel mais comumente utilizado nas impressões em gráficas *off-set*. Para seguir as diretrizes definidas para a criação deste material de reduzir ao máximo os impactos ambientais do impresso, essa escolha se mostra muito importante para reduzir o desperdício na hora de refilar o material.

Figura 34: Aproveitamento de papel - formato 66x96cm



Fonte: Igraf (2018).

Além disso, outros pontos a serem observados para a escolha do formato são o manuseio fácil do material; um bom campo de visualização das informações, já que o conteúdo é bastante visual; e a disponibilidade de espaço para a criação eficiente de composições com textos, imagens e elementos gráficos.

Dessa forma, realizou-se testes com 3 possíveis formatos, todos escolhidos, principalmente, pois o tamanho final da página implicava em uma perda zerada ou ínfima de papel. Optou-se por escolhas variadas de formatos, analisando tanto dimensões quadradas quanto retangulares para, através de observação física, entender qual se apresentaria como mais interessante para o *book*.

Figura 35 - Testes de formatos da página



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Depois da análise, concluiu-se que o formato que mais se adequou aos critérios citados acima (manuseio, visualização das informações, espaço para criação de composições e aproveitamento de papel) foi o formato 1 que possui as dimensões 24 cm de altura por 22 cm de largura.

4.2.2 Tipografia

Como apresentado anteriormente no item 4.1o conteúdo do presente *book* de tendências será dividido em três estéticas, cada uma com suas características particulares de identificação, além disso, contará com grande número de imagens e elementos gráfico-editoriais. Por isso, para criar unidade visual entre toda a publicação e evitar que a fonte principal brigue com os elementos gráficos e outras fontes display que serão utilizadas, definiu-se por usar somente uma família tipográfica para o texto principal.

Como o caderno é composto por pequenos blocos de texto, optou-se pela utilização de um tipografia sem serifa, o que atribui características modernas, espontâneas e leves ao material. Segundo Ali (2009), o tipo sem serifa, com seu desenho mais simples, não é tão adequado para a composição de textos longos, e sim para textos curtos e outros elementos gráfico-editoriais, como títulos, entretítulos, linha de apoio etc.

Ao pré-selecionar as tipografias, também foi levado em consideração a relação entre altura da caixa-alta ou versal e a caixa-baixa ou altura-x dos tipos, já que quanto maior a diferença entre estas alturas menor será a legibilidade. (ALI, 2009)

Para continuar a seguir as diretrizes de diminuição da geração de impactos ambientais com este impresso, é importante que a família tipográfica tenha grande variação de pesos, principalmente nos estilos *thin/light*, o que junto com o emprego de uma fonte sem serifa, ajuda a diminuir a utilização de tinta no momento da impressão.

O levantamento das possíveis tipografias a serem utilizadas no projeto foi realizado no *Google Fonts*, uma biblioteca tipográfica virtual que fornece fontes gratuitas e de qualidade. As que se mostraram mais interessantes por seguir os critérios definidos acima (fonte sem serifa, boa variação da família tipográfica, legibilidade) foram: Roboto, Source Sans Pro, Montserrat e Lato.

Sendo assim, foram realizados testes tipográficos que consistiram na aplicação de cada tipografia a um bloco de texto padrão para análise de seus desempenhos nos quesitos legibilidade, espaçamento entre caracteres e comportamento na impressão. Na figura abaixo (Figura 36) são expostos os testes tipográficos realizados.

Figura 36 – Teste tipográfico

LATO

hairline thin light regular *italic*
medium **semibold bold heavy black**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

á à ã â ç Á À Ã Ä Ç

1234567890

. , ; : ! ? / () [] { }

- + = * & # \$ @ %

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

SOURCE SANS PRO

extralight light regular *italic*
semibold bold black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

á à ã â ç Á À Ã Ä Ç

1234567890

. , ; : ! ? / () [] { }

- + = * & # \$ @ %

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

MONTSERRAT

thin extralight light regular
italic medium **semibold bold**
extrabold black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

á à ã â ç Á À Ã Ä Ç

1234567890

. , ; : ! ? / () [] { }

- + = * & # \$ @ %

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

ROBOTO

thin light regular condensed *italic*
medium **semibold bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

á à ã â ç Á À Ã Ä Ç

1234567890

. , ; : ! ? / () [] { }

- + = * & # \$ @ %

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A tipografia que apresentou melhor desempenho nos testes foi a Lato. Ela ofereceu uma mancha gráfica agradável com espaçamento entre caracteres e entre palavras bem distribuído e boa variedade de pesos, já que dispõe de 3 pesos com hastes mais finas que a regular: *hairline*, *thin* e *light*.

Após escolha da família tipográfica é preciso definir o tamanho e o peso dos caracteres aplicados ao bloco de texto. Novos testes tipográficos foram realizados (Figura 37), nos quais foram

aplicados 4 diferentes pesos ao bloco de texto (*regular*, *light*, *thin* e *hairline*) permitindo comparação entre eles e percepção se as hastes mais finas da tipografia permitiram uma leitura agradável.

Figura 37 - Teste com diferentes pesos da fonte Lato

Lato - Hairline

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

á à ã ä å ç À Á Â Ã Ä Ç

1234567890

. , ; : ! ? / () [] { }

- + = * & # \$ @ %

Lato - Thin

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

á à ã ä å ç À Á Â Ã Ä Ç

1234567890

. , ; : ! ? / () [] { }

- + = * & # \$ @ %

Lato - Light

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

á à ã ä å ç À Á Â Ã Ä Ç

1234567890

. , ; : ! ? / () [] { }

- + = * & # \$ @ %

Lato - Regular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

á à ã ä å ç À Á Â Ã Ä Ç

1234567890

. , ; : ! ? / () [] { }

- + = * & # \$ @ %

Fonte: Elaborado pela autora.

Verificou-se que as hastes muito finas dos pesos *hairline* e *thin* acabariam por não proporcionar boa legibilidade ao texto. Por isso, optou-se pelo peso *light* que garantiu compreensão do texto e uma mancha gráfica leve e convidativa. Além disso, essa opção utiliza de menos tinta na impressão do que o peso regular, por exemplo.

Por fim, na escolha do tamanho do tipo, novos testes tipográficos foram realizados com a aplicação de diferentes tamanhos e valor de entrelinha ao bloco de texto (Figura 38). Os tamanhos aplicados no teste foram próximos a 9 pt, número indicado na tabela de Cyril Burt (1959) (Figura 39) para a idade do público-alvo deste projeto.

Figura 38 - Teste com diferentes tamanhos de tipo e valor de entrelinha da fonte Lato

Lato Light - 9pt / 10,8pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

Lato Light - 9pt / 13pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

Lato Light 9,5pt / 11,4pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

Lato Light 9,5pt / 14pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

Lato Light 10pt / 12pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

Lato Light 10pt / 15pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 39 - Tabela de Burt - relação entre idade do público e tamanho da tipografia.

| Idade (anos) | Tipo (pontos) |
|----------------|---------------|
| Menor que 7 | 24 |
| 7-8 | 18 |
| 8-9 | 16 |
| 9-10 | 14 |
| 10-12 | 12 |
| Maior que 12 | 11 |
| 19-26 | 9 |
| Adultos | 10 |
| Terceira idade | 12 |

Fonte: Adaptado por Castro (2016).

Buscando permitir uma boa legibilidade e conforto para a maior parcela do público-alvo, optou-se pelo tamanho 9,5pt que é um valor intermediário entre a faixa etária de 19 a 26 anos e a faixa classificada como Adultos.

4.2.3 Entrelinha

De acordo com Lupton (2006), entrelinha é a distância da linha de base de uma linha tipográfica para outra. Ainda segundo a autora, a entrelinha padrão da maior parte dos programas de paginação é um pouco maior que a altura da versal do tipo (LUPTON, 2006, p. 83), representando em torno de 20% a mais que o tamanho do tipo.

Porém, a partir do teste tipográfico realizado, foi possível verificar que o tamanho da entrelinha padrão para a fonte Lato tamanho 9,5pt, que é de 11,4pt não oferece respiro suficiente ao texto, prejudicando o ritmo de leitura. Por isso, o valor da entrelinha definido foi de 14pt, aproximadamente 47% do tamanho do tipo, como apresentado na figura 40.

Figura 40 - Bloco de texto Lato corpo 9,5pt entrelinha 14pt.

Lato Light 9,5pt / 14pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Fonte: Desenvolvido pela autora (2018).

Para Lupton (2006), usar uma entrelinha maior que a padrão faz com que a cor do bloco de texto fique mais leve e aberta. Esse é um ponto importante a ser levado em consideração neste projeto, pois a quantidade de elementos por página é grande e utilizar um texto com respiro maior pode contribuir para uma melhor legibilidade e evitar a fadiga visual.

4.2.4 Determinação do módulo

De acordo com Castro e Perassi (2018), o módulo é um quadrado ou retângulo na horizontal com altura e largura equivalentes ao valor da entrelinha, que se repete nos sentidos vertical e horizontal a fim de compor visualmente a trama que suporta a diagramação.

A metodologia de Castro e Perassi propõe a definição do módulo a partir do valor da entrelinha, de forma que a unidade que determinará a base da diagramação tem relação direta com a tipografia escolhida para o projeto. Assim, cria-se uma relação mais harmônica e proporcional entre a diagramação e o texto.

Como apontado no tópico anterior, o valor da entrelinha definida para o projeto foi de 14pt. De modo a facilitar a realização do cálculo de disposição dos módulos em relação à página, foi realizada a conversão do valor da entrelinha de pontos para milímetros. Sabendo-se que 1pt equivale a 0,35275mm, deve-se multiplicar 14 (valor da entrelinha) por 0,35275 para obter o valor do módulo, que é de 4,938mm, conforme mostra a figura 41.

Figura 41 - Cálculo para obtenção do valor do módulo em milímetros.

$$\begin{aligned} 1\text{pt} &= 0,35275\text{mm} \\ 14\text{pt} &= x \\ x &= 14 \times 0,35275 \\ x &= 4,938\text{mm} \end{aligned}$$

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4.2.5 Dimensionamento da forma da página e construção da grade

Como visto na figura 35, formato 12, o formato pré-definido para a página foi de 24cm de altura por 22cm de largura (ou 240mm x 220mm) pois este apresentou bom resultado nos critérios definidos de manuseio, espaço para visualização das informações e criação de composições e um bom aproveitamento de papel.

Castro e Perassi (2018) sugerem que após definido o tamanho do módulo, o formato pré-definido da página deva ser redimensionado de modo a considerar exatamente a quantidade de módulos que deve compor a grade, para que o resultado seja quantitativamente coerente com o projeto da página.

Assim, as medidas pré-definidas de altura e largura da página devem ser divididas pelas medidas do módulo, podendo ocorrer ajustes e arredondamentos para garantir uma perfeita divisão do formato da página em módulos regulares.

Sendo assim, as dimensões (240mm x 220mm) foram divididas pelo valor do módulo (4,938mm) obtendo-se os respectivos valores 48,60 e 44,55, que foram arredondado para 48 e 44. Em seguida, esses valores foram multiplicados novamente pelo valor do módulo obtendo as medidas finais da página: 237,02mm de altura por 217,27mm de largura, como mostra a figura 42.

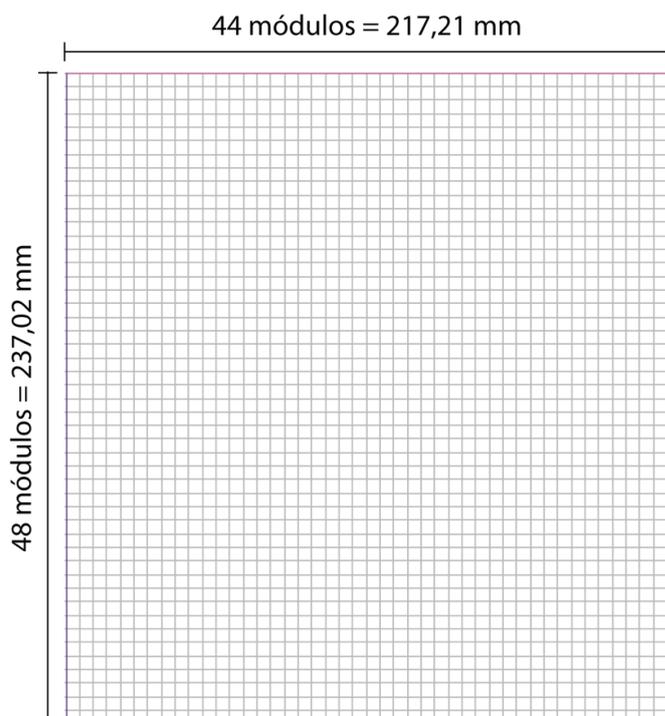
Figura 42 - Cálculo para adequação do formato da página.

| |
|--|
| <p>Tamanho pré-definido da página Altura: $240 \text{ mm} / 4,938 = 48,60$ módulos Largura: $220 \text{ mm} / 4,938 = 44,55$ módulos</p> <p>Arredondamento dos módulos Altura: $48,60 = 48$ módulos Largura: $44,55 = 44$ módulos</p> <p>Redimensionamento da página Altura: $48 \cdot 4,938 \text{ mm} = 237,02 \text{ mm}$ Largura: $44 \cdot 4,938 \text{ mm} = 217,27 \text{ mm}$</p> |
|--|

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Este redimensionamento garante a divisão perfeita do formato da página em módulos regulares. Assim, ficou determinado que a grade possui 48 módulos nas linhas verticais e 44 módulos nas linhas horizontais.

Figura 43 - Grade perfeitamente ajustada à página.



Fonte: Desenvolvido pela autora (2018).

4.2.6 Representação do diagrama (largura de colunas e margens)

Definido o tamanho final da página e realizado o encaixe da grade na mesma, é o momento de determinar a largura da(s) coluna(s), dos espaços entre as colunas (denominados *gutters*), caso hajam sua necessidade, e do espaço que será ocupado pela mancha gráfica.

De acordo com Castro e Perassi (2018) deve-se ter cuidado ao dimensionar as colunas porque o processo de leitura é aprimorado ou prejudicado pelo tamanho da linha de texto, que deve ter um tamanho que não seja comprido ou curto demais. Segundo os autores “a leitura de linhas demasiado curtas provoca movimentos sincopados dos olhos que cansam e aborrecem o leitor. Ao contrário, à medida que olhos percorrem linhas demasiado longas torna-se difícil fazer a passagem para a linha seguinte” (CASTRO; PERASSI 2018).

Para determinação da largura da coluna deste projeto, foi utilizada como base a tabela de composição de linhas de texto de Bringhurst adaptada por Castro (2005). Ela fornece as medidas ideais e satisfatórias das linhas de texto a partir da medição do alfabeto completo em caixa-baixa da tipografia anteriormente escolhida já no seu tamanho final em pontos.

Considerando que a tipografia escolhida foi a Lato Light de corpo 9,5pt, mediu-se o comprimento do alfabeto completo em caixa baixa da mesma, como mostra a figura 44.

Figura 44 - Medição da largura do alfabeto Lato Light 9,5pt



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A medição do alfabeto apresentou como resultado o valor de 118,649pt que foi arredondado para 120pt a fim de facilitar a consulta na tabela de Bringhurst. É possível observar na tabela (Figura 45) que a largura de coluna considerada satisfatória mínima é de 16 paicas (67,733mm), com 45 caracteres por linha, enquanto a largura satisfatória máxima é de 30 paicas (127 mm), com 84 caracteres por linha. O valor para a coluna de tamanho ideal varia entre 22 e 24 paicas (93,133 e 101,6 mm), com 62 a 67 caracteres por linha.

Figura 45 - Tabela de composição de linhas de texto de Bringhurst

| | | MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|-------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| LARGURA DA COLUNA (paicas) | | 10 | 12 | 14 | 16 | 18 | 20 | 22 | 24 | 26 | 28 | 30 | 32 | 34 | 36 | 38 | 40 |
| COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa-baixa (pontos) | 80 | 40 | 48 | 56 | 64 | 72 | 80 | 88 | 96 | 104 | 112 | 120 | 128 | 136 | 144 | 152 | 160 |
| | 85 | 38 | 45 | 53 | 60 | 68 | 76 | 83 | 91 | 98 | 106 | 113 | 121 | 129 | 136 | 144 | 151 |
| | 90 | 36 | 43 | 50 | 57 | 64 | 72 | 79 | 86 | 93 | 100 | 107 | 115 | 122 | 129 | 136 | 143 |
| | 95 | 34 | 41 | 48 | 55 | 62 | 69 | 75 | 82 | 89 | 96 | 103 | 110 | 117 | 123 | 130 | 137 |
| | 100 | 33 | 40 | 46 | 53 | 59 | 66 | 73 | 79 | 86 | 92 | 99 | 106 | 112 | 119 | 125 | 132 |
| | 105 | 32 | 38 | 44 | 51 | 57 | 63 | 70 | 76 | 82 | 89 | 95 | 101 | 108 | 114 | 120 | 127 |
| | 110 | 30 | 37 | 43 | 49 | 55 | 61 | 67 | 73 | 79 | 85 | 92 | 98 | 104 | 110 | 116 | 122 |
| | 115 | 29 | 35 | 41 | 47 | 53 | 59 | 64 | 70 | 76 | 82 | 88 | 94 | 100 | 105 | 111 | 117 |
| | 120 | 28 | 34 | 39 | 45 | 50 | 56 | 62 | 67 | 73 | 78 | 84 | 90 | 95 | 101 | 106 | 112 |
| | 125 | 27 | 32 | 38 | 43 | 48 | 54 | 59 | 65 | 70 | 75 | 81 | 86 | 91 | 97 | 102 | 108 |
| | 130 | 26 | 31 | 36 | 41 | 47 | 52 | 57 | 62 | 67 | 73 | 78 | 83 | 88 | 93 | 98 | 104 |
| | 135 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 |

linha satisfatória

linha ideal

Fonte: Adaptado pela autora (2018) a partir da adaptação de Castro (2005).

Dessa maneira, a coluna de largura 24 paicas (101,6 mm) foi considerada a ideal para este projeto pois apresenta o valor médio de caracteres por linha mais próximo de 66, número que para Castro e Perassi (2018) é considerado o ideal. Entretanto, é preciso considerar a estrutura do conteúdo que provavelmente se apresentará em pequenos blocos de texto e várias imagens, o que demonstra a necessidade de pelo menos um layout com mais de uma coluna. Portanto, um segundo valor de coluna foi definido, no tamanho de 18 paicas (79,02 mm) pois apresentou boa disposição na página e está dentro dos valores considerados na tabela de Bringhurst como aceitável, como demonstra a figura 46.

Figura 46 - Larguras de colunas definidas para o projeto.

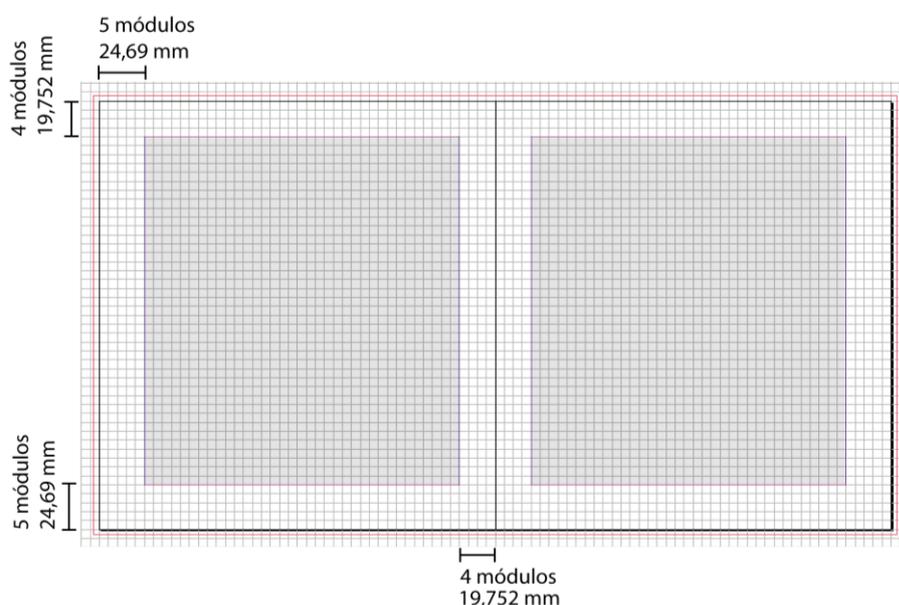


Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Determinado o tamanho das colunas, é o momento de estabelecer o valor das margens superior, inferior, interna e externa da página. Segundo Castro e Perassi (2018) as margens devem emoldurar e proteger a mancha de um modo que se ajuste ao planejamento gráfico-editorial e ao tipo de encadernamento definido, de modo a facilitar a visualização das informações e proporcionar um manuseio conveniente (deixando espaços de pega para os polegares).

Considerando que a pega do material ocorre principalmente pelas margens inferior e externa, essas foram estabelecidas antes, a fim de evitar que os polegares dos leitores se sobreponham ao conteúdo. Sendo assim, a quantia de 5 módulos (24,69 mm) é a ideal para ambas as margens. Para as margens superior e interna o valor definido foi de 4 módulos (19,752 mm) permitindo uma boa proporção entre o texto e a página e espaço suficiente para a encadernação, como mostra a figura 47.

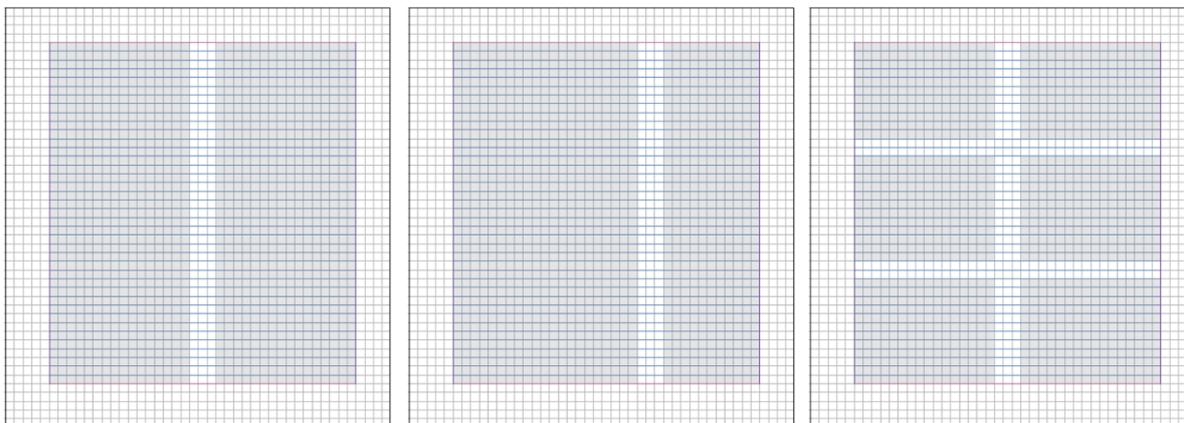
Figura 47 - Margens definidas para o projeto



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Como citado anteriormente, o conteúdo deste projeto é constituído por textos curtos e grande quantidade de imagens, sendo assim, optou-se pela utilização dos diagramas colunar e modular (figura 48).

Figura 48 - Layouts com diagramas colunar simétrico, colunar assimétrico e modular, respectivamente.

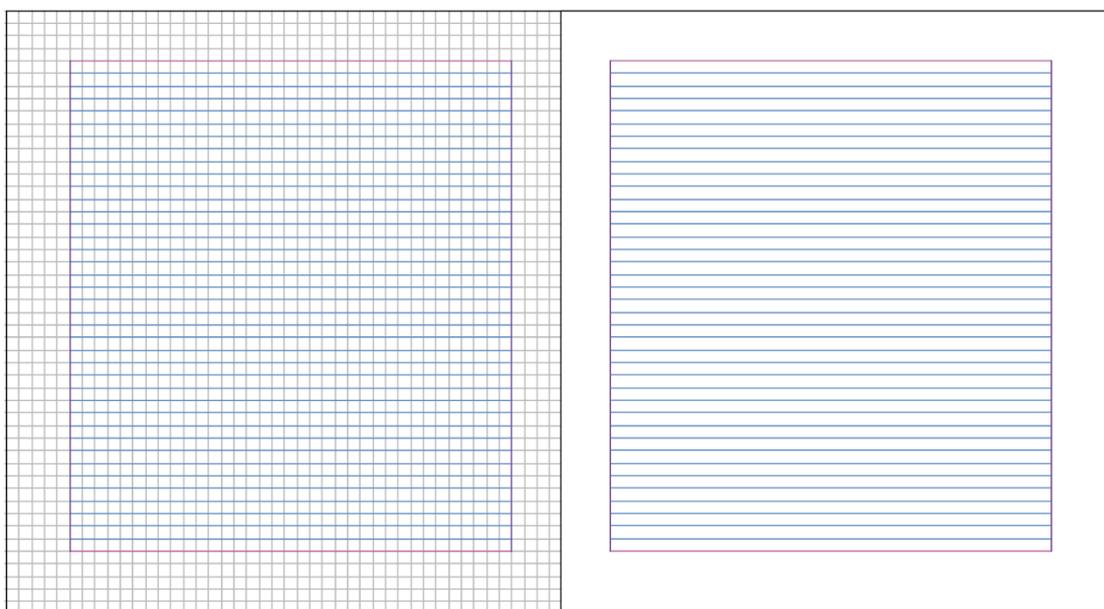


Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4.2.7 Configuração e ativação da linha de base

Uma vez construído o diagrama e este ajustado nas linhas horizontais e verticais da grade, deve-se configurar as linhas de base no software de diagramação e ativar sua exibição. As linhas de base são as guias onde o texto irá se apoiar e por isso devem ser configuradas com o mesmo valor da entrelinha anteriormente definida, para que todas as guias horizontais (entrelinha, módulo e linhas de base) do projeto sejam coincidentes. No caso deste projeto, a configuração foi feita no valor de 14pt, como mostra a figura 49.

Figura 49 - Linhas de base ajustadas conforme valor da entrelinha



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4.2.8 Distribuição de textos e imagens para compor a mancha gráfica

As etapas anteriores correspondem à estruturação do projeto gráfico-editorial e após concluídas, deve-se iniciar a distribuição dos textos, imagens e outros elementos que vão compor a mancha gráfica.

No projeto gráfico-editorial, a mancha gráfica é a área de distribuição dos elementos gráficos, textuais e figurativos (fio, box, imagem etc.). Nessa distribuição, a base dos caracteres que compõe todos os textos deverão se alinhar com as linhas de base, configuradas na etapa 7²³. Com a articulação entre grade, diagrama e mancha gráfica, o designer pode planejar as relações de proporcionalidade e localização, ocupando a página com imagens, gráficos e textos escritos, estabelecendo o processo de diagramação. (CASTRO; PERASSI, 2018)

Com a finalidade de auxiliar na escolha de um tipo de diagrama para dispor o conteúdo, podem-se utilizar como base os três mais comuns: retangular, colunar e modular. Porém, deve-se fazer uma avaliação da estrutura do conteúdo, uma vez que cada tipo de diagrama atende à necessidades específicas. O retangular é composto por 1 coluna e indicado para textos contínuos. O colunar é composto por 2 ou mais colunas e utilizado para controlar um maior volume de textos ou para dispor informações diferentes em colunas separadas. Já o modular é constituído por blocos distribuídos vertical e horizontalmente pela página e utilizado em produtos com informações complexas e segmentadas.

Após a definição dos diagramas, pode-se distribuir o texto e as imagens para verificar o comportamento e a proporção destes elementos na estrutura dos layouts, como mostram as figuras 50 e 51.

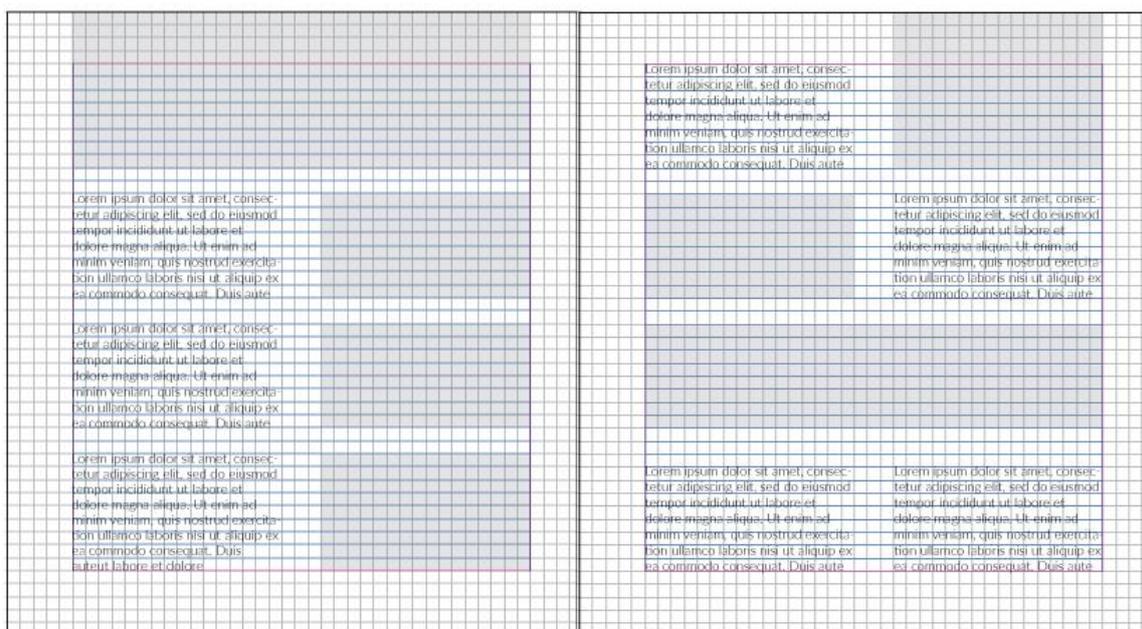
Figura 50 - Distribuição de textos e imagens no diagrama colunar assimétrico e simétrico, respectivamente.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

²³No caso deste projeto, na etapa 4.2.7

Figura 51 - Distribuição de textos e imagens no diagrama modular.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4.3 Elementos gráfico-editoriais

Os elementos gráfico-editoriais são todos os componentes que integram uma publicação e causam algum efeito na experiência de manuseio e leitura de um material e, por isso, devem ser estrategicamente pensados durante a estruturação de um projeto. Estes elementos colaboram para produzir a atmosfera da publicação, proporcionam unidade visual e engajam e guiam a leitura.

4.3.1 Elementos gráfico-editoriais textuais

Além da tipografia principal, também foram testadas tipografias displays para aplicação em títulos, subtítulos, vinhetas, cartolas e outros elementos gráfico-editoriais. Como cada uma das estéticas carrega conceitos particulares e têm seus elementos próprios de identificação, foi definido um estilo de tipografia para representar cada estética. A intenção é usar da tipografia para transparecer a essência de cada um dos conteúdos e usá-la como outra maneira de transmitir os conceitos que defendem.

Da mesma forma que foi feita a escolha da tipografia principal, realizaram-se testes tipográficos com as displays. Estas foram selecionadas do site *DaFont.com* que disponibiliza fontes grátis de designers independentes e, às vezes, exige creditação de autoria no material. As pré-seleções foram realizadas levando em consideração as palavras-conceito que guiam cada uma das estéticas.

Para a “*Ecothinking*” temos as palavras modularidade, eficiência energética, qualidade e durabilidade, baixo impacto ambiental, minimalismo e simplicidade; e as fontes selecionadas foram *Syabab*, *Surfing Capital*, *Josephin*, *Generica* e *Nordstern Demo*. Para a estética “*Compartilhar*” os conceitos são: troca, empréstimo, economia compartilhada, conexão, entrelaçamento e vínculo; e as fontes selecionadas: *Lovely Summer*, *Fondy Script*, e *Blastpink Script*. E, por fim, para a “*Reutilizar*” temos as palavras: assimetria, junção de materiais, união de cores, reutilização, imperfeição, irregularidade e contraste; e as fontes selecionadas: *Don’t You Know*, *Macbeth*, *Fray Gabriel* e *Fabianestem Normal*.

Na figura 52 são apresentados as tipografias escolhidas e a figura 53 exhibe os testes tipográficos realizados com as fontes pré-selecionadas citadas acima.

Figura 52 - Tipografias displays selecionadas para as estéticas

Syabab - Ecothinking

SURFING CAPITAL - ECOTHINKING

Josephin - Ecothinking

Generica - Ecothinking

Nordstern Demo - Ecothinking

Lovely Summer - Compartilhar

Fondy Script - Compartilhar

Blastpink Script - Compartilhar

DONT YOU KNOW - REUTILIZAR

Macbeth - Reutilizar

FRAY GABRIEL - REUTILIZAR

Fabianestem Normal ■ Ecothinking

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 53 - Testes tipográficos com as fontes displays de cada uma das estéticas



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Após realização do teste tipográfico, foi definido que a fonte para a estética *Ecothinking* será a *Josephin*, para a “Compartilhar” a *Lovely Summer* e para a “Reutilizar” a *Don’t you know*. Todas foram escolhidas pois harmonizaram com a fonte principal, a *Lato*; porque apresentaram boa legibilidade, adequado comportamento na impressão e traduziram eficientemente os conceitos de cada uma das estéticas.

Isto posto, foi estabelecida a tipografia, o tamanho em pontos e o peso de cada um dos elementos gráficos-editoriais textuais: título, linha de apoio, subtítulo, olho, legenda e fólio.

Título: O título é um elemento de grande importância pois captura a atenção do leitor, indica o assunto do texto a ser lido e o direciona para a leitura, por isso deve ter significância visual. Por ser o elemento mais importante da página, ele será utilizado nas tipografias displays de cada uma das estéticas, chamando atenção visualmente e já introduzindo, mesmo que inconscientemente, aos

conceitos da estética. Para gerar harmonia entre os elementos da publicação, tanto o tamanho quanto a entrelinha dos títulos foram determinados proporcionalmente a partir das definições anteriormente feitas para a tipografia principal, de acordo com o quadro 8 abaixo.

Quadro 8 - Definições das tipografias para os títulos

| ESTÉTICA | FONTE | TAMANHOS / ENTRELINHAS |
|--------------|----------------------|---------------------------|
| Ecothinking | Josephin | 47,5pt/56pt 76pt/98pt |
| Compartilhar | <i>Lovely Summer</i> | 38pt/70pt 57pt / 112pt |
| Reutilizar | DONT YOU KNOW | 38pt/70pt 57pt/112pt |

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Como ainda não se sabe exatamente onde se fará necessário o uso dos títulos nos layouts, já que eles poderão aparecer em spreads ou em páginas simples, foi definido mais de um tamanho para este elemento em cada uma das fontes displays.

A fonte *Josephin* poderá se apresentar na forma de título nos tamanhos/entrelinhas 47,5pt/56pt e 76pt/98pt; a fonte *Lovely Summer* nos tamanhos/entrelinhas 38pt/70pt e 57pt/112pt; e a fonte *Don't You Know* nos tamanhos/entrelinhas 38pt/70pt e 57pt/112pt.

Os tamanhos 38, 47,5, 57 e 76 são todos múltiplos de 9,5; e as entrelinhas 56, 70, 98 e 112 múltiplos de 14, o que promove o encaixe das escritas na grade da publicação e mantém relação de proporcionalidade entre o título e o corpo de texto.

Linha de apoio: A linha de apoio é utilizada para complementar a informação apresentada pelo título. Neste projeto foi estabelecido para a linha de apoio o uso da tipografia Lato, no tamanho 14pt com entrelinha de 18pt e peso *medium*. Essa escolha cria boa hierarquia entre as informações e consegue destacar a linha de apoio em relação ao texto, mas não compete visualmente com o título, como mostra a figura 54.

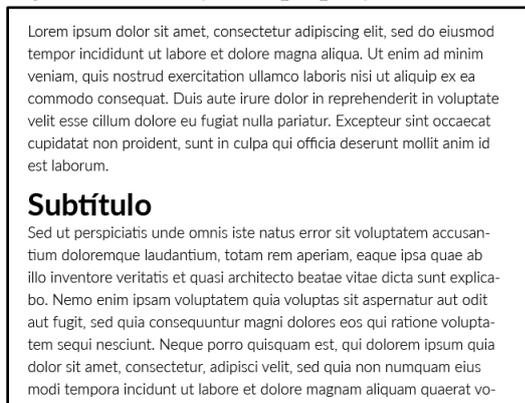
Figura 54 - Relação de proporção entre título, linha de apoio e texto.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Subtítulos: A principal função dos subtítulos é segmentar o texto, proporcionando pausas, o que auxilia no entendimento do conteúdo e no engajamento da leitura. Para este projeto foi definida a aplicação da fonte Lato, no tamanho 18pt com entrelinha de 14pt e peso *bold* para os subtítulos. Como provavelmente os subtítulos do conteúdo pré-selecionado não ocuparão mais de uma linha, decidiu-se por utilizar a entrelinha com valor negativo, promovendo o encaixe dos mesmos na grade do documento.

Figura 55 - Relação de proporção entre subtítulo e texto.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Corpo de texto: em relação ao corpo de texto anteriormente fixado, Lato 9,5/14pt, foram definidos alinhamento, hifenização e quebra de texto. Segundo Haslam (2007), cada alinhamento possui intensidades que sustentam a leitura de informações diferentes ou a aparência visual da página. Como o conteúdo deste projeto apresenta-se em pequenos blocos de texto, ficou definido que o alinhamento do texto será livre, podendo ser adaptado de acordo com as necessidades do *layout*, de forma a harmonizar com a imagens e outros elementos que o compõem.

Decidiu-se por não utilizar hifenização no texto deste projeto, principalmente porque o conteúdo é composto de textos curtos.

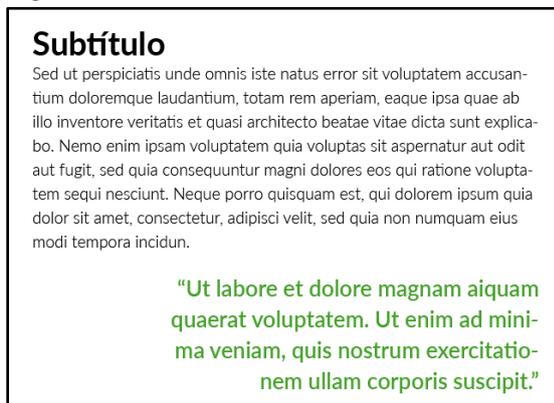
A hifenização não reflete a maneira como falamos e não faz jus à integridade das palavras; e em muitos casos, também não contribui para a leitura. A hifenização é um estratagema e alguns tipógrafos consideram-na uma adaptação de baixa qualidade. Ela quebra palavras em elementos sem significado, forçando o leitor a suspender a interpretação entre o final de uma linha e o início da seguinte, muito

embora tenhamos aprendido a antecipar o significado das palavras em razão do contexto da frase. (HASLAM, 2007).

Em relação a quebra de texto, optou-se por iniciar os parágrafos utilizando recuo no valor de 1 módulo (4,938mm), já que este recurso promove uma boa segmentação entre os parágrafos e promove menos utilização de papel quando comparado a quebra de texto com o uso de uma linha em branco.

Olho de matéria: este recurso visa destacar parte de um texto, enfatizando informações e ajudando na sua compreensão. O olho geralmente oferece respiro à página e também é utilizado como um elemento de destaque, um recurso visual de atração, principalmente em páginas que não possuem imagens. O estilo definido para este recurso foi a fonte Lato em tamanho 13pt com entrelinha 18pt e peso *semibold*. Optou-se por uma entrelinha maior que a padrão para o tamanho 13pt, para proporcionar respiro ao texto. Como o olho é um elemento de destaque, também foi definido que ele aparecerá sempre em cor diferente do texto corrido, ou dentro de um box de cor, como mostra a figura 56. O alinhamento deste elemento será livre, adaptando-se ao layout da página, porém, deve ser sempre diferente do utilizado no texto corrido, para gerar contraste.

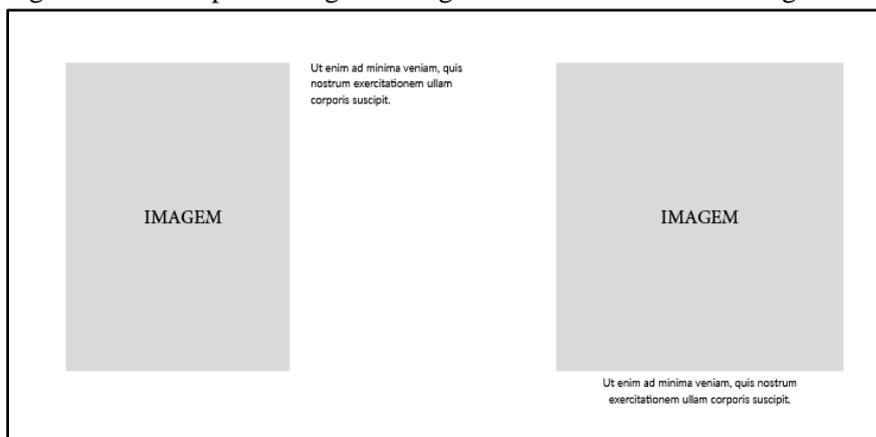
Figura 56 - Olho de matéria



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Legenda: a legenda é um texto curto que tem como função explicar ou creditar uma imagem ou ilustração. Para este projeto foi definida para a legenda a utilização da tipografia Lato em tamanho 7pt e entrelinha de 10pt com peso *light*. O alinhamento será orientado pela posição da imagem ou ilustração, o que confere unicidade e complementaridade entre os dois elementos.

Figura 57 - Exemplos de legendas seguindo o alinhamento da imagem.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

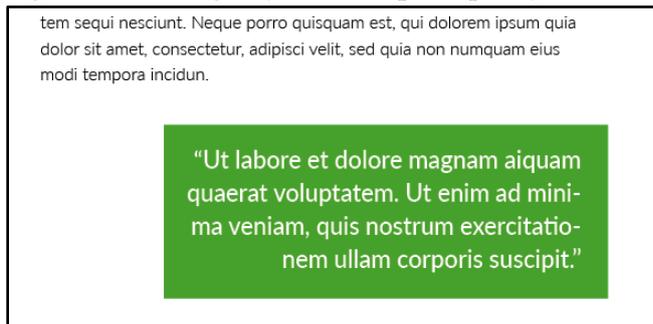
Fólio: o fólio é também conhecido como numeração de página. Ele é comumente utilizado nos cantos externos das páginas, variando sua posição. Os fólhos do trendbook ficarão localizados centralizados nas margens externas e inferiores das páginas, a fim de facilitar a busca pelo leitor. Serão compostos pela tipografia Lato, nas mesmas configurações do texto corrido: tamanho 9,5pt, entrelinha 14pt e peso *light*.

4.3.2 Elementos gráfico-editoriais não textuais

Como elementos gráfico-editoriais não textuais o *book* apresenta o uso de box, fios e um índice lateral. Estes elementos foram aplicados a fim de enfatizar determinados conteúdos e imagens e ajudar o leitor na localização dentro do material, uma vez que o conteúdo é bastante segmentado.

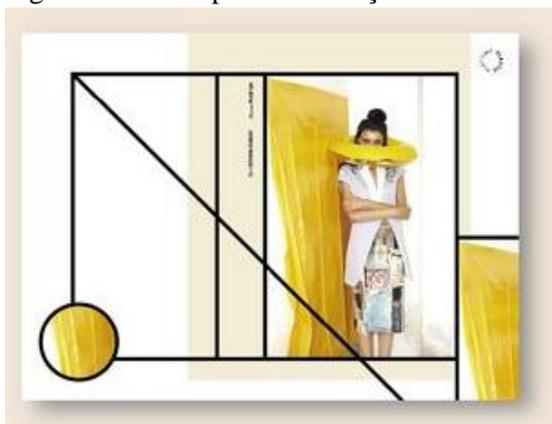
Box: o box é uma caixa, que pode ser constituída por uma cor sólida ou apenas por contornos, utilizada com a função principal de destacar um texto. Para o projeto deste trendbook, foram definidas duas configurações de boxes: a primeira, um box de arestas que formam ângulos retos, preenchido por cor sólida, para ser aplicado atrás de elementos como o olho, a legenda e a linha de apoio, servindo para destacar tais conteúdos, conforme figura 58. Os boxes desta configuração devem possuir dimensões de 1 módulo a mais que as dimensões da caixa de texto, propiciando respiro ao conteúdo. Já a segunda configuração é de boxes de arestas que formam ângulos retos e constituídos apenas pelo contorno, na espessura de 4pt. Eles foram aplicados ao redor de caixas de textos ou perto das margens da página, transformando-os em elementos visuais de diagramação, como exemplo expresso na figura 59.

Figura 58 - Configuração de box para aplicação em olho, legenda e linha de apoio.



Fonte: Elaborado pela autora:

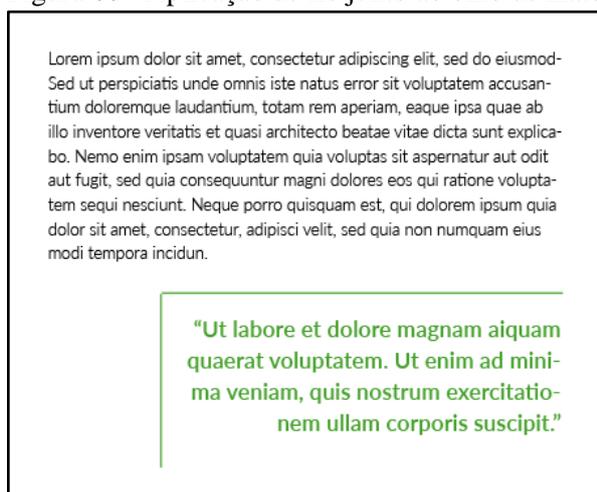
Figura 59 - Exemplo de utilização de boxes como elementos visuais de diagramação.



Fonte: Pinterest.

Fio: os fios são linhas que destacam palavras ou textos e separam colunas. Neste projeto eles foram aplicados junto aos olhos de matéria, a fim de guiar a leitura e destacar o elemento. Serão compostos por dois fios que, quando unidos, formam um ângulo de 90 graus e deverão percorrer todo o comprimento e largura da caixa de texto em apenas um de seus lados, como uma moldura aberta. Eles devem seguir a mesma cor aplicada ao olho, ter espessura de 1pt e manter distância de um módulo da caixa de texto, para não prejudicar o respiro do conteúdo, como mostra a figura 60. Outra configuração de fio foi utilizada como elemento visual de diagramação, na espessura de 4pt, a fim de harmonizar com os boxes definidos anteriormente e ajudar na segmentação e organização do conteúdo (figura 59).

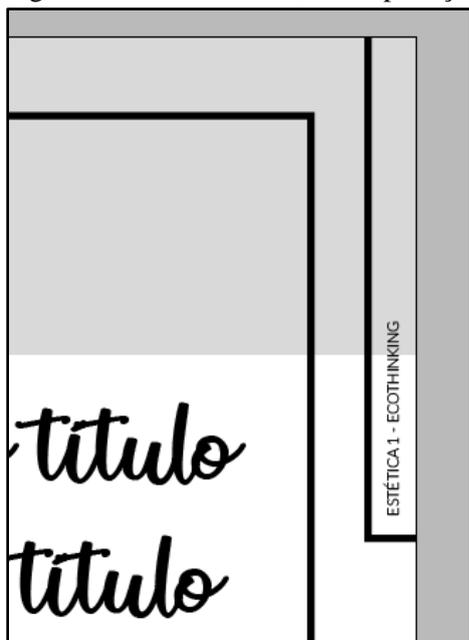
Figura 60 - Aplicação de fio junto ao olho de matéria.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Índice lateral: como explicado anteriormente, o conteúdo do presente projeto é bastante segmentado e por isso, pode acabar causando confusão ao leitor na localização dentro do material se este não for bem estruturado e hierarquizado. Como forma de minimizar este risco, optou-se por utilizar um índice lateral ao longo do trendbook. Ele ficará localizado nas laterais direitas das páginas ímpares do material e será composto por um fio de 4pt (já que esta espessura foi definida como padrão anteriormente) que ficará há 2 módulos de distância da margem final da página, como mostra a figura 61. Junto ao fio ficará a vinheta, contendo a informação de localização com os nomes das sessões do material (como “Estética 1 - *Ecothinking* e “Macrotendência - *Lowsumerism*, por exemplo). O estilo da vinheta ficou definido como: tipografia Lato, em tamanho 8pt e entrelinha de 14pt; em peso light com todas as letras maiúsculas.

Figura 61 - Índice lateral, com aplicação de fio e vinheta



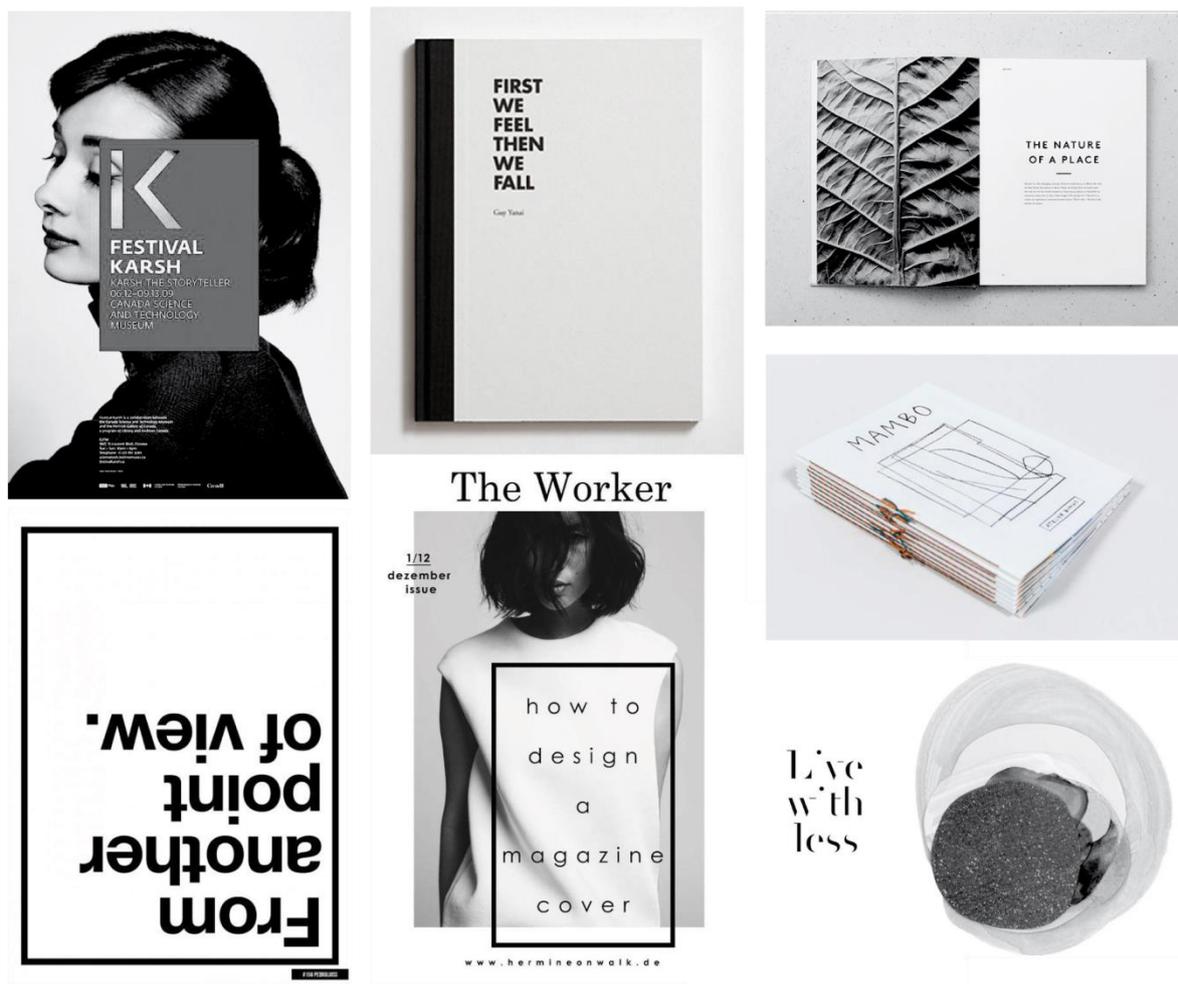
Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4.4 Capa e Quarta capa

A capa e a quarta capa de uma publicação servem para proteger as páginas do miolo e para indicar o seu conteúdo. Elas podem ser usufruídas como elementos diferenciadores em um material e tornarem-se componentes de sedução, induzindo o folheamento ou a compra de uma publicação. A capa e a quarta capa podem se apresentar em diversos estilos, de forma a reforçar uma marca, promover um título, fomentar artistas ou indicar o conteúdo. Essa variação se dá de acordo com o gênero do material e o público-alvo ao qual se destina.

Como a concepção deste projeto incentiva a diminuição da geração de impactos ambientais e foi construído de forma a seguir essa diretriz, foi definido o uso da capa e quarta capa em escala de cinza, diminuindo a quantidade de tinta aplicada no momento da impressão. Portanto, para sua impressão será aplicado o processo off-set seco 1x0, utilizando somente a cor preta, em papel off-set de gramatura 180g/m² com selo FSC. Como forma de inspiração para definição dos elementos constantes na capa e quarta capa, foi desenvolvido o painel semântico ilustrado pela figura 62 a seguir.

Figura 63 - Painel semântico inspiracional para capa e quarta capa.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Após análise do painel semântico (figura 62) alguns elementos obrigatórios e desejáveis para a capa e quarta capa foram estabelecidos, de acordo com o quadro 9.

Quadro 9 - Definições para a capa, contra capa, terceira capa e quarta capa.

| PÁGINA | ELEMENTOS | DESEJÁVEL / OBRIGATÓRIO |
|--------|--|-------------------------|
| Capa | <ul style="list-style-type: none"> - Nome do <i>trendbook</i> - Ano a que se refere - Imagem ou ilustração relacionada ao conteúdo | Obrigatório |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Elementos que remetem a diagramação interna, como boxes e fios - Utilização de fonte display específica para o nome do <i>trendbook</i>, promovendo unicidade e diferenciação | Desejável |

As definições da palavra “consciência” são: “sentimento ou conhecimento que permite ao ser humano vivenciar, experimentar ou compreender aspectos”; e “sentido ou percepção que o ser humano possui do que é moralmente certo ou errado em atos e motivos individuais”. Entendeu-se que esta palavra e sua definição representam muito bem as principais ideias que o presente estudo deseja disseminar, de analisar e repensar hábitos e atitudes para promover a mudança de comportamentos danosos ao meio ambiente.

5. FASE EXECUTIVA: DESENVOLVIMENTO DA PUBLICAÇÃO

Definida a base do projeto gráfico-editorial, bem como seus elementos complementares, inicia-se o processo de organização e distribuição do conteúdo em páginas, de forma a possibilitar a realização uma diagramação pertinente ao *trendbook*.

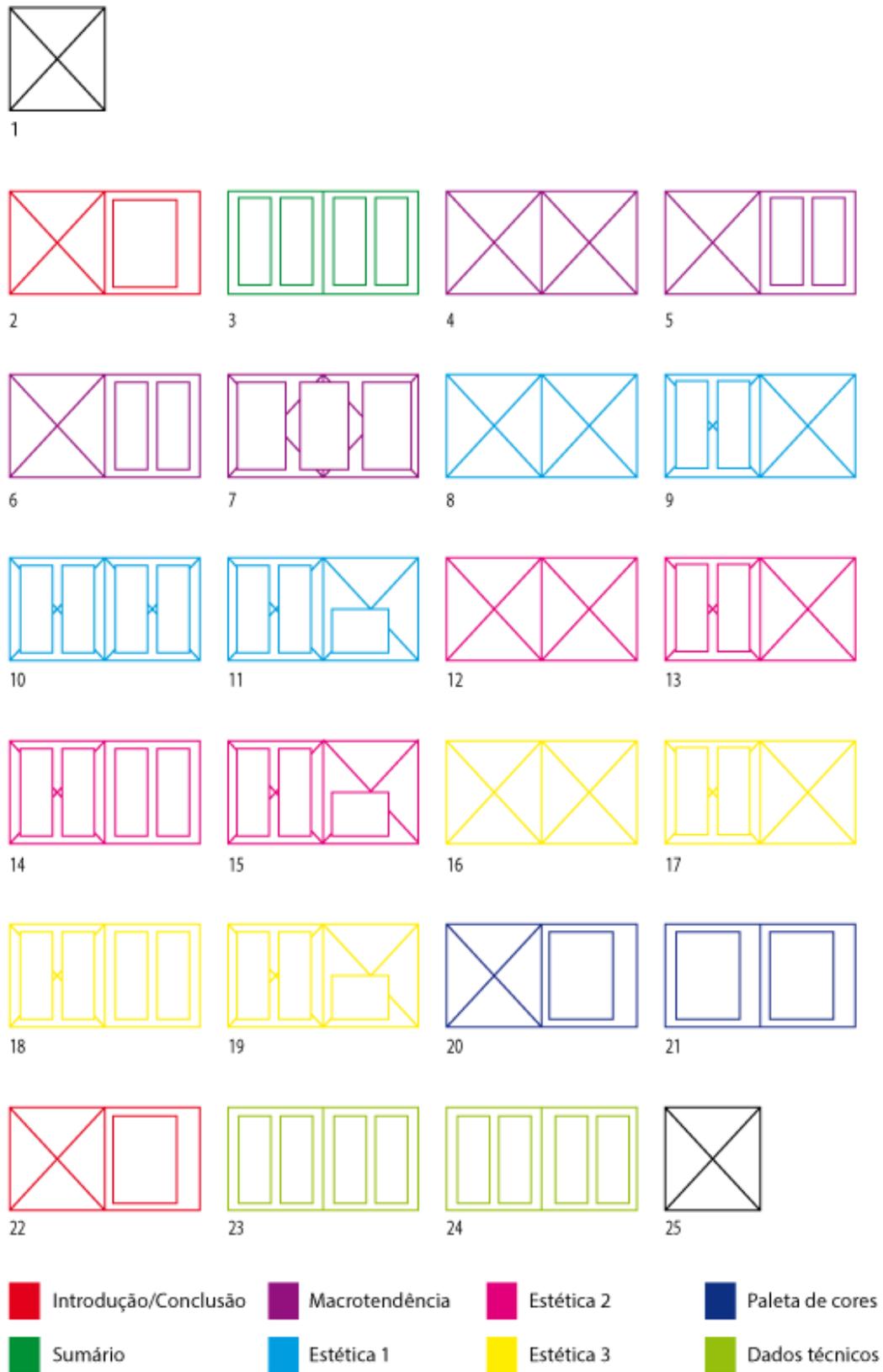
5.1 Espelho de publicação

A Fase Executiva iniciou-se com a estruturação do espelho da publicação que, de acordo com Ali (2009), é a ordenação do conteúdo que será contemplado. Ele funciona como um guia que auxilia o melhor posicionamento das aberturas de capítulos, seções e imagens presentes no decorrer das páginas.

Com base na seleção do conteúdo efetuada no item 4.1 e na análise de similares apontada no item 3.2, realizou-se a disposição inicial do conteúdo de forma a promover adequada leitura, respiro, boa distribuição das imagens e uma organização lógica de complementaridade entre as sessões do conteúdo. A figura 64, apresenta o resultado desta distribuição.

O *book* terá 48 páginas e começará introduzindo ao público-leitor o que é uma macrotendência e como ela é aplicada aos bens de consumo (Introdução - vermelho). Depois, trará informações sobre a Lowsumerism, macrotendência selecionada para este projeto (Macrotendência - roxo). Em seguida, apresentará os desdobramentos da tendência em 3 estéticas: *Ecothinking* (Estética 1 - azul claro), Compartilhar (Estética 2 - rosa) e Reutilizar (Estética 3 - amarelo) com apresentação da conceituação das mesmas e demonstração das atitudes e os aspectos materiais de cada uma, que foram definidos anteriormente. Após, são explanadas as paletas de cores escolhidas para cada estética (Paleta de cores - azul escuro). E por fim, será feita a conclusão dos estudos e conteúdos demonstrados (Conclusão - vermelho) e a apresentação dos dados técnicos, como os créditos dos textos e imagens (Dados técnicos - verde).

Figura 64 - Espelho de publicação



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.2 Diagramação

Com base nos dados levantados nas etapas anteriores e nas decisões tomadas na Fase Criativa e início da Fase Executiva, iniciou-se a diagramação do *trendbook* Consciência. Dessa forma, textos, imagens, boxes, fólios e outros elementos gráfico-editoriais foram dispostos ao longo da publicação.

O projeto foi diagramado no *software* Indesign, com auxílio dos *softwares* Photoshop e Illustrator, para a realização da edição de imagens e desenvolvimento de elementos gráficos aplicados no decorrer das páginas.

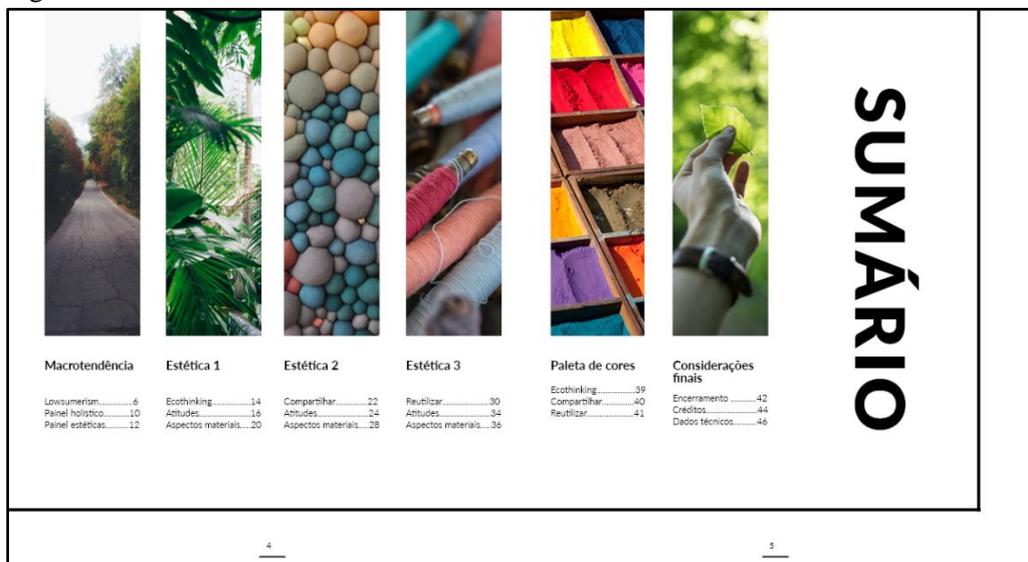
Os spreads reservados para a introdução, sumário e conclusão utilizaram do diagrama de uma coluna, com tamanho definido anteriormente, como mostram as figuras 65, 66. Isso ocorreu devido a quantidade pequena de textos que continham e para proporcionar uma linguagem limpa e com respiro para os conteúdos, contrastando com as outras páginas e proporcionando equilíbrio ao longo da publicação.

Figura 65 –Introdução do *book* Consciência



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

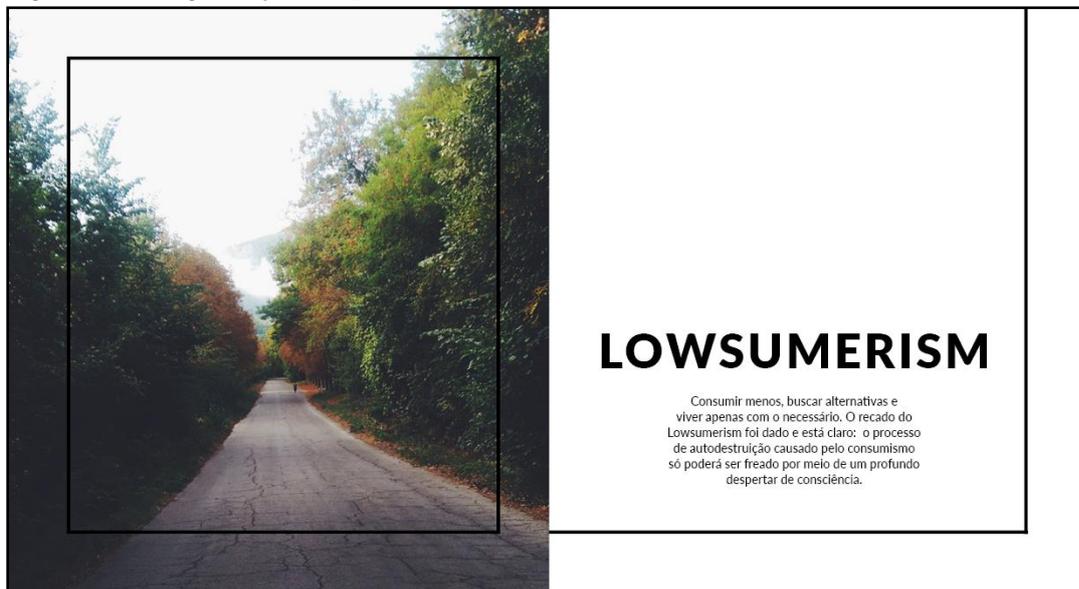
Figura 66 –Sumário do *book* Consciência



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A diagramação das páginas da macrotendência *Lowsumerism* foi utilizada como transição de uma linguagem mais limpa (encontrada nas páginas iniciais do *book*) para uma mais carregada (obtida nas páginas das estéticas, que serão relatadas a seguir). Portanto, trouxe componentes dos dois lados, com imagens que ocupam grandes espaços, mas com o uso de branco como forma de criar respiro e proporcionar equilíbrio aos elementos.

Figura 67 - Diagramação de *spread* da macrotendência *Lowsumerism*



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 68 - Diagramação de *spread* da macrotendência *Lowsumerism*



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

As páginas que contém as atitudes das estéticas se mostraram mais preenchidas, uma vez que, na prática, a quantidade de conteúdo textual e imagético das mesmas acabou por ser maior que o esperado. Dessa forma, optou-se pelo uso do diagrama com duas colunas nessas páginas, de forma a permitir uma melhor acomodação dos textos e distribuição das imagens sem tornar as páginas sobrecarregadas. Recursos como *boxes* de cor sólida, fios e olhos de matéria foram utilizados para

balancear elementos, criar respiros e deixar as páginas equilibradas. Nos spreads que contém os aspectos materiais das estéticas, onde as páginas são ocupadas quase totalmente por imagens, foi utilizado o diagrama modular porque ele ocupa pouco espaço da página para acomodar a pequena quantidade de texto que essa categoria apresenta. As figuras 69, 70, 71, 72 demonstram alguns resultados obtidos.

Figura 69 - Spread com diagramação de atitude da estética *Ecothinking*



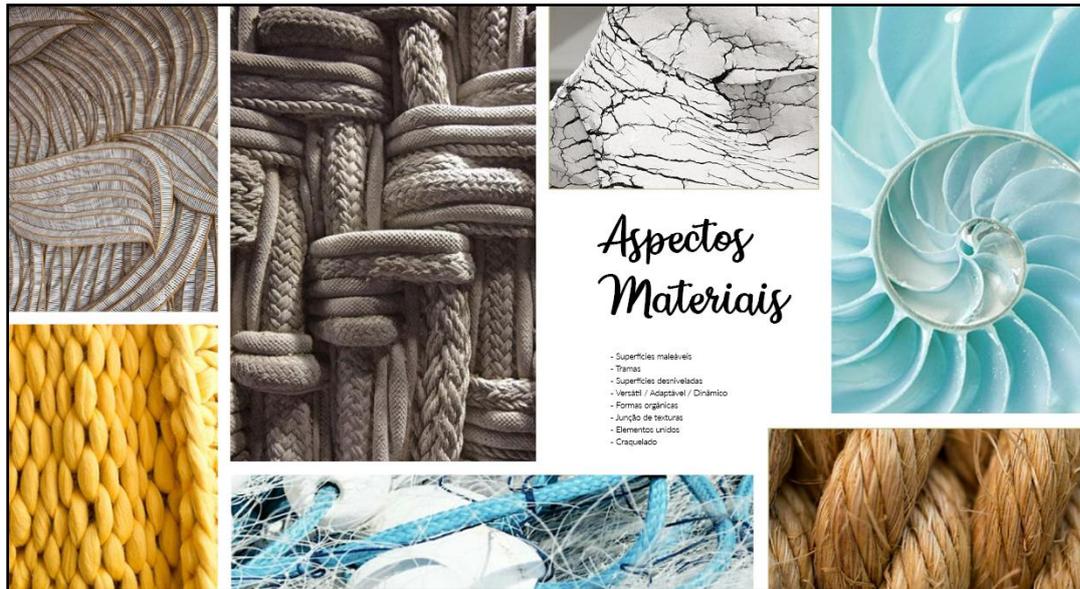
Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 70 - Spread com diagramação de atitude da estética Reutilizar



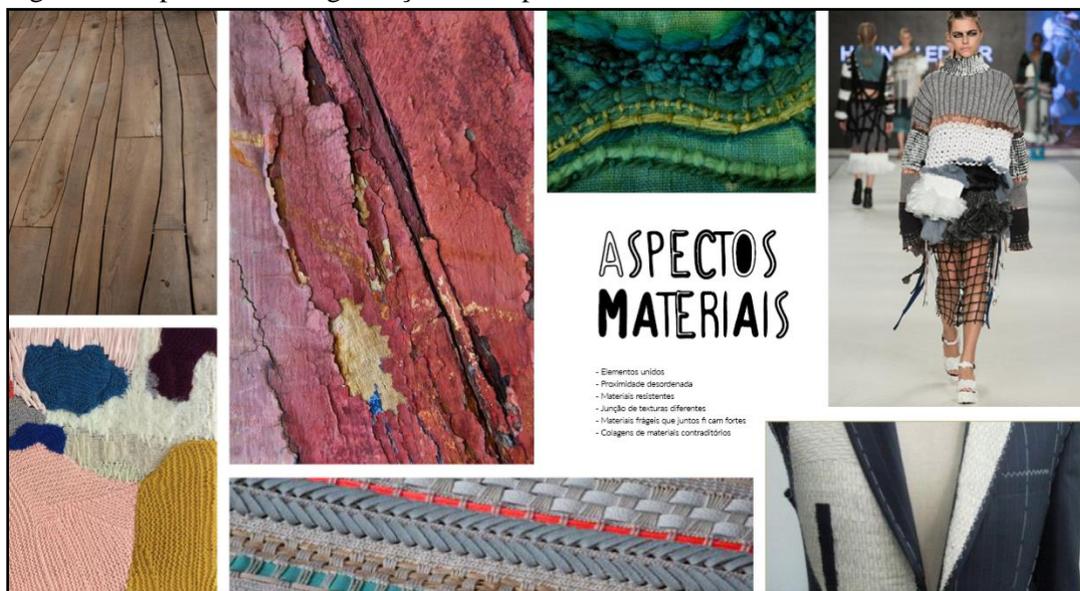
Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 71 - Spread com diagramação dos aspectos materiais da estética Compartilhar



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 72 - Spread com diagramação dos aspectos materiais da estética Reutilizar



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Algumas modificações em elementos gráfico-editoriais foram necessárias ao distribuir o conteúdo pelas páginas. A configuração definida anteriormente para os subtítulos de 18pt/14pt se mostrou problemática, pois ocorreu a sobreposição de letras, o que tornou a leitura ilegível. Por isso, o valor da entrelinha para esse elemento foi modificado para 19pt. Além disso, a utilização do diagrama modular foi pequena - apenas nas páginas que apresentaram os aspectos materiais das estéticas, porque as mesmas foram quase todas preenchidas com imagens e o resto do conteúdo não se revelou segmentado ao ponto de necessitar tantas quebras. Portanto, ocorreu a predominância do uso dos diagramas de 1 e 2 colunas.

5.3 Especificações Técnicas

Realizada a diagramação é interessante rever as especificações técnicas do projeto e, se preciso, redefini-las. Como citado anteriormente, o *trendbook* é um publicação de 48 páginas coloridas, no formato 12 da tabela de aproveitamento de papel 66x96cm (apresentado na figura 34), impressas frente e verso; além da capa, em preto e branco, impressa separadamente e somente frente.

O *book* deve atender aos parâmetros do processo de impressão offset-seco, contendo um valor de sangria para evitar cortes indesejados no refile, seguir padrão de cores CMYK e ter imagens em alta resolução para garantir qualidade de impressão. A tiragem inicial será de 300 exemplares e haverá a possibilidade de reimpressão se necessário.

O papel escolhido para o projeto foi o offset não revestido com selo FSC, pois segue um padrão ecológico e por ter boa absorção de tinta, sendo indicado para impressões coloridas. A gramatura definida para o miolo foi 120 g/m², que oferece ao leitor conforto ao manusear o material devido a firmeza das páginas, e comodidade durante a leitura e visualização do conteúdo, já que a espessura do papel não prejudica a compreensão do conteúdo devido a opacidade. Já que uma das funções da capa é a proteção do miolo, foi definido um papel de gramatura maior, neste caso, o offset não revestido com selo FSC na gramatura 250 g/m² e arte final da capa pode ser observada na figura 73. O miolo é composto por três cadernos de 16 páginas cada, dobrados e unidos à capa. Eles serão refilados e posteriormente encadernados manualmente através de costura, caracterizando o formato final.

Figura 73 – Arte final da capa



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A partir destas definições, as especificações técnicas foram organizadas de maneira sintetizada e em linguagem adequada, conhecida como jargão gráfico, e serão apresentadas a seguir:

Título: Consciência: *trendbook* que promove o pensamento ecológico - inverno 2020

Processo de impressão: Offset seco.

Miolo

Número de páginas: 48 páginas

Formato Fechado: 217,27 x 237,02 mm

Formato Aberto: 434,54 x 237,02 mm

Cores: Colorido (4/4)

Papel: Offset não revestido 120 g/m², com selo FSC

Capa

Formato Fechado: 217,27 x 237,02 mm

Formato Aberto: 438,54 x 241,02 mm

Cores: Preto (1/0)

Papel: Offset não revestido 250 g/m², com selo FSC

Acabamento: Refile e encadernação manual

5.3.1 Fechamento de arquivo

A sangria definida para o projeto foi de 5mm em cada extremidade da folha, uma vez que esse valor é considerado suficiente como margem de segurança para evitar cortes indesejados, e por isso as áreas chapadas e imagens foram estendidas até a marca de sangria.

Para gerar um arquivo satisfatório para a impressão, as imagens da publicação devem estar em alta resolução e definidas dentro do sistema de cores CMYK, que é o padrão utilizado para a produção de impressos.

A partir dessas predefinições, pode-se gerar o arquivo final que será impresso pela gráfica. Geralmente, é solicitado a extensão de arquivo fechado .PDF X-1a, pois ela permite a otimização das imagens e a incorporação de fontes sem comprometer o conteúdo. Devido a encadernação manual o arquivo teve que ser exportado como livreto ou *booklet*, de forma que a primeira e última folha estão ligadas, assim como a segunda e penúltima e assim sucessivamente, para que seja possível fazer a encadernação com costura no centro.

5.4 Protótipo

Depois da diagramação concluída, da revisão das especificações técnicas e do correto fechamento do arquivo para impressão, o projeto está pronto para a produção.

Como forma de simular os aspectos físicos da publicação e promover a verificação e validação das características da mesma antes da materialização do projeto, protótipos digitais, também conhecidos como *mockups*, foram realizados e estão expressos nas figuras 73, 74, 75, 76.

Figura 74 - Mockup do spread de abertura Lowsumerism



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 75 - Mockup de uma das atitudes da estética *Ecothinking*



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 76 - Mockup do spread com os aspectos materiais da estética Compartilhar



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Figura 77 - Mockup com uma das atitudes da estética Reutilizar.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todas as etapas deste projeto foram essenciais para apresentar, em seu fim, um produto harmonioso textual e visualmente, coerente com a proposta de diminuir ao máximo os impactos ambientais causados em seu desenvolvimento e adequado às necessidades e demandas do público alvo.

Seguir uma metodologia de projeto permite, a o quem executa, ter uma melhor visão geral de planejamento do mesmo, de forma a constatar lacunas e encontrar maneiras de preenchê-las. Iniciar com a problematização é um modo eficaz do designer adentrar a fundo no projeto. Através da realização de pesquisas e análises sobre o problema, ele, mais provavelmente, conseguirá se colocar no lugar do público alvo para encontrar uma solução pertinente, que resolva suas dores e atenda suas necessidades.

A utilização da metodologia de Bruce Archer neste projeto permitiu a construção de uma pesquisa concisa, desenvolvida de maneira gradual, seguindo as etapas gerais definidas por ele. Ainda, as fases foram verificadas e validadas de pouco em pouco, uma vez que a característica não linear de sua metodologia permite essas ações. Ao somar a metodologia proposta por Castro e Perassi (2018) na Fase Criativa, permitiu-se a criação de uma estrutura gráfico-editorial ergonômica, funcional e harmônica para o projeto, de forma a reforçar os conceitos e requisitos definidos não apenas nas páginas isoladamente, mas na publicação como um todo.

De modo geral, acredita-se que os objetivos do projeto foram alcançados. Os conceitos e requisitos definidos foram adequadamente aplicados através da utilização de princípios de design; e a promoção do pensamento ecológico e da diminuição de impactos ambientais foi possibilitado através da estruturação gráfico-editorial, das escolhas de produção gráfica e na seleção do conteúdo.

O desenvolvimento deste trabalho foi uma grande experiência, tanto na construção de um produto gráfico-editorial ecologicamente amigável quanto na ampliação da visão sobre o Design no âmbito social e como agente de transformação e evolução, agregando muito no desenvolvimento pessoal e profissional da autora. Durante sua realização, foi possível utilizar e colocar em prática todo o aprendizado adquirido ao longo de sua graduação e de suas experiências profissionais na área. Também, foi possível absorver ainda mais informações sobre o Design como ferramenta de mudança e adquirir conhecimentos técnicos de Design Gráfico e Design de Moda.

REFERÊNCIAS

- _____. Ministério do Meio Ambiente. Ecodesign. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/informma/item/7654-ecodesign>. Acessado em 09 mar. 2018.
- _____. WWF World Wide Fund for Nature. O que é desenvolvimento sustentável?. Disponível em https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel/. Acessado em 07 mar. 2018
- AFONSO, Maria João Duarte. **Estratégias de Eco-eficiência na Indústria Gráfica**. 2008. 109 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia e Gestão Industrial, Universidade de Aveiro, Aveiro, 2008. Disponível em: <<https://ria.ua.pt/bitstream/10773/1647/1/2009000817.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2018.
- ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- CASTRO, Luciano de; PERASSI, Richard. **Estruturação de projetos gráficos: A tipografia como base do planejamento**. Curitiba: Appris, 2018.
- CASTRO, Luciano Patrício Souza de; SOUSA, Richard Perassi Luiz de; **A tipografia como base do projeto gráfico-editorial**. Graphica. v 21, 2013.
- CAMPOS, Amanda Queiroz; RECH, Sandra Regina. CONSIDERAÇÕES SOBRE MODA, TENDÊNCIAS E CONSUMO. **Iara**: Revista de Moda, Cultura e Arte, São Paulo, v. 3, n. 3, p.170-198, dez. 2010. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05_IARA_vol3_n3_Dossie.pdf>. Acesso em: 17 set. 2018.
- DOS SANTOS, Janiene et al. **Aplicação das Macrotendências no gerenciamento das marcas contemporâneas**. Revista Administração em Diálogo-RAD, v. 11, n. 1, 2010.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1975.
- FUENTES, Rodolfo. **A Prática do Design Gráfico: Uma metodologia criativa**. São Paulo: Edições Rosari, 2006.
- GWILT, Alison. **Moda sustentável: um guia prático**. Barcelona. Editora G.Gili, 2014.
- HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. São Paulo: Rosari, 2007.
- JONES, G. **Como se tornar uma gráfica “verde” e sustentável**. Disponível em: <http://www.revistatecnologiagrafica.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1473:como-se-tornar-uma-grafica-verde-e-sustentavel&catid=93:gestao-ambiental/>. Acesso em: 27 de jul. 2018.
- LEFF, E. **Epistemologia ambiental**. São Paulo: Cortez, 2001.

LUPTON, Ellen. **Pensar com Tipos: Guia para Designers, Escritores e Estudantes.** São Paulo: Cosac Naify, 2006.

OLIVEIRA, Antônio Roberto Miranda de. **Design como pensamento: Uma breve história da metodologia de Design.** 207. 167 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <<http://www.vigha.com/wp-content/uploads/2017/07/DESIGN-COMO-PENSAMENTO-UFPE2017.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

PIRES, Dorotéia Baduy. Design de moda: uma nova cultura. **Dobra[s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [s.l.], v. 1, n. 1, p.66-71, 14 fev. 2007. Dobras. <http://dx.doi.org/10.26563/dobras.v1i1.404>. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/404/401>>. Acesso em: 14 out. 2018.

PEREIRA, Cláudia da Silva. **Fabricando Sonhos: Ascensão social no mercado da moda.** Revista Interdisciplinar de Marketing. V.3, n.1. Rio de Janeiro, RJ, 2004.

PETERMANN, Elisabeth. **Archeology of the Future.** Reconsidering the place and nature of trend forecasting in design discourse. DRS 2014 , 2014.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável.** Barcelona: Editora G. Gili, 2014.

SENNA, Carlos Eduardo; FIALHO, Francisco Antônio. **Personas: a teoria Junguiana dos tipos psicológicos e sua utilidade para o design.** **Projetica**, [s.l.], v. 7, n. 1, p.37-52, 23 out. 2016. Universidade Estadual de Londrina. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/23457/20660>> Acesso em: 27 mai. 2018.

VEIGA, Patrick Martinelli. **Proposta de ferramenta para o desenvolvimento de nomes de marcas ou produtos apoiado em métodos de design.** 2017. 159 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.