

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

GRADUAÇÃO EM DESIGN

JÚLIA PEDROSA DA SILVA

À flor da pele: Projeto de um livro-objeto infantojuvenil.

Florianópolis

2022

JÚLIA PEDROSA DA SILVA

À flor da pele: Projeto de um livro-objeto infantojuvenil.

Relatório final do Projeto de Conclusão de 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.

Orientadora: Prof.^a. Dra. Cristina Colombo Nunes

Florianópolis

2022

JÚLIA PEDROSA DA SILVA

À FLOR DA PELE: PROJETO DE UM LIVRO-OBJETO INFANTOJUVENIL.

Este Projeto de Conclusão de Curso (PCC) foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 7 de dezembro de 2022.

Prof^ª. Dr^ª. Marília Matos Gonçalves, Dra.
Coordenadora do Curso de Design UFSC

Banca Examinadora:

Prof^ª. Mary Vonni Meurer de Lima, Dra. (UFSC)

Prof^ª. Rochelle Cristina dos Santos, Dra. (UFSC)



Documento assinado digitalmente

Cristina Colombo Nunes

Data: 15/12/2022 09:54:31-0300

CPF: ***.759.569-**

Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Orientadora

Prof.^a. Dra. Cristina Colombo Nunes
Universidade Federal de Santa Catarina

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

Silva, Júlia Pedrosa da
À Flor da Pele: Projeto de um livro-objeto
infantojuvenil / Júlia Pedrosa da Silva ; orientadora,
Cristina Colombo Nunes, 2022.
122 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,
2022.

Inclui referências.

1. Design. 2. Livro-objeto . 3. Infantojuvenil . 4.
Puberdade . 5. Experiência sensível. I. Nunes, Cristina
Colombo. II. Universidade Federal de Santa Catarina.
Graduação em Design. III. Título.

AGRADECIMENTOS

Início agradecendo a minha mãe e as minhas irmãs, por quem sou eternamente grata. Vocês estiveram me apoiando nos últimos 5 anos, e, devido a isso, fico feliz em declarar essa vitória como algo nosso. Vocês foram minha grande inspiração!

Esse projeto não teria saído do papel sem a orientação da professora Cris, que me ouviu quando eu só tinha o esboço de uma ideia e me acompanhou até a sua finalização. Obrigada pelo incentivo, nossas orientações eram um momento em que percebia que precisava acreditar mais em mim e no meu conhecimento.

Agradeço também aos professores que me acompanharam e me instruíram na Academia, e, especialmente, à banca avaliadora, Mary e Rochelle, por compartilharem desse momento que continua sendo de aprendizado. Vocês foram grandes nomes na minha aventura do Design UFSC.

Aproveito para agradecer às 78 pessoas que responderam a pesquisa “O que você precisava ouvir aos 13 anos?”, sem as quais esse projeto não existiria. Vocês abriram o coração para construir comigo esse livro.

Quero agradecer o restante da minha família. Sou grata pela oportunidade de ser mais um membro da nossa família a se formar em uma universidade federal, isso não seria possível sem o apoio emocional e também financeiro dos meus tios: Tia Mara, Tio Benê e Tia Selma.

Meu coração sempre estará agradecendo também a família que construí aqui em Florianópolis. Obrigada, Milena, minha companheira nessa e em outras aventuras. Você sempre acreditou em mim, até quando eu não conseguia. Agradeço também meus amigos, Alan, Chris, Talita e Vanessa. Vocês sabem que, sem vocês, minha jornada teria sido bem menos brilhante. Amo vocês e todos os momentos que tivemos juntos nos últimos anos.

À todos os amigos e colegas que fiz graças a universidade e por ter participado da Uipi. Vocês sempre me fizeram sentir mais incrível e capaz do que sou.

Não posso esquecer minha segunda família de Caçapava: Andorinhas. Vou sempre acabar voltando para vocês, porque, de todos, são os que mais conhecem e amam minha essência.

Um enorme obrigada para meus amigos do Bridge, estou crescendo muito ao lado de vocês e foi muito importante todo o apoio que recebi nos últimos meses. Um abraço para a Duda, minha companheira de tcc. Apesar do cansaço, amei nossos fins de semana neste semestre louco!

Por último, agradeço a mim mesma, à jovem Júlia que sonhou alto, largou tudo e seguiu seu coração. Nós conseguimos!

Tá... também vou agradecer ao Theo, o cachorro mais querido do mundo.

Os livros têm um papel importante em nossas vidas – nós os usamos para aprender, para esclarecer-nos e para nos inspirar-nos durante a vida. [...]Um futuro sem livros é impensável e completamente indesejável.

(FAWCETT, 2007, p.10)

RESUMO

Este relatório apresenta o processo de desenvolvimento de um livro-objeto voltado a pessoas que se identificam como meninas do público infantojuvenil, os chamados *tweens*. O conteúdo-textual foi produzido através do questionário “O que você precisava ouvir aos 13 anos?”, iniciativa que buscou coletar experiências, mensagens e conselhos de meninas/mulheres mais velhas sobre a puberdade. Na metodologia foi aplicada uma adaptação da presente no livro *Das coisas nascem as coisas* de Bruno Munari (2008), e, através dela, o projeto teve direcionamento partindo da definição do problema de projeto até o desenvolvimento de sua solução final, atravessando onze etapas de processo. O resultado final é um um livro-sanfona ilustrado que expressa os conceitos *À flor da pele*, *Identidade* e *Florescer* através de uma narrativa textual com 13 trechos levantados pelo questionário, alcançando assim o objetivo de oferecer uma experiência sensível às leitoras.

Palavras-chave: Livro-Objeto. Infantojuvenil. Puberdade. Experiência sensível.

ABSTRACT

This paper presents the development process of an object-book with an audience of young people who identify as girls and are in the age group referred to as *tweens*. The textual content was created through the "What did you need to hear at 13?" questionnaire, which collected experiences, messages, and advice from older women about puberty. The methodology applied was adapted from the one present in the book "From things are born things" by Bruno Munari (2008), and, through it, the project was directed, starting from the definition of the research problem until the development of a final solution, going through an eleven-step process. The final result is an illustrated accordion-book that expresses the concepts of In full bloom, Identity, and Flourish through a textual narrative with 13 excerpts taken from the questionnaire, thus reaching the goal of offering an emotional experience to readers.

Keywords: Object-book. Youth. Tweens. Puberty. Emotional experience

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Consumo <i>tweens</i> por referências.....	14
Figura 2 – Capa e páginas de livros infanto-juvenis.	16
Figura 3 – Processo da metodologia de Bruno Munari (2008).....	22
Figura 4 – Processo da metodologia adaptada de Bruno Munari (2008).....	23
Figura 5 – Infográfico da pesquisa “O que você precisava ouvir aos 13 anos?”.	30
Figura 6 – Prensa de Gutenberg.	32
Figura 7 – Poemóviles de Augusto de Campos e Julio Plaza (1974/2010).	33
Figura 8 – Exemplos de Livros-objetos.....	34
Figura 9 – Livro Queria ter ficado mais.....	36
Figura 10 – Livro Nove meses.	37
Figura 11 – Livro Dossiê afetivo.	38
Figura 12.1 – Livro Você é incrível.	39
Figura 12.2 – Livro Meu querido corpo.	40
Figura 13 – Radar do comportamento <i>tween</i>	51
Figura 14 – Persona 1, Lívia.	52
Figura 15 – Persona 2, Mariana.	53
Figura 16 – Resultados do brainstorming de conceitos para o projeto.....	57
Figura 17 – Diagrama sobre a relação entre os conceitos.....	58
Figura 18 – Conceitos do projeto.	59
Figura 19 – Painel semântico do conceito Identidade (Busca por identidade).....	59
Figura 20 – Painel semântico do conceito À flor da pele.	60
Figura 21 – Painel semântico do conceito Florescer (Transformação).	61
Figura 22 – Painel de referências do conceito Identidade (Busca por identidade).	62
Figura 23 – Painel de referências do conceito À flor da pele.....	62
Figura 24 – Painel de referências do conceito Florescer (Transformação).....	63
Figura 25 – Matriz morfológica.....	63
Figura 26 – Primeira geração de alternativas.....	64
Figura 27 – Propostas para o livro, respectivamente: sanfonado e zine.....	64
Figura 29 – Estudo para a sobrecapa.....	66
Figura 30 – Técnicas propostas, respectivamente: Aquarela, Marcadores e Colagem..	66

Figura 31 – Materiais utilizados para testes.	67
Figura 32 – Referências, respectivamente: Fachadas (Lote 42, 2017); De novo (Lote 42, 2017); Gelatina Geral (Benedet, 2021).....	68
Figura 33 – Materiais utilizados para experimentações de ilustração e elementos gráficos.....	68
Figura 34 – Experimentação do formato sanfonado.	68
Figura 35 – Etapa de rascunhos das ilustrações.....	68
Figura 36 – Experimentações com aquarelas e marcadores.	70
Figura 37 – Formato a partir da razão áurea.	71
Figura 38 – Sanfona acomodada na folha A3.....	72
Figura 39 – Diagrama espelho da publicação.....	73
Figura 40 – Alternativas para tipografia serifada.	74
Figura 41 – Alternativas para tipografia não serifada.....	74
Figura 42 – Alternativas para tipografia manual.	75
Figura 43 – Teste de impressão da tipografia.....	78
Figura 44 – Resultado da seleção tipográfica.....	79
Figura 45 – Teste de impressão para tipografia Fuzzy Bubbles.....	80
Figura 46.1 – Módulo e grid do projeto.	81
Figura 46.2 – Diagrama do projeto.	82
Figura 47 – Exemplos do grid, diagrama, e linha de base ativada.	82
Figura 48 – Proposta tipográfica.	83
Figura 49 – Cores coletadas dos painéis semânticos.	84
Figura 50 – Ajuste na ferramenta Adobe Color.	84
Figura 51 – Proposta cromática do projeto.	85
Figura 52 – Pincéis digitais utilizados.;;	85
Figura 53 – Aquarelas de referências.	86
Figura 54 – Flores pintadas digitalmente.	87
Figura 55 – Manchas de aquarela.	87
Figura 56 – Primeiro painel sobre as referências e motivações por trás das ilustrações.	88
Figura 57 – Segundo painel sobre as referências e motivações por trás das ilustrações.	89
Figura 58 – Ilustração do celular.	89

Figura 59 – Ilustração da autora.	90
Figura 60.1 – Painel sobre a colagem “Você vai se arrepender mais do que...”	91
Figura 60.2 – Painel sobre a colagem “Você sempre será capaz de realizar...”	91
Figura 61 – Painel sobre a colagem “Não tenha medo de expor sua opinião!”.....	92
Figura 62 – Painel sobre a colagem “Puberdade não é uma fase...”	92
Figura 63 – Painel sobre a colagem da carta.	93
Figura 64 – Elementos e grafismos.	94
Figura 65 – Adesivos de brinde e e marca de corte.	94
Figura 66 – Adesivos do trecho “Confie mais em você...” e marca de corte.	95
Figura 67 – Referência para o recurso interativo.	95
Figura 68 – Adesivo transparente “Você é linda e especial do jeito que é”.	96
Figura 69 – Qr Code do site À flor da pele.	96
Figura 70 – Propostas para o logotipo do projeto.	97
Figura 71 – Proposta final do logotipo do projeto.	97
Figura 72 – Capa e contracapa do projeto.	98
Figura 73 – Teste de impressão.....	99
Figura 74 – Fechamento do arquivo	100
Figura 75 – Referência de recorte.	101
Figura 76 – Estudo da sobrecapa.	101
Figura 77 – Ferramentas utilizadas para construção da Sobrecapa.	102
Figura 78 – Sobrecapa.	102
Figura 79 – Capa e adesivos do livro	105
Figura 80 – Sanfona do livro.	106
Figura 81 – Spread com bolso com adesivos guardados.	106
Figura 82 – Spread do livro	107

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Verificação de Projetos de Conclusão de Curso similares ao formato e temática do projeto.	21
Quadro 2 – Levantamento de conteúdo sobre o público-alvo	43
Quadro 3 – Quadro comparativo entre similares levantados na etapa de Coleta de dados	49
Quadro 4 – Requisitos do projeto.....	55
Quadro 5 – Critérios e peso em relação aos grupos de tipografia.....	76
Quadro 6 – Matriz de seleção da tipografia serifada.....	77
Quadro 7 – Matriz de seleção da tipografia não serifada.....	77
Quadro 8 – Matriz de seleção da tipografia manual	78
Quadro 9 – Orçamento da impressão de uma unidade do miolo do livro.	104
Quadro 10 – Orçamento da impressão de uma página de adesivos do livro	104
Quadro 11 – Orçamento da impressão de uma página de adesivos do livro.	104
Quadro 12 – Orçamento para construção da sobrecapa	104

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	13
1.2 OBJETIVO	17
1.2.1. Objetivo Geral	17
1.2.2. Objetivos Específicos	18
1.3 JUSTIFICATIVA	18
1.4 DELIMITAÇÃO DO PROJETO	19
1.5 METODOLOGIA PROJETUAL	20
1.5.1. Etapas da metodologia	22
2 DESENVOLVIMENTO	24
2.1 PROBLEMA	24
2.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	24
2.3 COMPONENTES DO PROBLEMA	25
2.3.1. O comportamento tween	25
2.3.1.1. Mudanças de identidade	26
2.3.1.2. Identidade digital da Geração Z e Alpha	27
2.3.2. Construção do conteúdo	28
2.3.2.1. Definição do conteúdo	28
2.3.2.2. Coleta do conteúdo textual do livro	30
2.3.2.3. Processo de síntese do conteúdo	30
2.3.3. Livro-objeto	31
2.4 COLETA DE DADOS	36
2.4.1. Levantamento de similares	36
2.4.1.1. Similares ao formato e ao tema	36
2.4.2. Levantamento sobre o público-alvo	43
2.5 ANÁLISE DOS DADOS	44
2.5.1. Análise de similares	45
2.5.1.1. Quadro comparativo	48

2.5.2. Requisitos do projeto	52
2.5.3. Análise do Público-alvo	53
2.5.3.1. O que está no seu radar?	53
2.5.3.2. Personas	54
2.6 CRIATIVIDADE	55
2.6.1. Definição do conteúdo	55
2.6.2. Conceitos do projeto	58
2.6.3. Geração de alternativas	63
2.6.3.1. Geração de alternativas para o formato e encadernação	66
2.6.3.2. Geração de alternativas para ilustração e elementos gráficos	68
2.7 MATERIAIS E TECNOLOGIAS	69
2.7.1. Formato e encadernação	69
2.7.2. Ilustração e elementos gráficos	70
2.8 EXPERIMENTAÇÃO	71
2.8.1. Formato e encadernação	71
2.8.2. Ilustração e elementos gráficos	72
2.9 MODELO	73
2.9.1. Formato e encadernação	74
2.9.1.1. Formato e tamanho	74
2.9.1.2. Espelho da publicação	75
2.9.2. Tipografia	77
2.9.2.1. Coleta de alternativas	77
2.9.2.2. Método para seleção	78
2.9.2.3. Teste de impressão	81
2.9.2.4. Definição do tamanho da tipografia	82
2.9.3. Diagramação	83
2.9.3.1. Módulo do grid	84
2.9.3.2. Diagrama	84
2.9.4. Proposta tipográfica	85

2.9.5. Paleta de cores	86
2.9.6. Ilustrações e elementos gráficos	88
2.9.6.1. Flores e manchas gráficas	89
2.9.6.2. Ilustrações	91
2.9.6.3. Colagens	93
2.9.6.4. Elementos	96
2.9.7. Elementos de interação com a leitora	97
2.9.7.1. Adesivos	97
2.9.7.2. Espelho	98
2.9.7.3. QR Code	99
2.9.8. Desenvolvimento do logotipo e capa	100
2.9.9. Teste de impressão	101
2.9.10. Sobrecapa	103
2.10 DESENHO DE CONSTRUÇÃO	105
2.10.1. Aspectos físicos	105
2.10.2. Fechamento do arquivo	106
2.10.3. Revisão dos materiais e tecnologias	106
2.11 SOLUÇÃO	107
2.12 CONSIDERAÇÕES FINAIS	109
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111
REFERÊNCIAS DAS IMAGENS	115
REFERÊNCIAS DOS LIVROS ANALISADOS	116
APÊNDICES	117
APÊNDICE A	117
APÊNDICE B	119

INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Este relatório é o registro do projeto e do desenvolvimento de um livro-objeto voltado a crianças e adolescentes que se identificam como meninas, no período da puberdade, aqui referenciado como *tweens*. O conteúdo da publicação é originado da pesquisa “O que você precisava ouvir aos 13 anos?”, uma iniciativa da autora cujo objetivo era coletar mensagens e conselhos de mulheres mais velhas sobre a puberdade. O trabalho aproveita de recursos gráficos e experienciais do formato de livro-objeto para a construção de uma narrativa emocional e sensível, contemplando a sua temática.

Para compreender o recorte do público principal é contextualizado o período da puberdade e o recorte do gênero, assim como as tendências atuais.

O período da pré-adolescência em diante é fundamental para a formação do ser humano, e, sendo uma das etapas mais importantes, também é uma das mais difíceis. Concretizando-se, geralmente, em uma fase com novas emoções e cargas cognitivas com pouco acolhimento dos outros.

A adolescência é um período crítico da vida em que as habilidades para expressar e entender emoções, para atribuir significado às experiências emocionais, e para controlar sentimentos podem ser particularmente úteis para a adaptação psicológica e social. (Mavroveli, Petrides, Rieffe, e Bakker, 2007, *apud* GOROSTIAGA, BALLUERKA, ARITZETA, HARANBURU e ALONSO-ARBIOL, 2011, p.524, tradução nossa).

Optou-se por direcionar o projeto para o público com idade de 10 aos 14 anos. O recorte se deu pelo reconhecimento do termo *tween*, usado para representar o período que separa a infância da adolescência. O termo é um abreviamento para a palavra "*Between*", do inglês "entre". A caracterização vem das particularidades do período em que as crianças não se acham mais crianças (FERMIANO, 2010, p. 218, *apud* FERREIRA, 2013, p.3).”, envolvendo comportamentos que mesclam hábitos de consumo infantis e juvenis, como explica LOPES (2021).

As meninas recebem e observam essas mudanças da fase *tween* antes dos meninos. Isso porque, além das mudanças hormonais, mentais e físicas da puberdade, também há os padrões da sociedade e do mercado em relação ao feminino que se tornam mais explícitos. É enfrentado questões sobre autoestima devido à influência por estigmas de beleza na aparência física, e também sobre estereótipos comportamentais e atitudes de gênero. Outro fator que contribui com esses pontos são os hábitos de consumo que acompanham as *tweens*.

Tweens acabam enfrentando um período de vulnerabilidade, tendo medo de fracassar, baixa autoestima, alta autocrítica e internalizam sentimentos de solidão, do qual se envolve também a ideia de serem as únicas a se sentirem desta maneira (MAYER, 2021). Entretanto, meninas e mulheres têm maior facilidade em procurar ajuda em grupos de apoio:

[...] Soma-se a isso o fato de as mulheres, em geral, identificarem precocemente sinais de risco para depressão ou outras doenças mentais, estarem mais propensas a buscar ajuda em momentos de crise e terem uma rede de apoio social e afetivo mais ampla do que os homens. (MENEGHEL et al., 2004 *apud* MAYER, 2021, p. 51).

Para se sentirem compreendidas, as *tweens* buscam por exemplos e referências (Figura 1) de outras mulheres, seja por pessoas próximas (como mãe, tias, primas e amigas) quanto por personagens de filmes ou séries que passam pelas mesmas situações. Também se inspiram em artistas POP e em outras figuras famosas através de redes sociais. Neste sentido, durante a adolescência, sentem a necessidade de novos modelos de identificação. (BARON, 2009, p.48)



Figura 1 – Consumo tween por referências

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

A necessidade de representatividade e de protagonismo das mulheres é uma tendência no mercado nas últimas décadas. A grande causa disso vem pelo crescimento de movimentos como o Feminismo, mas também por mudanças de paradigmas. Cada vez, mais jovens são inspiradas pelo protagonismo, e buscam por referências de representatividade, conforto e validação. Meninas e mulheres são as principais consumidoras de conteúdos de Influenciadoras digitais (TIC KIDS ONLINE BRASIL).

Além disso, em 2021, conforme os dados de pesquisa divulgados pelo TIC KIDS ONLINE BRASIL, 32% dos usuários de internet de 11 a 17 anos buscaram apoio emocional na internet (CETIC, 2022). Isso clarifica que a procura por referências ou por influenciadoras no mercado não é apenas um hábito de consumo, mas também um desejo por orientação e apoio.

Apesar dessa rede de apoio encontrada na internet, a representatividade e a inspiração por Influenciadoras também podem se tornar uma comparação disfarçada que gera mais insegurança e autodepreciação pelo distanciamento do que é mostrado online com a realidade das usuárias. As redes sociais buscam simular a realidade e utilizam artifícios para idealizar cenários que estão longe de ser a vida real. Mas, apesar de serem apenas recortes coreografados, muitas vezes acabam por iludir e criar insatisfações nos jovens.

Na necessidade de mais conteúdos honestos e genuínos para adolescentes, é visto uma procura por materiais audiovisuais e livros com narrativas mais próximas da realidade, que também demonstrem compreensão e validação pelo que estão passando e sentindo. Como esses trabalhos inspiradores podem ganhar vida por meio da expressão de projetos-gráficos e chegar até as leitoras que buscam serem compreendidas?

Como resposta, esse projeto irá trabalhar com o formato de livro-objeto, motivado pela possibilidade artística que promove uma experiência imersiva e interativa aos leitores, já que eles são convidados a se relacionarem com a narrativa. O livro-objeto não está engessado no formato tradicional de demais editoriais e pode utilizar muitas técnicas e formas para explorar os objetivos sensoriais, como traz a Professora Doutora Sandra Maria Correia Favero em entrevista a Gustavo Eger Sawada:

[...] [A Professora Doutora] clarifica também que o livro-objeto não está preso nos formatos tradicionais de um livro, podendo ousar em espaço, em apresentação, em forma. Para Sandra, não existe uma linha que determine a separação entre livro-objeto e livro de artista, já que ambos saem do padrão livro porém continuam conectados a ele. (SAWADA, 2019, p. 39-40)

O livro-objeto trabalha com elementos lúdicos e criativos, visando expressar sensações aos leitores, permitindo também que eles possam interagir com o livro de maneira emocional, além de outras ações interativas. É de grande interesse do público adolescente materiais que possam acompanhá-los no dia-a-dia e que o convide a fazer parte da narrativa (Figura 2). Há exemplos como o do livro “Destrua este diário” de Keri Smith, publicado no Brasil pela editora Intrínseca. Esse livro é geralmente buscado por jovens atrás de experiências que podem compartilhar com os amigos e guardar como recordação. Esse e outros livros criados pela autora, como “Termine este livro”. Isto não é um livro e A linha, convidam os leitores a saírem do óbvio no livro e o transformarem em algo pessoal enquanto descobrem para que servem os livros.



Figura 2 – Capa e páginas de livros infanto-juvenis.
 Fonte: Autora, 2022.

O nicho editorial infanto juvenil vem crescendo nos últimos anos. Com a popularização de grupos em redes sociais para discussão sobre livros, criados e destinados a jovens, cada vez mais o público está tendo interesse na leitura. Um dos principais motivos para esse interesse são as narrativas nas quais os leitores possam se sentir representados nos personagens, escritos de maneira humana e próximos da realidade.

Sendo assim, ao contextualizar a problemática do projeto, o público principal e formato é possível entender a temática em que ele é encontrado, assim como as intenções iniciais. Esses tópicos serão mais explorados nas próximas etapas do relatório a fim de servir como base para a solução final para este projeto-gráfico.

1.2 OBJETIVO

1.2.1. Objetivo Geral

Desenvolver um livro-objeto infanto-juvenil com mensagens de inspiração e de motivação, tendo como conteúdo-textual as respostas da pesquisa “O que você precisava ouvir aos 13 anos?” vindas de meninas e mulheres mais velhas.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Pesquisar o contexto que o projeto está inserido, assim como o destrinchamento do problema do projeto a partir da pesquisa bibliográfica e literatura;
- Analisar similares de livros infanto-juvenis e outros produtos consumidos pelo público-alvo a ver com a temática do projeto;
- Definir e entender as leitoras principais do livro-objeto, conceituando-as e mapeando sua persona;
- Produzir um modelo tridimensional trabalhando com recursos e conceitos do projeto a fim de imergir o leitor na narrativa.

1.3 JUSTIFICATIVA

A centelha para caracterização desse projeto foi a vontade inicial da autora de produzir algo que “ela gostaria de ter tido” durante a pré-adolescência. Além do interesse pessoal da autora, foi percebido que as preocupações sobre saúde mental e física de pré-adolescentes aumentaram após a pandemia do COVID-19, no qual jovens ficaram em isolamento por meses e se sentiram mais ansiosos, como aponta o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) e a organização da sociedade civil Viração Educomunicação a partir de uma pesquisa realizada com 7,7 mil adolescentes.

Esse assunto envolve muitas opiniões alarmantes e problemáticas, como “é só uma fase” em relação à puberdade, o que acaba invalidando os sentimentos e as dores desse público e também invisibiliza dados preocupantes sobre saúde pública. O suicídio é uma das maiores causas de morte entre adolescentes nos últimos anos, e pela dificuldade em falar e tratar sobre saúde mental, poucas famílias relacionam que isso também ocorre com crianças (FIOCRUZ, 2014). A Fiocruz realizou uma pesquisa entre 2011 a 2014 sobre a Violência autoprovoçada na infância e na adolescência que identificou, entre 15.702 notificações de atendimento ao comportamento suicida em serviços de saúde, a predominância do grupo etário de 15-19 anos (76,4%), do sexo feminino (71,6%), e raça/cor da pele branca (58,3%). Além disso, dentre a dificuldade de ter estatísticas sobre o assunto, a Fiocruz também traz que, no período de 2006 a 2017, a maioria das

notificações está relacionada a crianças entre 8 e 9 anos, com cor da pele parda e do sexo feminino.

A temática é urgente, e, sendo assim, a outra motivação pelo formato foi a possibilidade de unir a sensibilidade desse tipo de projeto com as características do livro-objeto que permitem uma abordagem artística e única para a comunicação da mensagem. A autora já tinha preferência para a área de ilustração e de publicação infanto-juvenil, experienciados em projetos anteriores na graduação.

Em relação ao curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), este trabalho também contribui com temáticas que envolvem feminismo, livro-objeto, livro infanto-juvenil, saúde mental; assim como outros Projetos de Conclusão de Curso realizados nos últimos anos: “Gelatina Geral: Projeto de um livro-objeto infantil sobre as mulheres do “movimento tropicália” por Lara Benedet, e “O corpo não é um pedido de desculpas: tradução do poema de Sonya Renee Taylor aplicada como livro-objeto” da Mônica de Souza. Espera-se que, como esses projetos, este possa contribuir para trabalhos futuros como referência, inspiração e estudos de caso.

1.4 DELIMITAÇÃO DO PROJETO

A delimitação veio a partir de requisitos iniciais relacionados ao público-alvo e à temática. O livro-objeto foi projetado para ser durável, permitindo que a leitora o guarde em sua coleção como recordação, já que uma das motivações é que as *tweens* se conectem emocionalmente à publicação graças aos seus conceitos.

A autora deseja que ele seja um produto que possa ser atualizado no futuro, sendo possível criar uma série de livros-objetos com mais trechos da pesquisa. Esse desejo é motivado pelo recorte do conteúdo devido ao curto tempo de desenvolvimento do trabalho. É da responsabilidade da autora a coleta das mensagens de meninas e mulheres respondendo à questão "O que você precisava ouvir aos 13 anos?", assim como fazer a síntese e tratamento do texto. É importante destacar que o foco deste relatório está no processo gráfico-editorial e de ilustração.

Tratando do formato da publicação, livros-objeto são geralmente considerados livros independentes e também artesanais devido sua complexidade e recursos lúdicos, o que geralmente encarece e dificulta a reprodução. Sendo assim, a fabricação e produção em larga escala não é um objetivo primário.

1.5 METODOLOGIA PROJETUAL

A metodologia projetual escolhida foi desenvolvida pelo Bruno Munari. Ele foi um designer, artista, ilustrador, e um dos principais nomes na área de livros-objetos infantis. Sua metodologia foi publicada originalmente em 1981 no livro “Das coisas nascem coisas”.

Inicialmente, foi realizada uma verificação das metodologias utilizadas em Projetos de Conclusão de Curso do Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) que eram mais recentes e que faziam parte do objetivo geral do projeto, sendo pelo formato quanto do tema que está inserido. O objetivo era ter uma noção das metodologias utilizadas e como foram trabalhadas. No total foram 16 obras pesquisadas e delas foram registrados os seguintes dados: Nome, Autor, Ano, Metodologia, Categoria e Observações sobre o trabalho. Para fim de representação da planilha reduzida, foi retirado a coluna de Observações, como podemos ver a seguir no Quadro 1:

Nome	Autor	Ano	Metodologia	Categoria
Gelatina Geral: Projeto De Um Livro-Objeto Infantil Sobre As Mulheres Do Movimento Tropicália	Benedet, Lara	2022	Munari, Bruno	Infantil, Ilustrado, Livro-objeto
Projeto Gráfico-Editorial Para O Livro-Objeto How To ----- Uma Casa	Hernandez, Isabel	2019	Munari, Bruno	Livro-objeto
Design Geometria: Livros-Objeto Sobre Geometria Sagrada	Carvalho, William	2019	Frascara	Livro-objeto

Atravessamentos: Um Livro-Objeto Sobre Fotografia Abstrata	Rüther, Hötzel Martina	2017	Frascara	Livro-objeto
Pessoa Lírica: Projeto Gráfico-Editorial De Um Livro-Objeto De Poesia	Gomes, Nayara	2022	Munari, Bruno	Livro-objeto
Desenvolvimento De Livro-Objeto Como Material De Apoio Para O Aprendizado De Violão E Guitarra	Coelho, Sabrina	2022	Munari, Bruno	Livro-objeto
Vestes - Livro-Objeto Documental Sobre Moda E Diversidade	Sawada, Gustavo Eger	2019	Archer, Bruce	Livro-objeto
O Corpo Não É Um Pedido De Desculpas: Tradução Do Poema De Sonya Renee Taylor Aplicada Como Livro-Objeto	Souza, Mônica	2019	Archer, Bruce	Infanto-juvenil, Livro-objeto, Auto-Estima
O Movimento De Um Olhar : Livro-Objeto Da Companhia “Grão Cia De Dança”	Beatriz, Natália	2017	Peón	Livro-objeto
O Ilustre Registro Do Progresso Da Humanidade: A Evolução (?) Do Livro Em Um Livro-Objeto	Bittencourt, Lila	2021	Munari	Livro-objeto
Projeto Editorial De Um Livro Ilustrado Infantil Com Temática Natalina Em Língua Inglesa	Koneski, Juliana De Meireles	2017	Archer	Editorial, Infantil, Ilustrado
Onde Dormem As Borboletas: Design E Ilustração Do Livro Infantojuvenil	Fischer, Débora	2022	Archer	Editorial, Infanto Juvenil, Ilustrado - aquarela
"Manifestações Folclóricas" Livro Infantil Ilustrado Sobre Lendas	Bordin, Laine	2019	Archer	Editorial, Infantil, Ilustrado
Projeto Gráfico-Editorial De Um Livro De	Rocha, Beatriz Brito	2022	Archer, Bruce	Livro-Objeto

Poesia No Estilo Indie Publishing				
"Histórias Amarelas": Livro Ilustrado De Autobiografias De Amarelos Brasileiros	Ezawa, Lais	2021	Archer, Bruce	Editorial, Ilustrado
Livro Ilustrado Com A Temática Do Autismo	Saad, Catarina	2018	Duplo Diamante	Editorial, Ilustrado

Quadro 1 – Verificação de Projetos de Conclusão de Curso de Design da UFSC, similares ao formato e temática do projeto.

Fonte: Autora, 2022.

Através desse alinhamento, a autora pôde ter maior noção de como prosseguir com a escolha da metodologia do projeto. A metodologia do Bruno Munari foi escolhida por contemplar um ponto importante: Permite maior flexibilidade e intervenção para a construção do formato escolhido. Isso acontece porque, durante o processo projetual, a etapa de Criatividade é anterior a de Materiais e Tecnologia. Os requisitos conceituais e criativos influenciam os materiais, e não ao contrário, permitindo um produto mais artístico e menos engessado por condições de projeto. Por causa disso, o designer pode exercitar a criatividade e experimentar os materiais (em demais etapas da metodologia) simultaneamente com as escolhas, agilizando o desenvolvimento e o refinamento.

1.5.1. Etapas da metodologia

A metodologia (Figura 3) do autor dá destaque a dois pontos de um projeto de Design: o Problema e a Solução. Funciona como o início do desenvolvimento e o seu resultado. Dessa maneira, o designer consegue dar andamento ao desenvolvimento quando ele tem o problema projetual claro e estudado, o que vai dando espaço para mais etapas a fim de reconhecer o projeto.



Figura 3 – Processo da metodologia de Bruno Munari (2008).

Fonte: Autora, 2022.

Como é considerado pelo Munari (2008), sua metodologia é flexível: ela não é definitiva e pode ser adaptada segundo as especificações e limitações do projeto, objetivamente. Para este trabalho, foram feitas adaptações na estrutura da metodologia (Figura 4) em relação às etapas. Em primeiro lugar, a remoção da etapa da validação, apesar da sua grande importância no contexto do Design, devido aos recursos de tempo do projeto e pela complexidade em acessar o público principal.

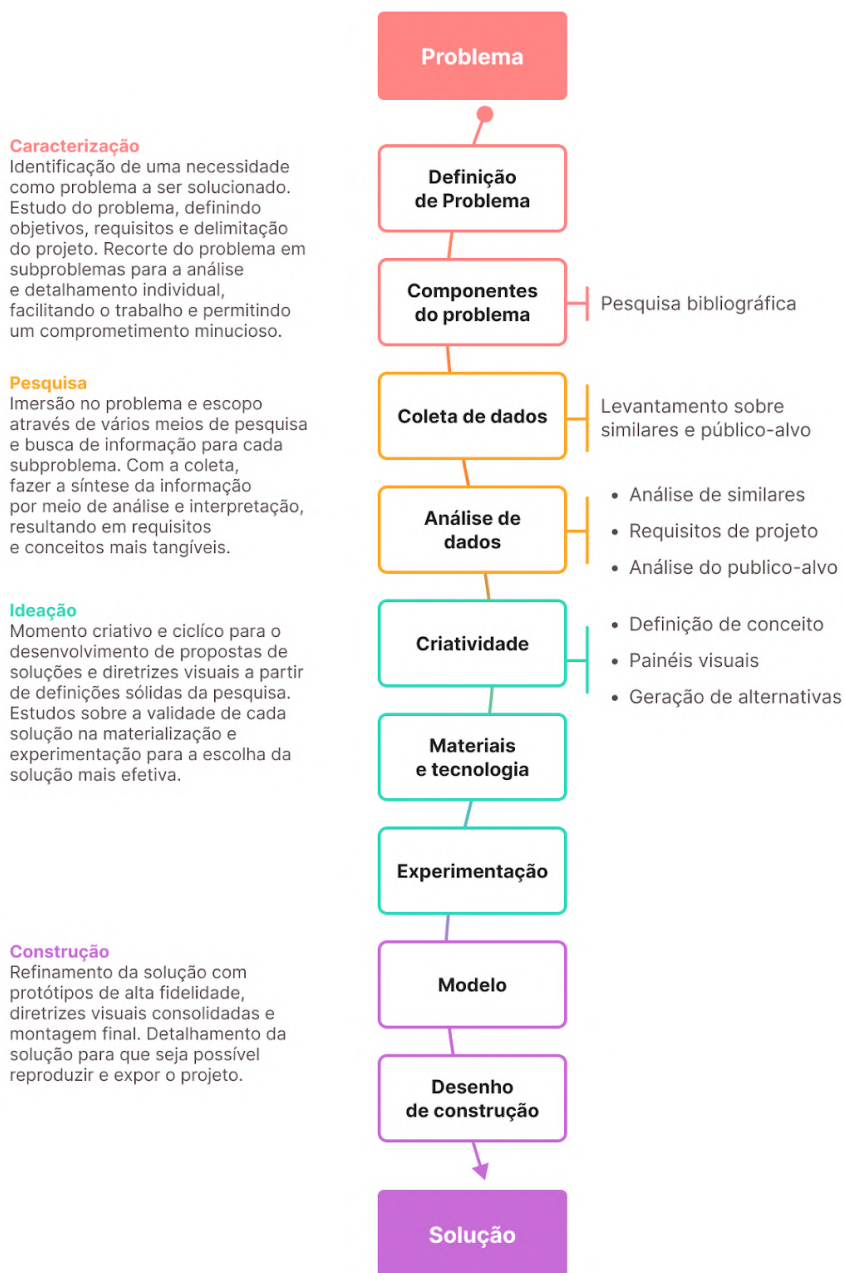


Figura 4 – Processo da metodologia adaptada de Bruno Munari (2008)

Fonte: Autora, 2022.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 PROBLEMA

Foi destacado a problemática, já contextualizada anteriormente, sobre as mudanças e as dificuldades do período entre os 10 e 14 anos que impactam as crianças e adolescentes, mental e socialmente. Como trazido por MUNARI (2008), as necessidades das pessoas se tornam os problemas do design, e que, no que lhe concerne, resultam em soluções para uma melhora na qualidade de vida.

A partir disso, o questionamento inicial que irá direcionar o projeto é: *Como o Design pode promover uma experiência sensível para leitoras tweens através do editorial como objeto?*

2.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Munari (2008) orienta definir o problema para fugir de uma visão apenas artística, já que o Designer se ocupa como um projetista. Sendo assim, para ir em busca de uma solução, primeiramente é importante caracterizar o problema e delimitá-lo a partir de requisitos de projeto.

O conteúdo textual da publicação será composto por trechos e demais recortes das respostas da pesquisa “O que você precisava ouvir aos 13 anos?” elaborado coletivamente pela autora e por anônimas. Foi definido como público principal o grupo *tweens*, com o recorte de jovens que se identificam como meninas com idade entre 10 a 14 anos.

Em relação ao formato, o resultado esperado é uma obra tridimensional. O esperado a ser entregue neste trabalho é a versão física, uma vez que um livro-objeto conta com recursos plásticos complexos a fim de promover uma experiência única. A solução deverá ser atualizável, isto é, permitir que seja complementada por novas mensagens e trechos em outros volumes, e, também, personalizável. Desse modo, essas extensões

podem vir de futuras aplicações da pesquisa pela autora quanto vir da interação da própria leitora.

2.3 COMPONENTES DO PROBLEMA

Durante o processo, para solucionar um problema é necessário quebrá-lo em subproblemas para ser possível trabalhar individualmente com cada um. Dessa maneira, é mais fácil imergir no conteúdo do trabalho, estudar questões ainda não vistas pelo designer e também encontrar futuras funcionalidades.

Foram percebidos esses componentes sobre o problema de projeto proposto: “O *Comportamento tween*” (referente ao público principal), “*Construção do Conteúdo*” (referente ao conteúdo), e “*Livro-objeto*” (referente ao formato da publicação).

Tendo definido isso, a imersão nos componentes do problema é feita a partir da pesquisa e busca na literatura.

2.3.1. O comportamento *tween*

Para solucionar um problema é importante ter um alinhamento sobre o público principal. Pré-adolescentes, como já introduzidos, passam por mudanças neurais e hormonais drásticas pelo amadurecimento de diversas partes do seu cérebro, promovendo a descoberta de novas emoções e como controlá-las.

Tween não é uma faixa etária, mas sim uma categorização social e cultural. É uma fase de transição constrangedora da vida, caracterizada por ambiguidades sociopsicológicas, especialmente entre as meninas, em relação à maturidade, tanto mental quanto física. (Cook & Kaiser, 2004; Walkerdine, 2007 apud Kataria, 2017, tradução nossa).

O grupo formado por *tweens* são jovens que não se identificam mais como crianças e vivem um paradoxo: querem ser diferentes, querem se destacar, e, simultaneamente, serem aceitos pelas pessoas. (KATARIA, 2017).

Entre as motivações para a criação do termo *tweens*, pode-se citar a necessidade de caracterizar um consumidor específico que vem crescendo no mercado, sendo que um dos primeiros sinais de amadurecimento é a mudança de interesse de compra e o consumo (LACHI, 2016). Isso acontece porque, por trás dessas mudanças de interesse,

existem a pressão da sociedade e da mídia sobre os jovens para seguirem padrões físicos e comportamentais. *tweens* buscam se encaixar dentro desses padrões para se sentirem aceitos e normais, tanto no mundo real quanto no digital.

Este capítulo será direcionado ao entendimento do público formado pelas *tweens*, e também sobre os efeitos nos comportamentos e nos sentimentos delas ao buscarem se encaixar num padrão.

2.3.1.1. Mudanças de identidade

Como já explicitado, as transformações durante a puberdade são intensas e dolorosas. Se descobre um novo corpo, novas sensações e sentimentos, novas atitudes, e também, sobre a identidade feminina. “Vive o adolescente, a perda de seu corpo da infância, com uma mente ainda infantil e com um corpo que vai ser tornando adulto, que ele teme, desconhece e deseja.” (BARON, 2009, p.7)

Essa fase é definida por grandes questões que, dentre tantas mudanças e incertezas, as *tweens* sentem grande anseio de resolvê-las urgentemente. O que pode influenciar na percepção quanto ao crescimento, pois, um momento significativo na adolescência é quando é construída a consciência de identidade, já que ela é uma soma das experiências infantis e as dúvidas sobre o futuro pela influência sócio-cultural. Também se assimilando aos conceitos de valores, culturas e emoções do presente. (BARON, 2009, p.14).

Logo, as *tweens* têm muita compreensão da mudança que está acontecendo. Quando estão entrando na adolescência falam com orgulho que são pré-adolescentes. Como aborda Baron (2009), as *tweens* já se veem, em relação à infância, como “quando eu era pequena”, e ao futuro como “quando eu crescer” Elas identificam os novos desejos de compras e de gostos, inclusive, descobrem responsabilidades e expectativas sobre os gêneros.

Deve-se destacar que, para as *tweens*, tudo está verdadeiramente *à flor da pele*. O que é mais notável, primeiramente, é o aparecimento de um novo corpo: aumento das partes do corpo, aparecimento de pelos, mudanças na pele, e, para uma parcela, a menarca. É na fase da puberdade que se descobre características que são desejáveis e as quais são

defeitos, e, então, as percepções de autoimagem e de autoestima se encontram com a preocupação sobre beleza.

O medo por mais mudanças também cria ansiedade e insegurança. Enquanto querem crescer, se assustam com o futuro, já que, gradualmente, aumenta a consciência do mundo e também as perguntas como: "estou fazendo certo?", "o que vou fazer?" e "e se eu falhar?". (BARON, 2009, p.25).

2.3.1.2. Identidade digital da Geração Z e Alpha¹

A caracterização *tween* lembra da dinâmica das gerações mais novas, como é visto atualmente com as jovens do final da Geração Z e do início da Alpha. Ambas gerações cresceram com grande acesso à Internet e à informação, conhecidas como nativos digitais, principalmente a segunda. Dessa maneira sempre estão conectadas, sendo a internet um dos espaços onde as crianças e as pré-adolescentes mais interagem e trocam informações, após ambientes como escola, por exemplo.

As *tweens* criam e nutrem seus círculos sociais da internet: elas gostam de compartilhar com os grupos virtuais o que estão pensando ou sentindo, sejam experiências positivas quanto negativas. Esse meio possibilita que sejam ouvidas e compreendidas por aqueles que são considerados semelhantes. (LOPES, 2021).

O desejo de estar sempre compartilhando junto ao medo de não serem aceitos pelo grupo cria um inimigo: a pressão em falar ou concretizar a coisa certa, seguindo as regras (BARON, 2009, p.48). No universo online, para as *tweens*, existe a cultura silenciosa que, para se sentirem pertencentes, é necessário ter uma boa presença virtual, caso contrário, é como se fossem inexistentes. Também podem se sentir excluídas. Foi identificado pelo TIC Kids Online Brasil que 78% dos jovens que usam a Internet também acessam redes sociais, mas apenas 38% postam conteúdos próprios. Um dos motivos para isso é que, teoricamente, essas plataformas não aceitam usuários com menos de 13 anos.

¹ Cada geração se refere a um grupo demográfico, determinado pelo ano de nascimento. Apesar do intervalo de tempo entre as gerações ser algo complexo de ser classificado, se entende aqui a Geração Z como os nascidos entre 1995 e 2010, e, a Geração Alpha como nascidos a partir de 2010.

É importante perceber que um dos maiores atrativos da Internet é poder ser qualquer pessoa, não sendo necessário usar de fato um nome ou uma foto real. Da mesma maneira, é muito fácil criar recortes na realidade, e manipular imagens e vídeos. Essa possibilidade contribui com a criação de padrões inexistentes e acaba intensificando a pressão dos mesmos, assim como a comparação com outros jovens. “Sou diferente”, “Ela está fazendo muito mais do que eu faço”, “Eles são bons em tudo” são exemplos de inseguranças e medos que atingem as *tweens*.

A autoestima é bastante impactada pela cultura digital e pela busca de aceitação. Uma pesquisa feita pela Dove em 2021, com 503 meninas de 10 a 17 anos (por meio da Edelman Data & Intelligence), revelou que 84% das jovens brasileiras com 13 anos já usaram filtros ou aplicativos de edição para mudar sua imagem, enquanto 78% delas tentam editar ou ocultar pelo menos uma parte ou característica indesejada de seu corpo antes de postar uma foto em redes sociais. Em relação à comparação com outras meninas em redes sociais, 35% das jovens se sentem “menos bonitas” ao verem perfis de influenciadores/celebridades.

Como resultado dessa construção, aparecem padrões inatingíveis e artificiais, que influenciam na autopercepção, já que a adolescência também é uma fase para a adaptação da consciência corporal, como aprofunda Baron (2009). Esses cenários podem causar distorções na percepção física e até mesmo transtornos de dismorfia corporal.

O descobrimento de novas expectativas sobre comportamento, interação e aspectos físicos é muito relevante para o crescimento emocional das *tweens* e para o desenvolvimento de suas personalidades. Além disso, também afeta sua compreensão sobre o futuro.

2.3.2. Construção do conteúdo

2.3.2.1. Definição do conteúdo

A análise sobre o conteúdo do livro deu o direcionamento necessário para iniciá-lo, uma vez que sua construção veio depois da descoberta do problema. Dos desafios para a definição, inicialmente, foi a delimitação de que material seria relevante

para o público, e, ao lado disso, qual conteúdo contemplaria a carga emocional do projeto.

[...] o discurso do design gráfico não é puramente visual. A divisão entre forma e conteúdo, entre palavra e forma gráfica, não é estanque. O conteúdo contamina a forma, a forma contamina o conteúdo. O conteúdo tem a sua própria forma. A forma visual, gráfica, tem as suas próprias fidelidades, tal como a forma escrita. Como em muitas outras áreas, o design dá-se na intersecção de um conjunto de dispositivos formais (MOURA, 2019a, p. 24).

Analisando essas questões, foi percebido uma grande variável: o público principal, as *tweens*. Ao pensar em si aos 13 anos, a tendência é se simpatizar e espelhar vivências nos jovens, entretanto, com as mudanças entre as gerações, as diferenças se tornam gritantes. Essas diferenças são anos, até décadas, com evoluções tecnológicas, culturais e sociais que definem como será o comportamento da geração.

Entretanto, permanece, ainda com as diversidades, muitos sentimentos e marcos similares para meninas e mulheres. Mesmo consumindo conteúdos muito diferentes de 30 anos atrás, jovens continuam tendo sentimentos, necessidades e dúvidas, que mantêm sentido com o passado.

Independente da geração, ver o mundo se transformar e se tornar desconhecido continua sendo uma fase importante e chocante. Sendo assim, não há mensagens que esse público precisa receber, que permanece no tempo entre uma geração e outra? As complicações dessa fase não são similares entre as décadas?

O levante desses questionamentos caracterizou a linha pela qual o projeto seguiria: Unir realizações sobre essa fase da juventude vindo de mulheres mais velhas, convidando-as para uma reflexão sobre o assunto. O conteúdo seria coletado a partir de uma pesquisa com esse público, resultando em trechos e mensagens voltadas às adolescentes que estão vivenciando essa fase. Um desejo era demonstrar que, independente da idade e da geração, há muitas coisas similares que precisam ser ditas, ou melhor, que precisam ser escutadas. E, inclusive, expressar às leitoras que não há sentimentos errados, e que tampouco estão sozinhas.

A próxima etapa para a construção do conteúdo foi a formulação da pergunta para a pesquisa. Foi definida a questão: **“O que você precisava ouvir aos 13 anos?”**. Essa opção

permitia que trouxessem comentários direto e também que fosse feita uma reflexão a partir da perspectiva que tinham quando tinham 13 anos, e não necessariamente em relação à ótica atual.

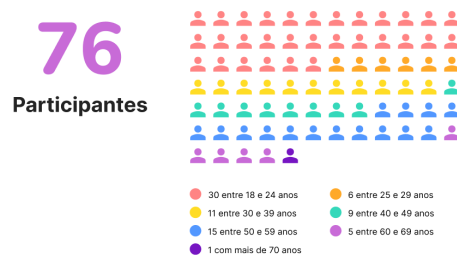
2.3.2.2. Coleta do conteúdo textual do livro

A coleta foi feita por meio de um formulário online, pela ferramenta Google Forms (Apêndice A). A motivação pelo recurso online foi obter respostas rapidamente e que também alcançasse participantes diversas, variando suas perspectivas (pela idade, localidades, e, então, vivências). Desse modo, o formulário online foi publicado, era voltado a pessoas que se identificavam como mulheres e com mais de 18 anos. Ficou aberto entre os dias 6 e 11 de setembro e enviado em grupos de conversas em redes sociais. A divulgação aconteceu de maneira orgânica: ao ser apresentado o projeto, muitas mulheres simpatizavam com a temática e compartilharam para amigas e familiares.

Decidiu-se coletar, além do consentimento em participar do projeto de maneira voluntária e anônima, a idade da participante e a resposta à pergunta principal. Isso porque a intenção era que o formulário fosse direto. Em primeiro momento, para esta versão do livro, não se viu necessidade em trazer mais recortes no conteúdo além da idade. Isso abre portas para futuras versões e aplicações do projeto, com outras compreensões, como: sexualidade, cor e localidade de origem.

2.3.2.3. Processo de síntese do conteúdo

Após 6 dias abertos, o formulário da pesquisa foi fechado com 76 respostas enviadas por mulheres de diversas idades. É possível acessá-las pelo site do projeto: <https://sites.google.com/view/projeto-aflordapele/in%C3%ADcio>. Para a compilação dos resultados, cada resposta foi dividida em categorias definidas pela autora. Essas categorias se relacionam com temáticas que foram possíveis de perceber a partir da quantidade de aparições nas respostas. O infográfico abaixo (Figura 5) sintetiza o resultado da pesquisa:



Nuvem de palavras feita por conceitos que se repetiram nas respostas:

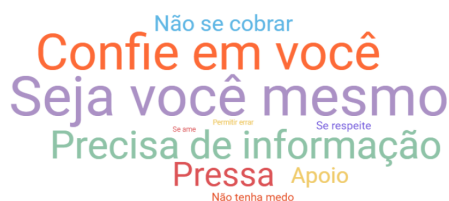


Figura 5 – Infográfico da pesquisa “O que você precisava ouvir aos 13 anos?”.
Fonte: Autora, 2022.

A partir das informações coletadas, foi possível observar que o questionário alcançou mulheres de diversas idades. Sendo assim, o conteúdo construído poderia abraçar mais de uma perspectiva. Os conceitos levantados foram importantes para relacionar e definir os trechos escolhidos como conteúdo final do livro, servindo como base para o tópico na etapa de Criatividade.

É importante destacar que o processo de síntese foi crucial para entender e organizar as informações coletadas. Como consideração final, após essa etapa, percebe-se que construir coletivamente o conteúdo enriqueceu o projeto. Não era esperado tanto engajamento das participantes, sendo assim, o resultado foi uma surpresa animadora para a autora. As participantes trouxeram diversas visões e mensagens tocantes para o conteúdo-textual.

2.3.3. Livro-objeto

Os livros foram por séculos objetos de registro de conhecimento e informação, afirma Haslam (2007, p.6), ao refletir como estão ligados à história da humanidade. Com a invenção da prensa tipográfica de Gutenberg (Figura 6), o livro, ainda compreendido

como um artefato de registro de texto, assumiu o formato tradicional em que é conhecido, e hoje foi possível uma reprodução maior de cópias.



Figura 6 – Prensa de Gutenberg.

Fonte: Futura Express, 2019.

Se entende que, para produzir um artefato em larga escala, o design do livro precisava ter características que podiam ser copiadas com maior velocidade, com menos custo e com o mínimo de inconsistências; Diferente de como era visto pelos monges copistas em Mosteiros nos séculos IX e X, onde os manuscritos eram ornamentados e ilustrados (OLIVEIRA, 2017), como resultado, processo era mais lento e delicado, tendo como consequência uma produção menor.

As publicações feitas a partir da invenção de Gutenberg, sendo a Bíblia um exemplo, acabaram por influenciar a definição das características tradicionais do livro (capa, lombada, cadernos, páginas, etc.), e também, como consequência, contribuiu com o surgimento de novos meios de produção e técnicas de impressão (HASLAM, 2007).

A indústria do design gráfico foi influenciada pela evolução da produção-gráfica, sendo pela diversidade de tamanhos, formatos, posições de lombada, suportes, texturas, acabamentos e laminações, facas especiais, cores, etc. De acordo com Fawcett-Tag (2007, p.7), “o design editorial [...] está sempre sujeito a mudanças de rumo e de abordagem estilísticas que influenciam o design gráfico como um todo”. O autor também apresenta o designer gráfico como um profissional que faz o necessário para criar o design mais apropriado ao conteúdo e ao público-alvo do livro.

Nas últimas décadas, o contexto editorial foi mudando ao começar a explorar livros além de um meio de comunicação. O artefato foi também um objeto de experimentação e conceito. Para Souza, os livros receberam novas visões e formas, desde então, e, “não

seriam puros receptáculos ou contentores, mas geradores de significações por suas características próprias.” (2011, p. 73). Assim, o livro deixou suas características tradicionais e foi um item individualmente poético. Isto é, foi reconhecida uma nova interpretação: o livro-objeto.

O livro-objeto é uma ramificação de um gênero maior, o Livro de artista, cujas características do livro se relacionam como uma obra de arte, como aborda Baschirotto (2017). Também são vistas segmentações como o livro-ilustrado, livro sensorial, livro interativo, livro brinquedo, livro de imagem, assim como versões híbridas. Livro-objetos tomaram força nas décadas 50 e 60 graças a movimentos artísticos, fomentando um campo poético-visual.

É compreendido como uma obra que não se prende a uma forma apenas e se faz parte da narrativa. Os projetistas de livros-objetos aproveitam de recursos visuais, os efeitos táteis, sonoros e olfativos para a construção da experiência. A capacidade plástica do livro-objeto foi experimentada na obra Poemóviles (Figura 7), uma coleção de poemas-objeto por Augusto de Campos e Julio Plaza de 1974 e reeditado em 2010. Nela, são apresentados os poemas de maneira tridimensional, permitindo que o leitor interaja com as páginas para revelar e concluir a leitura do poema. Nesse contexto, o conteúdo textual também é o suporte, e juntos expressam a mensagem da obra.



Figura 7 - Poemóviles de Augusto de Campos e Julio Plaza (1974/2010).

Fonte: Vermelho, 2020.

Entende-se que o livro-objeto não será apenas para o registro da informação, ele compõe o próprio conteúdo. Tais como obras de arte, o livro-objeto, ao se afastar do formato tradicional (e, por muitas vezes, da forma engessada) também foge da própria regra para adentrar no universo artístico.

O livro e o conteúdo definem a experiência da narrativa para o leitor, sendo assim, cada escolha é válida para causar efeito, como esclarece Hendel (2003, p. 11). Pelo caráter artístico e de experimentação de recursos que encarecem sua produção, o livro-objeto é produzido em menor tiragem.

O designer de um livro-objeto trabalha, a partir desses requisitos, de maneira criativa e experimental para tangibilizar as características e sentimentos poéticos (Figura 8). O designer compreende os signos por trás das escolhas visuais e gráficas, assim como os de meios de produção. Nesse processo, ele se torna o construtor da materialidade dos conceitos do livro-objeto, tomando decisões como as escolhas de suporte (por exemplo, o tipo e plasticidade do papel), de mancha tipográfica, de acabamento e de técnicas de impressão. Assim defende Romani (2011), explicando como as especificações físicas do projeto conseguem expressar sensibilidade, dando o exemplo sobre os livros menores expressarem sutileza e delicadeza.

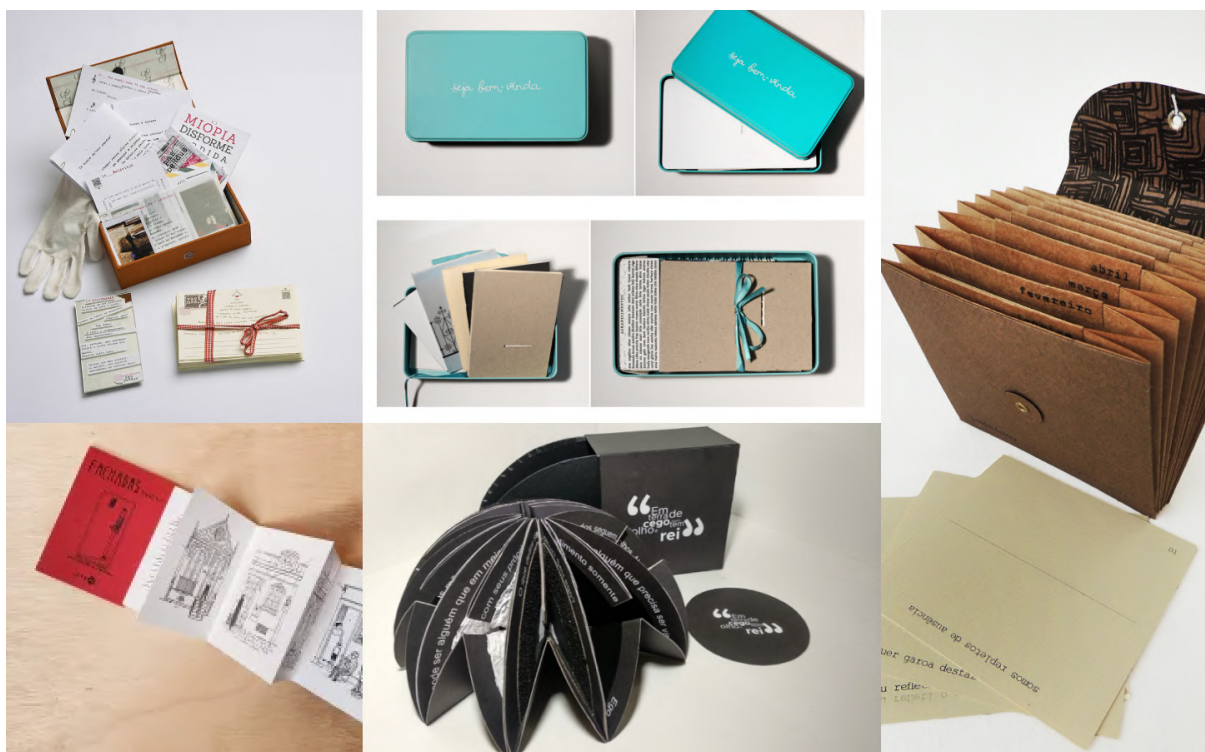


Figura 8 – Exemplos de Livros-objetos.

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Como projeto gráfico, para o designer, “O livro-objeto é aqui compreendido como um produto de expressão artística passível de reprodução cuja narrativa é explorada por meio da manipulação” (ROMANI, 2011, p. 5). Nesse campo, o leitor é convidado a manipular a leitura desde seu suporte, comandando a compreensão e experiência do conteúdo.

A motivação para o desenvolvimento desse trabalho como livro-objeto se dá por entender que permitiria uma experiência mais profunda ao leitor, compondo o conteúdo, além de contemplá-lo e reforçá-lo, já que o conteúdo-textual é de característica poética e simbólica. Dessa maneira, a autora, ocupando também o papel de designer e artista, não conseguiu constatar a produção desse trabalho sem atuar em cada etapa dele para a construção de obra de arte.

2.4 COLETA DE DADOS

No processo, os designers buscam meios de ter em mãos as informações sobre o contexto do mercado e do público-alvo no qual o projeto se envolve. A coleta de dados similares, a fim de estudar os componentes do problema, como coloca Munari (2008), faz parte da pesquisa necessária antes da possível solução.

Para esse trabalho, foi realizada a imersão nessa etapa para o levantamento de similares ao projeto e à temática, e também para o levantamento sobre o público, por meio da literatura.

2.4.1. Levantamento de similares

Foram verificados projetos semelhantes à procura de como outros designers resolveram os problemas, no passado, servindo como exemplo e também de inspiração. No contexto editorial, o designer consegue entender de maneira geral como estão sendo produzidos outros livros a partir da análise de similares, etapa em que se observa o mercado em que ele será inserido e também a qualidade das soluções.

2.4.1.1. Similares ao formato e ao tema

A. Queria ter ficado mais

Publicado pela editora Lote 42, em 2014, o livro-objeto Queria ter ficado mais (Figura 9) conta com 12 cartas, tendo dentro de cada uma delas uma história escrita por escritoras e jornalistas de diferentes cidades do mundo. Os envelopes foram ilustrados por Eva Uviedo e conseguem transmitir sensibilidade, ao representar diversas cidades turísticas, pelo uso artístico da aquarela e traços delicados.



Figura 9 – Livro Queria ter ficado mais.
 Fonte: Lote 42, 2014.

Os capítulos acomodados em envelopes agem como se fossem cartas de viagens enviadas aos leitores. O formato permite que o leitor tenha controle da leitura já que foi impressa em folhas soltas e os envelopes não têm uma ordem específica. Com detalhes delicados e estilo manuscrito (assinaturas, grafismo e o próprio refinamento da ilustração), é expresso cuidado e carinho, como se feitos especialmente para os leitores. Por fim, este livro-objeto transmite a sensação de viajar sem sair de casa, ao receber cartas que parecem ter viajado pelo próprio mundo.

O motivo de escolha desse similar foi pela proximidade com o formato do projeto, por ser um livro-objeto, e também com o conteúdo, por ser construído de maneira coletiva por várias mulheres.

B. Nove meses

O livro Nove meses (Figura 10) traz duas narrativas que falam sobre a transitoriedade do ser humano a partir de diversas linguagens e suportes, portanto, acaba por criar uma experiência singular ao trazer, graças às possibilidades do projeto gráfico, o conteúdo

composto por 20 cartões para ilustrar a narrativa, um livro com o conteúdo textual e mais uma brochura para a enredo visual fotográfico. Além disso, o livro chama atenção por vir dentro de uma caixa do tamanho de uma A4 ornada por grafismos que remetem Arts & Crafts e também por um globo de resina acrílica colado, contendo um inseto morto. (LOTE 42, 2018)



Figura 10 - Livro Nove meses.

Fonte: Lote 42, 2018.

O livro transmite a ideia sobre a transicionalidade do tempo, vida e morte. A leitura é singular, existe a experiência de curiosidade de explorar a caixa, que remete a um baú. Nove meses permite que o leitor descubra o passado explorando um baú e traduza isso com elementos inspirados no passado. O globo acrílico com insetos mortos se destaca na capa e se conecta com a ideia da vida humana efêmera.

O leitor é convidado a descobrir o conteúdo, que se divide em mais de um formato. Com tons pastéis e fotografias com baixa saturação, passam a sensação nostálgica do tempo, e, também, a passagem da vida à morte. Essa mensagem se repete no livro-texto em que

se encontra o conteúdo-textual da publicação, ele vem enrolado em papel manteiga de baixa gramatura, resultando em um aspecto vulnerável à passagem dos anos.

A escolha desse livro-objeto como similar foi motivada pela aproximação com o formato deste projeto.

C. Dossiê afetivo

A publicação conta a história fictícia de 3 mulheres ligadas a partir de entrevistas, cartas, fotografias e muito mais, dentro de uma pasta que remete de fato um dossiê (Figura 11). Dessa maneira, fica na mão do leitor a leitura da narrativa familiar, juntando o conteúdo dividido em diversos suportes, tal um quebra-cabeça sobre relações familiares. (EXPERIMENTOS IMPRESSOS, 2019).



Figura 11 – Livro Dossiê afetivo.
Fonte: Experimentos Impressos, 2019.

Como um dossiê, o livro convida o leitor a viajar para o passado para entendê-lo. A experiência consiste na leitura do dossiê como peças de um quebra-cabeça familiar. Assim, o leitor interage escolhendo o formato da narrativa, ora recortes de uma entrevista e ora em cartas enviadas. De maneira lúdica, o leitor experimenta a sensação

de descoberta, curiosidade e de investigação, além da sensação de familiaridade com as personagens.

Com aspecto de antigo, deteriorado, o livro-objeto também consegue atingir o sentimento de saudade e de perda. A escolha desse similar foi motivada por ser um livro-objeto que, semelhante ao contexto deste projeto, traz mensagens e textos protagonizados por mulheres.

D. Você é incrível

O livro é composto por 30 cartões-postais (Figura 12) que podem ser destacados. Os cartões trazem mensagens inspiradoras a partir de letterings e de ilustrações. "Você é incrível" teve conteúdo feito por mulheres e para mulheres, com a intenção de motivar e encorajar a partir das mensagens. (Editora MOL, 2017).



Figura 12.1 – Livro Você é incrível.
Fonte: Editora MOL, 2017.

É possível destacar as páginas para usar como decoração e para presentear outras leitoras. É possível escrever o nome do leitor no próprio livro, além de dedicatórias e mensagens atrás dos cartões-postais, o que possibilita que a leitora personalize o livro e o transforme em algo pessoal. Como é possível presentear as folhas destacadas, o carinho das mensagens pode ser compartilhado.

Outro recurso visual que traduz os conceitos do livro é a escolha de cores vibrantes, assim como as ilustrações que sempre demonstram o coletivo e união entre mulheres. As ilustrações contam com formas arredondadas, fluídas e texturizadas.

Esta publicação foi escolhida como similar pela aproximação com a temática e o público-alvo do projeto, além de contar com recursos interessantes para os requisitos e delimitação projetual.

E. Meu querido corpo

Além de publicar "Você é incrível", de 2017, a Editora MOL também traz outro livro interativo: "Meu querido corpo". O livro é direcionado a meninas adolescentes e visa informar meninas a exercerem o autoconhecimento, mantendo uma relação positiva com seu próprio corpo. Ele tem o objetivo de inspirar e trazer informações, conselhos e também atividades que fomentem o amor-próprio e saúde.



Figura 12.2 – Livro Meu querido corpo.

Fonte: Editora MOL, 2020.

O conteúdo é expresso com ilustrações e letterings bem coloridos e caligráficos. Com uma linguagem visual jovem, comunica os temas da adolescência de maneira leve, convidativa e animada. "Meu querido corpo" transmite acolhimento e segurança ao apresentar sobre autoconhecimento, reflexão, otimismo e valorização pessoal. Sendo que, graças a isso, traz atividades e espaços didáticos para os questionamentos e para as respostas sobre as mudanças da adolescência.

A escolha desse similar foi motivada por ser um livro interativo direcionado, inicialmente, para o mesmo público-alvo. Além disso, é contextualizado na mesma temática sobre mudanças na adolescência para meninas.

2.4.2. Levantamento sobre o público-alvo

Para o levantamento sobre o público que o projeto pretende atingir foi revisada a literatura, como monografias, dissertações e revistas, no contexto da puberdade e do recorte *tween*. Além disso, foram consultados relatórios de tendências e de comportamentos de consumidor, resultados de pesquisas realizadas por centros de pesquisa e disponibilizados online. Devido a isso, a coleta se deu por dados secundários, já tratados por outras fontes especialistas.

As referências visitadas e embasadas podem ser vistas a seguir:

Nome	Autor	Ano	Contexto	Conteúdo abordado
Puberdade feminina: sentimentos, percepções, dificuldades e autoimagem .	BARON, Maria Carolina	2009	Monografia em Psicologia. Grupo focal com estudantes de 12 a 13 anos.	Puberdade, sentimento, psicologia
Tic Kids Online Brasil	CETIC	2021	Relatório de pesquisa de entrevistas com crianças (sem distinção de gênero) de 9 a 17 anos.	Comportamento e consumo na internet
Entre a Infância e a Adolescência: o consumo de produtos de beleza por pré-adolescentes do sexo feminino.	FERREIRA, Daniela.	2013	Revista de Administração e Economia	Comportamento e consumo
Tween consumers: A study of the impact of social media on tweens buying decisions.	KATARIA, Mridu Vij	2017	Jornal de Marketing e Gestão financeira	Comportamento e consumo na internet
Consumo da beleza pelo público tween e seus influenciadores.	LACHI, Anna Cristina	2016	Tese administração	Comportamento e consumo
Tweens: Uma visão objetiva acerca das intenções dos influenciadores digitais para os pré-adolescentes	SANTOS, Marta Cabral	2018/ 2019	Dissertação Mestrado em Marketing Pesquisa com Grupo Focal	Comportamento e consumo na internet

Kids these days: learn to speak their language	GWI Kids	2021	Relatório de tendências focado em crianças de 8-15 anos	Comportamento e consumo na internet
Teens, Social Media and Technology 2022	Pew Research Center	2022	Relatório de Pesquisa	Comportamento e consumo na internet
Kids on the web	Kaspersky Safe Kids	2021/ 2022	Relatório de pesquisa focado em crianças	Comportamento e consumo na internet
Generation ALPHA: Preparing for the future consumer	Wunderman Thompson Commerce	2019	Relatório de comportamento de consumidor focado em crianças de 6 à 16 anos	Comportamento e consumo

Quadro 2 - Levantamento de conteúdo sobre o público-alvo

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Esse levantamento serviu para que fossem incorporadas ao projeto informações sobre o comportamento atual do público-alvo, abraçando tópicos como hábitos de consumo, sentimentos e pensamentos.

2.5 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados levantados pela pesquisa e pela revisão da etapa anterior serão analisados neste tópico. Segundo Munari (2008), assim poderá ser fornecida orientação em relação ao projeto e sua construção.

Ao serem coletados similares, foi realizada uma análise comparativa para observar as características dos livros, seguindo critérios como parâmetros para essa observação. Como resultado dessa etapa, também foram definidos os requisitos do projeto para visualizar a síntese dos desejáveis para o projeto. Esta lista visa direcionar o projeto na próxima etapa de criatividade.

Para a análise do levantamento sobre público-alvo foi elaborado pela autora um Radar de referências, "O que está no seu radar", técnica para sintetizar os dados revistos, dividindo em conceitos que envolvem o entendimento do comportamento *tween*. A

visualização sistêmica sobre o que envolve o público auxiliou na criação das Personas do projeto, outra técnica adicionada pela autora para compreender o público-alvo.

2.5.1. Análise de similares

A fim de facilitar o estudo de cada similar, foram estabelecidos critérios de observação. Os critérios foram baseados em pontos trazidos por Romani (2011) dentro contexto do design e suas especificidades no projeto do livro-objeto. A análise foi dividida em três blocos que se relacionam à materialidade, ao design, e, também, à interação que buscam expor como o objeto livro expressa a narrativa, trazidos a seguir:

1. Experiência

O livro-objeto é rico em significado e mensagem, pois se preocupa com a experiência e compreensão do leitor das primeiras interações com a narrativa. Segundo o Sudjic (2008, p.51), "o design é usado para moldar percepções de como os objetos devem ser compreendidos". A interação caracteriza a compreensão do leitor sobre a narrativa, e, o livro-objeto exige um projeto diferenciado (ROMANI, 2011). Para a compreensão do projeto, o leitor e a obra criam uma relação para interação da mensagem e as sensações.

As mensagens são conceitos para o design, em que se apoiam em emoções sentidas pelo leitor. Os recursos e elementos gráfico-editoriais traduzem os significados. Nesse critério, portanto, será estudado requisitos e objetivos dos projetos similares para ser entendido o que foi buscado solucionar (entre conceito, sensações e recursos gráfico-editoriais) antes de como foram solucionados.

Além disso, foi acrescentado o critério de nível de personalização e de expansibilidade de cada similar, contextualizada como desejável na delimitação e requisitos deste projeto. A escala para a nivelção do critério é contextualizada em baixo, médio e alto. Para a personalização, se entende como baixa quando existe pouca ou nenhuma possibilidade de personalização por parte da autora, e como alta quando existe muita possibilidade para que a autora crie algo único e pessoal. Em relação à expansibilidade, caracteriza-se a capacidade do objeto de ser expandido, isto é, atualizável. Sendo assim,

a escala identifica o quanto o similar permite que sejam publicados novos volumes no futuro.

2. Composição visual

Para Romani (2011), a composição é um dos fundamentos da linguagem visual, conecta elementos como imagens, disposição do conteúdo, a escolha tipográfica e todos os adereços gráficos. A mensagem e o significado é o resultado das escolhas de composição feitas pelo designer, ou seja, a partir das cores, formas e texturas. As características e técnicas gráficas se dão por como o designer escolhe traduzir e expressar a narrativa.

A informação visual comunica de modo não verbal, por meio de sinais e convenções que podem motivar, dirigir ou mesmo distrair o olhar do leitor, e todos os elementos visuais influenciam uns aos outros. Por isso, o projeto visual de um livro é uma ferramenta importante para comunicação, e não apenas elemento decorativo. O modo como se organiza a informação numa página pode fazer a diferença entre comunicar uma mensagem ou deixar o usuário confuso. (ARAÚJO, 2008, p. 373)

O designer gráfico tem caráter comunicativo, e os significados estão relacionados também ao contexto que está inserido, isso porque são compreendidos conforme a cultura (NODELMAN, 1988, apud ROMANI, 2011). Então, os recursos gráficos são influenciados pela perspectiva que estão contextualizados. Para este levantamento, os pontos avaliados relacionados à composição visual são: Cores, Tipografia, Relação texto e imagem (Disposição), Imagens (Ilustrações e fotografia), e Grafismos (Texturas e formas). Sendo esses os critérios de observação nessa categoria, também foi adicionado pela autora o estudo sobre a Diagramação do similar, a fim de entender a proporção e mancha gráfica escolhida.

3. Produção gráfica

A materialidade do livro-objeto possibilita que o artefato ultrapasse a linguagem verbal, podendo, portanto, ser composto por narrativas textuais, visuais, táteis, sonoras e até olfativas (OLIVEIRA, 2017). O designer constrói a materialidade do livro e, para essa

construção, “[...] existe uma miríade de diferentes materiais e de truques que podem ser usados para agregar valor e aumentar a sedução do livro.” (FAWCETT-TAG, 2007, p.12).

De acordo com Romani (2011), escolhas como formato, tamanho, acabamentos, encadernação e a embalagem são especificidades do projeto de design que contribuem com a expectativa do leitor porque mudam a expressão da narrativa. Além disso, são escolhas que devem ser consideradas as questões, como produção gráfica, e a previsão de manuseio e leitura do livro.

2.5.1.1. Quadro comparativo

Também foi realizada uma análise mais específica por cada tópico da análise para facilitar no entendimento de cada tópico (Quadro 3).

	 Querier ter ficado mais	 Nove meses	 Dossiê afetivo	 Você é incrível	 Meu querido corpo
1. EXPERIÊNCIA					
Conceitos	Viagem, Carta, Lembrança	Tempo, Lembrança, vida e morte	Passado, revelação, importância, quebra-cabeça	Animação, simpatia, elogiar, "você" é único	Jovialidade, identificação
Sensações	Carinho, Saudades, intimidade, serenidade	Efemeridade, nostalgia, curiosidade	Curiosidade, saudades (lembrança), antigo	Inspiração, motivação, amizade, beleza	Acolhedor, cuidado, amor, animação
Recursos interativos	Divisão em cartas assinadas em envelopes.	Caixa como baú com a narrativa dividida em conteúdo-textual e fotográfica Detalhes inspirados em antiguidade e conservação.	Narrativa em arquivos e documentos antigos, como cartas, pastas e cartões. Uso de clipes de papel, divisórias, carimbos e assinaturas.	Livro ilustrado e serrilhado (é possível destacar as folhas)	Livro ilustrado com atividades interativas
Nível de personalização	Baixa	Baixa	Média	Alta	Alta

Nível de expansibilidade	Alta - É possível lançar mais versões do livro com mais cartas sobre outras viagens.	Média - A história parece completa, mas o livro-objeto possibilita que seja guardado mais coisas dentro da caixa que poderia compor a narrativa.	Média - É possível construir uma série com mais dossiês, com mais narrativas	Alta - É possível criar uma série com outros volumes	Baixa
2. COMPOSIÇÃO VISUAL					
Diagramação	Retrato, 1 coluna	Retrato, 1 coluna	Híbrido	Paisagem, duas colunas	Quadrado, 2 colunas e sangria
Paleta de cor	Colorido: cores quentes e tons de off-white.	Colorido: Paleta fria com tons de cinza, bege, roxo e rosa.	Tons amarelados como sépia e escala de cinza.	Colorido - Bastante uso de magentas e roxos	Colorido - Cores saturadas. Bastante uso de amarelo, azul, rosa e roxo.
Tipografia	Klinic Slab (Corpo de texto mecânica, tipografia delicada; Hollyhock (Tipografia script título e para assinatura nos nomes das autoras e da ilustradora, como se elas tivessem assinado a obra e as cartas), Mathlete (Display como tipografia secundária, manuscrita e também delicada).	A tipografia é serifada e itálica, mesmo não sendo usual usá-la em todo corpo de texto, ela contribui com o conceito delicado e fluido, já que é um traço modulado e com eixo humanista (com variação de contraste). Ainda lembra algo manual e elegante.	Tipografia manuscrita imitando assinatura de cartas e também tipografias serifadas mecânicas.	Bastante uso de Lettering; Tipografias Scripts e Manuais Para o corpo, não serifada e com caracteres arredondados	Letterings e uso de display como corpo de texto (arredondada e espessura com variação). Os terminais são alongados como a escrita manual.
Relação texto e imagem	As ilustrações aparecem no verso dos envelopes, como se a autora da carta tivesse desenhado uma lembrança em um cartão postal.	A narrativa com imagens se divide nos cards e na brochura.	Como encarte, fotografias presas com cliques e soltas	A imagem e o texto estão juntos, como uma peça só	A imagem e o texto estão juntos, como uma peça só

Estilo e técnica de ilustração	Ilustração tradicional elaborado com aquarela e finalizado com nanquim	Iluminuras	-	Ilustrações com estilos diversos, algumas como ilustração digital e outras como vetoriais. Texturas de técnicas de pintura como aquarela e giz pastel	Ilustrações vetoriais com moldura como adesivo e também elementos como canetas, lapiseiras e borrachas.
Estilo de fotografia	-	Fotografias em preto e branco e de baixa saturação	"Fotografias garimpadas em feiras de antiguidades com intervenção de colagem, digitalizadas, impressas em papel fotográfico glossy 180g/m2 e envelhecidas artesanalmente."	-	-
Grafismo	Detalhes e padrões feitos em nanquim, como se tivesse sido feito a mão, rabiscando	Ornamentos inspirados no Arts & Crafts.	Carimbos e manchas de desgaste	Detalhes que remetem rabiscos feitos a mão	Elementos que remetem a papelaria, como molduras e fundos de cadernos, pedaços de folha de caderno e post it.
Outros elementos	-	-	Folhas, envelopes e pasta envelhecidas artesanalmente	Formas arredondadas, fluidas e orgânicas.	Formas arredondadas, fluidas e orgânicas.
3. PRODUÇÃO GRÁFICA					
Formato	Folhas tamanho A5 em envelopes 16 x 11 cm.	Caixa 22,5 x 31,5 x 3,5 cm contendo 20 postais 10 x 15 cm, 1 brochura 21 x 29,7 cm, 1 livro 14 x 21 cm	Papel da pasta: Colorplus 180g/m2 Papel da capa: Caderno 1 - páginas de livros antigos); Caderno 2 - Reciclato 90g/m2; Caderno 3 - Cartolina 90g/m2 Papel dos cadernos: Sulfite 75g/m2 Papel das divisórias: Kraft 180g/m2	Livro de bolso 5 x 133 x 95 mm, cartão-postal	Livro 15 x 15 cm

Papel e encadernação	Impresso em papel offset branco 150g/m ² (Envelopes) e off-white 70g/m ² (Folhas), com lombada canoa (grampos).	Capa de papel manteiga 70g/m ² com lombada canoa (grampos);	Papéis amarelados e manchados;	Capa brochura com papel laminado, serrilha para destacar a folha	Capa brochura, Lombada Quadrada
Acabamento	Contém um livreto de apresentação do livro-objeto	Capa Brochura com detalhes envernizados; Cards laminados.	Corte especial	Papel com maior gramatura e laminado	Papel offset

Quadro 3 - Quadro comparativo entre similares levantados na etapa de Coleta de dados

Fonte: Elaborado pela autora, 2022

2.5.2. Requisitos do projeto

Como foi contextualizado no tópico anterior, os requisitos de projetos traçados buscam sintetizar a análise feita a partir dos similares. Além disso, o recurso também tem como fonte as etapas de pesquisas para entender os Componentes do Problema, assim como os Objetivos e Delimitação do Projeto em si. É possível constatar a definição de requisitos obrigatórios e desejáveis relacionados aos objetivos do projeto no Quadro 4.

OBJETIVO	REQUISITOS	CLASSIFICAÇÃO	FONTE
Conceitos	Transmitir identificação com leitora assim como compreensão sobre o período que estão vivendo.	Obrigatório	Pesquisa sobre o Comportamento <i>tween</i>
Recursos interativos	Estimular a interação do leitor a partir da intervenção, personalização e expansão do conteúdo no livro-objeto.	Obrigatório	Tema do projeto, Pesquisa sobre livro-objeto, Similares
Tipografia	Utilização de tipografias com boa legibilidade e legibilidade	Desejável	Tema do projeto, Similares
Estilo de Ilustração e fotografia	A fim de demonstrar diversidade, utilização de técnicas diversas (por exemplo: digitais, tradicionais, letterings ou colagens).	Desejável	Tema do projeto, Similares
Papel e encadernação	Utilizar papel durável e que valorize as cores das imagens	Obrigatório	Similares, Demais requisitos
Acabamento	Acabamento que protege o conteúdo do livro-objeto para o manuseio, o tornando mais resistente e durável	Obrigatório	Similares, Demais requisitos
Embalagem	Permitir que o leitor "explore" o livro-objeto.	Desejável	Similares

Quadro 4 - Requisitos do projeto.
Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.5.3. Análise do Público-alvo

2.5.3.1. O que está no seu radar?

O método, traduzido do inglês *What 's on Your Radar*, pode ser utilizado de maneira estratégica e operacional para organizar informações de acordo com sua importância ou relevância em relação a um tópico e os seus conceitos.

A ferramenta tem uma abordagem estruturada e criativa para a visão geral da temática do projeto, garantindo uma maior compressão do escopo porque permite uma relacionar os pontos entre os conceitos. A técnica “O que está no seu radar?” utiliza a forma de um gráfico de radar, em que é possível dividir em fatias para cada conceito da análise. Quanto mais perto do ponto central do gráfico, mais essa informação é relevante para o contexto geral.

Desse modo, a ferramenta foi utilizada para uma visão mais geral do comportamento *tween*, analisando os pontos da pesquisa entre si já que estão relacionados (Figura 13). O radar pode ser visualizado com maior qualidade pelo link: [Radar](#).

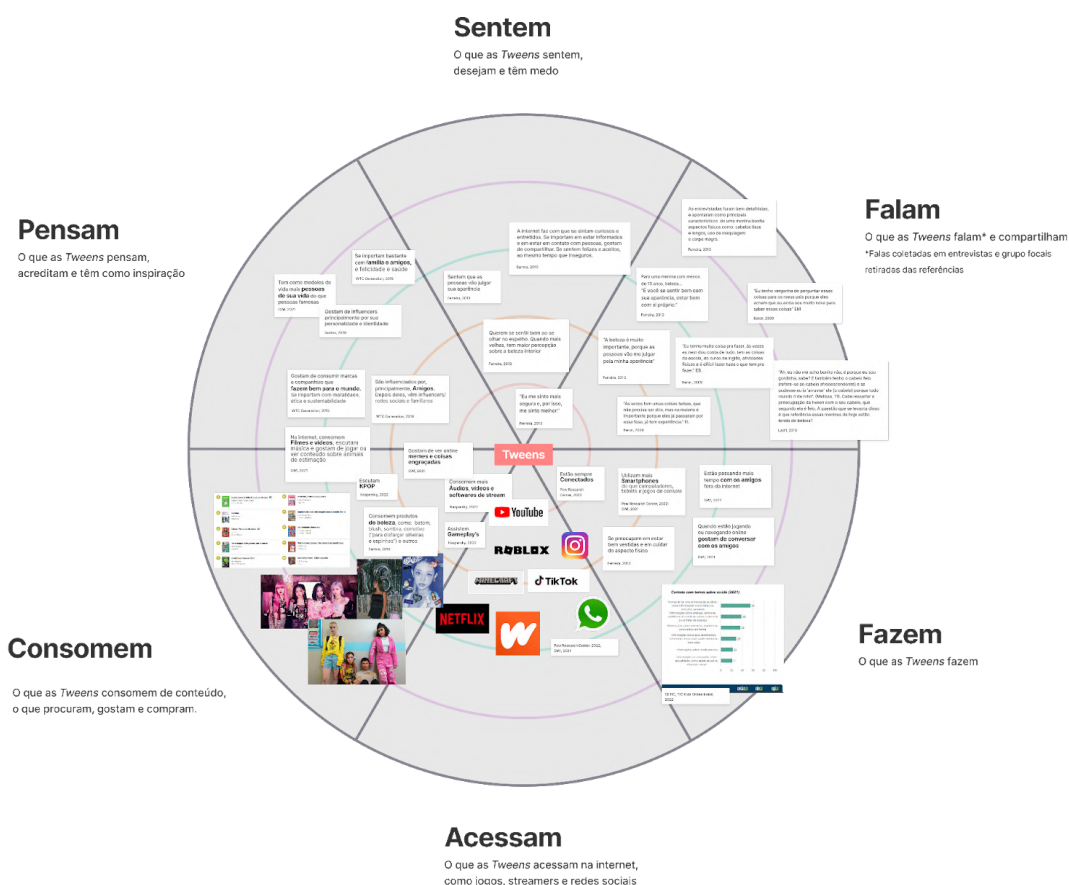


Figura 13 – Radar do comportamento *tween*.

2.5.3.2. Personas

Para o estudo do público-alvo, sintetizando o que foi coletado, a autora elaborou duas personas visando ilustrar mais de uma visão do grupo *tween*. Isso acontece pelo recorte ser grande, apesar de apenas um grupo, é definido por um público com idades diferentes e bastante diversificado.

Personas são representações resultadas dos dados das pesquisas realizadas pelo designer. De acordo com Pazmino (2015), a descrição de personas auxiliam uma visão mais humana e real do público-alvo, possibilitando que sejam projetadas soluções centradas no usuário.

Além de representar pessoas com mente, história e sentimentos, a ferramenta também aborda como o público-alvo se relaciona com a temática do projeto. Por exemplo, é possível escrever como ela entrou em contato com o produto ou porque precisaria dele. As duas personas (Figura 14 e 15) deste projeto têm cenários relacionados em como interagem com produtos que consomem.

PERSONA 1

Livia Azevedo, 11 anos

"Quero ser adolescente logo, porque vou poder fazer tudo que eu quiser"

Personalidade

EXTROVERTIDA COMUNICATIVA

CURIOSA IMPACIENTE HONESTA

Gostos

YouTube MINECRAFT

ROBLOX LOVE beauty AND planet

RubyRose

Sobre

Livia está no começo do 6º ano e está muito ansiosa para esse ano na escola porque terá novos desafios, disciplinas mais difíceis e novos amigos. Ela estava muito animada em se tornar pré-adolescente. Ela vêm se sentindo bem diferente depois que menstruou pela primeira vez. O seu corpo está passando por mudanças e teve que comprar novos produtos como desodorantes, absorventes, e o primeiro sutiã.

Livia adora ver vídeos no youtube e ela se imagina virando influencer um dia porque ela gosta de fazer as pessoas rirem e sentirem bem. Ela também acompanha meninas que estão crescendo que nem ela pelos vídeos, porque sempre fazem com que ela se sinta motivada e inspirada. Ela vê vídeos sobre como ser mais confiante ou sobre mensagens positiva sobre corpo e comportamento.

Cenário

Ela é se anima bastante com novidades e adorar compartilhar com todo mundo, principalmente se isso for fazer as pessoas ficarem bem! Agora que está mais velha começou a ganhar mais coisas de adolescente, como maquiagens e roupas em vez de brinquedos. Ela vive guardando os brindes, embalagens bonitas, adesivos e mais coisas. Ela adora colar coisas na parede e decorar seu mundinho. A mãe dela fala que o quarto dela é bagunçado por causa disso, mas para a Livia isso deixa o quarto dela mais colorido e a cara dela.

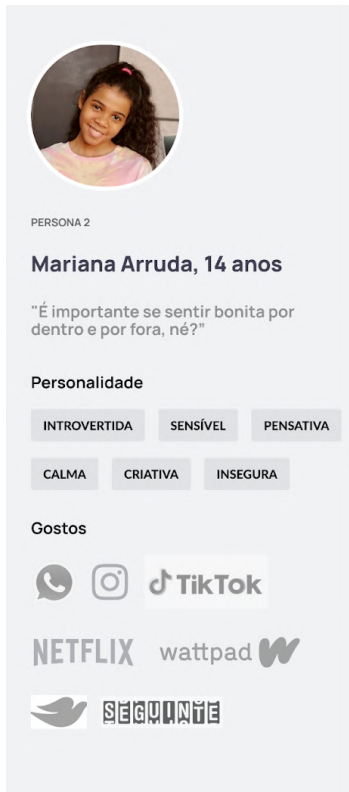
Motivações

- Gosta de assistir gameplays, vídeos engraçados e de youtubers mirins no youtube
- Está ansiosa para virar adolescente e ter novas aventuras como nos filmes e séries
- Quer ser adolescente logo para não ser mais tratada como criança
- Se um dia ela virar influencer, ela gostaria de falar coisas que motivem e inspirem outras meninas.

Frustrações

- Quando sua família acha que ela é muito nova para conversar sobre as coisas
- Não gosta quando sua mãe briga por ficar muito no celular ou por não arrumar o quarto
- Ver outras pessoas falando mal uma das outras ou tratando sem respeito
- Coisas sem personalidade e sem graça

Figura 14 – Persona 1, Livia.



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Sobre

Mariana está quase no fim do ensino fundamental e ela gosta de ficar mais na dela, com o seu grupo de amigos pequeno. Ela passa bastante tempo online, onde ela assiste vídeos no tiktok ou no instagram sobre livros e k-pop, mas, ultimamente, ela está curtindo mais conversar com as amigas que ela fez online.

Está se sentindo diferente das outras meninas porque parece que todas as suas colegas já sabem o que querem ser quando crescer e já deram o primeiro beijo. Para a Mariana, a única coisa por qual ela está passando é a recuperação em matemática. Ela está cansada de parecer diferente. Por causa disso, ela sente que está chorando muito mais do que antes e sempre está se sentindo estrassada. Tudo parece demais às vezes! Ela conversa sobre como está se sentindo com sua irmã mais velha, que sempre busca entendê-la. A Mariana a vê como um grande exemplo, porém ultimamente ela prefere desabafar escrevendo sobre o que está sentindo.

Cenário

Ela gostaria de ser escritora, por isso escreve fanfics, mas sabe que isso pode não dar dinheiro e não se acha que é tão boa assim. Mas isso não a impede de escrever suas histórias e poesias, é como uma fuga em que ela pode ser quem quiser e que vão compreendê-la. É quase um diário, algo pessoal, só para ela.

Mariana adora cuidar da sua coleção de livros e de albúms de KPOP, e por isso tem um lugar dedicado para eles. Têm livros que não teve coragem de ler direito para não amassar a lombada. Gosta quando esses produtos vem com brindes, como marca-páginas e até itens colecionáveis relacionados com a história do livro ou com o artista.

Motivações

- Compartilhar o que está sentindo a partir do que escreve e lê/escuta.
- Ler livros com protagonistas que a represente.
- Se sentir mais confiante com o que faz e com sua aparência.
- Descobrir quem ela vai ser quando crescer... talvez escritora?

Frustrações

- Quando se cobra muito porque não tira as melhores notas da escola.
- Não se sente muito bonita e gostaria de mudar algumas coisas na sua aparência
- Às vezes ela se compara com outras meninas e sabe que isso não é legal.
- Ela sente que está se estressando com tudo, às vezes se sente uma bomba-relógio

Figura 15 – Persona 2, Mariana.

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.6 CRIATIVIDADE

Munari (2008) define essa etapa como um momento em que a procura por uma solução é deixada de lado e substituída por um momento mais criativo. Como a tendência, inicialmente, é resolver problemas de modo artístico, a fase de Criatividade garante que o designer continue se embasando na análise dos dados e dos subproblemas do projeto.

Nessa etapa serão levantados pela autora: Definição do conteúdo, Conceitos do projeto e seus painéis conceituais, e o Processo de geração de alternativas.

2.6.1. Definição do conteúdo

O conteúdo-textual do livro-objeto tem como fonte a pesquisa “O que você precisava ouvir aos 13 anos?”. Por conta do curto tempo para a fase de desenvolvimento, a autora optou por fazer um recorte e seleção entre as 76 respostas, e essa definição foi conceituada na etapa de Criatividade. Apesar dessa decisão, optou por acrescentar como

objetivo do projeto a disponibilização do acesso ao material completo da pesquisa, de maneira online.

Inicialmente, a autora estabeleceu uma numeração para cada participante, de P01 até P76, para organizar os dados, garantindo que fosse mais fácil de acessar o trecho original e as informações da participante. Como já introduzido no subproblema Construção do conteúdo, a autora analisou os dados da pesquisa e dividiu as respostas em subcategorias, tornando possível observar a repetição de certas temáticas. Também nesse momento foram retiradas respostas que não estavam alinhadas com o projeto.

Após essa primeira organização, foi realizada uma avaliação por respostas que traziam informações vagas ou menos aprofundadas para recortá-las do conteúdo. Com o resultado dessa seleção, a autora agrupou respostas que se repetiam ou que se contemplavam por outras. Para o primeiro volume desse projeto, serão utilizadas 13 respostas, visto a seguir:

- “Eu precisava ouvir que não tem problema ser criança, mas que também não tem problema ser madura! Que não precisa ansiedade, as coisas vão acontecer sim, a gente vai beijar, se apaixonar, trabalhar, beber e se divertir... não se cobre tanto ❤️” P34, entre 25 e 29 anos.

- “Você sempre será capaz de realizar tudo o que deseja, confie em você, na sua força, com a sua fé, porque assim sempre terá alguém torcendo por você, e você nunca estará sozinho.

Estaremos sempre na torcida por você.” P41, entre 30 e 39 anos.

- “Eu gostaria de ouvir que tudo vai melhorar e ao mesmo tempo vai piorar, no sentido de que cada fase tem suas complicações, que elas mudam de forma, mas sempre estarão lá, e o que mais importa é se cercar de pessoas que não vão soltar sua mão durante essa trajetória. Acima de tudo, gostaria de ouvir que tá tudo bem sentir medo da mudança e que ela pode trazer coisas boas.” P01, entre 18 e 24 anos.

- “A escola é só uma fase, ela passa! Tem um mundo inteiro de outras possibilidades para você descobrir.” P45, entre 30 e 39 anos.

- “Mesmo que você não tenha apoio nenhum agora, no futuro terão muitas pessoas que realmente se importam com você, segura mais um pouquinho” P13, entre 18 e 24 anos.

- “Você vai se arrepender mais do que você não fez do que de qualquer coisa que tiver feito!” P32, entre 25 e 29 anos.
- “Nessa faixa etária eu era muito insegura em relação à quem eu era e à expectativa que os outros - e eu mesma - tinha sobre mim (quem eu deveria ser, como agir, meu futuro). Ao longo de muitos anos aprendi a lidar com essas expectativas e entender que não há um jeito certo de existir, nem um jeito de ser menina/mulher. Algo que contribuiu muito para lidar com a insegurança foi conhecer e construir relações com pessoas que me aceitam do jeito que sou, que me respeitam e que me apoiam em tudo, pessoas que não colocam expectativas ou julgamentos sobre mim, mas sim muito amor, empatia e compreensão. Acredito que se minha eu de 13 anos soubesse que haveria pessoas assim no meu futuro e que a gente passaria por todos os desafios possíveis, ela teria um pouco mais de tranquilidade e conforto para ser uma adolescente mais feliz e leve. Então eu diria a ela que está tudo bem ser insegura, mas que ela não ficaria assim para sempre. Que ela encontraria "suas pessoas", e que tê-los em sua vida faria todo o passado e o caminho que a gente trilhou até aqui valer muito a pena. Também adoraria falar para ela não se importar com as pessoas que julgam e tentam moldar a gente conforme as suas expectativas. Mas tenho consciência de que esse é um aprendizado e um entendimento que a gente só absorve com anos e muitas experiências, então eu só tentaria deixar claro a ela que aquela não seria a realidade dela para sempre e daria um abraço bem forte para ela se lembrar ser muito amada.” P76, 25 e 29 anos.
- “Confie mais em você, não tenha medo de expor a sua opinião!” P37, 30 e 39 anos.
- “Não importa de quem você goste, de como vai se vestir, se vai engordar ou não, o que você decidir ser, será extraordinário.” P22, entre 18 e 24 anos.
- “Você é linda do jeito que é. Não tenha medo de ser você mesma, de transparecer sua essência, de ser simplesmente quem você é, do jeito que é, quando quiser. Você pode hoje se importar muito com o que os outros pensam sobre você, mas ao longo do tempo vai perceber que ser fiel a você mesma vai te trazer mais felicidade. Você é linda e especial do jeito que é. E você é muito amada.” P19, entre 18 e 24 anos.
- “Você não precisa se diminuir, nem suprimir seus sentimentos - eles não refletem quem você é de verdade.” P52, entre 40 e 49 anos.

- “Amigos de verdade não te pressionam a fazer algo que você não gosta, não fazem brincadeiras com as suas inseguranças e te respeitam pelo que você é. Faça algo porque você realmente quer fazer, e não porque outras pessoas estão fazendo ou querem que você faça. Siga o que você sente que é certo, porque, no fim, você mesma é mais importante do que seguir os seus colegas.” P38, entre 3 e 39 anos; P14, entre 18 e 24 anos.
- “Puberdade não é uma fase que os outros têm o direito de falar do seu corpo. Não se esconda.” P14, entre 18 e 24 anos.

Foi proposto a ideia de mencionar a autora do trecho nomeando-a a partir do nome de alguma flor, retomando também sua faixa-etária.

Além desses trechos, a autora também agrupou as respostas menores e listou possíveis frases para o desenvolvimento de adesivos como brindes para as leitoras: “Vai melhorar.”, “Você consegue!”, “Você é linda”, “Você é especial”, “Não tenha tanto medo do que os outros vão pensar”, “Não tenha medo de mudar”, “Confie em seus instintos”, “Uma nota de prova não define a sua inteligência.”, “Vá em frente e alcance seus sonhos!”, “Seja você mesmo”, “Você não é o que dizem de você.”, “Você tem valor.”, “ Não tenha medo de errar, permita-se!”, “Não se cobre demais!”.

Dentre as frases citadas acima, cada edição trará 3 adesivos selecionados de forma aleatória.

2.6.2. Conceitos do projeto

A definição de conceitos pelo designer visa visualizar e expressar o significado do produto por caracterizá-los em termos ou sentenças. Eles servem como norte para inspirar e basear as próximas decisões no projeto. Após serem definidos os conceitos, é realizado painéis que traduzem visualmente o conceito para auxiliar na visualização do seu significado.

Inicialmente, para decidir os conceitos do projeto, foi realizado pela autora um *Brainstorming* individual, técnica conhecida como Tempestade de ideias porque promove um momento criativo com menos contrariedades e julgamento, visando ter muitas ideias ou palavras em pouco tempo.

A partir desse processo, que resultou em 45 palavras, a autora elaborou uma seleção mais criteriosa por conceitos que mais se relacionavam com o projeto, descartando os com menos potencial, como mostrado na figura 16.

Resultados do Brainstorming

Complexidade	Feminino	Liberdade	Ser	Declaração
Paradoxo	Idade	Casa	Mutável	Se permitir
Transformações	Tempo	Juventude	Desabrochar	Se respeitar
Sensível	Jovialidade	Respiro	Diversidade	Apoio
Compreensão	Busca de identidade	Alívio	Florescer	Medo
Pressa	Identificação	À flor da pele	Reflexão	Confiança
Beleza e feiura	Auto	flor da idade	Coragem	Cobrança
Pressão	Frágil	Emoção	Espontâneo	Dúvida
Regras	Espetacular	Aberto	Rebelde	Ser você mesmo

Resultados após análise

Complexidade	Feminino	Liberdade	Ser	Declaração
Paradoxo	Idade	Casa	Mutável	Se permitir
Transformações	Tempo	Juventude	Desabrochar	Se respeitar
Sensível	Jovialidade	Respiro	Diversidade	Apoio
Compreensão	Busca de identidade	Alívio	Florescer	Medo
Pressa	Identificação	À flor da pele	Reflexão	Confiança
Beleza e feiura	Auto	flor da idade	Coragem	Cobrança
Pressão	Frágil	Emoção	Espontâneo	Dúvida
Regras	Espetacular	Aberto	Rebelde	Ser você mesmo

Figura 16 – Resultados do brainstorming de conceitos para o projeto.

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Ao analisar as palavras, foi elaborado um diagrama para agrupar e relacionar os conceitos destacados que tinham similaridades entre eles. Como é possível observar na Figura 17, essa etapa auxiliou na escolha dos conceitos por destacar quais eram mais relevantes e quais abraçavam os demais, tendo assim, mais potencial para o projeto.

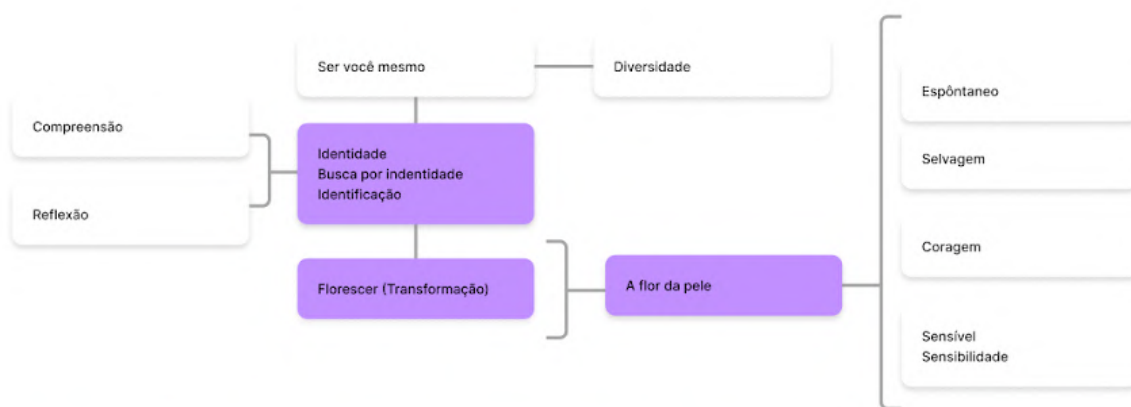
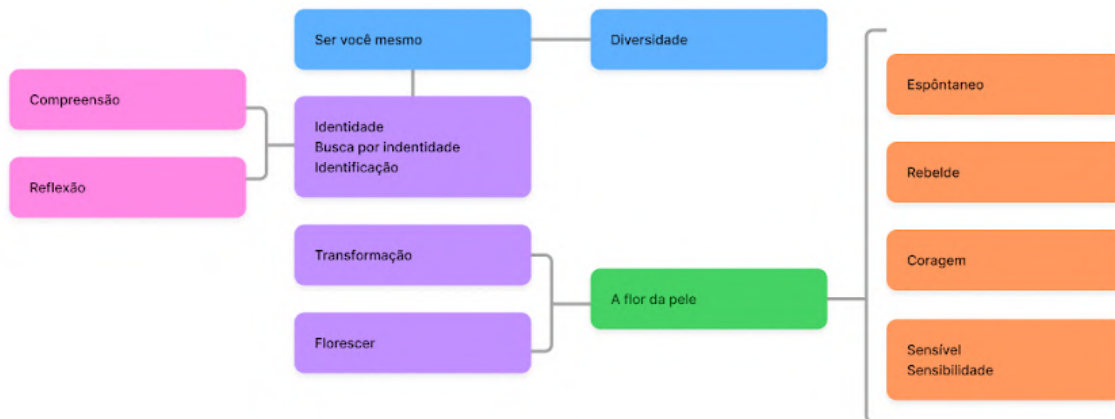


Figura 17 – Diagrama sobre a relação entre os conceitos

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Pelo uso do diagrama foi possível definir palavras secundárias que reforçam o significado do conceito. Desse modo, como pode ser visto na Figura 18, os conceitos definidos foram: Identidade (Busca por identidade), À flor da pele, e Florescer (Transformação).

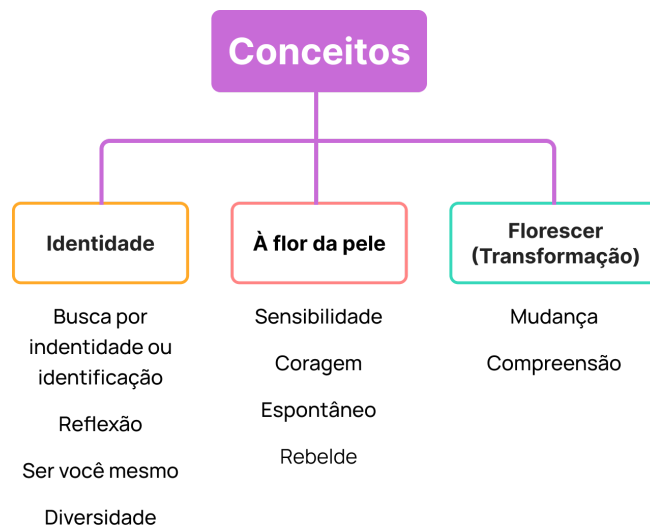


Figura 18 – Conceitos do projeto.
 Fonte: Autora, 2022.

- **Identidade (Busca por identidade)**

Esse conceito está relacionado com a descoberta das *tweens* por uma nova identidade pessoal. Como trazido nos componentes do projeto acerca do comportamento *tween*, nessa fase é comum as descobertas que influenciam a autopercepção. O período é muito significativo para a construção da consciência de identidade, que se torna um recorte de experiências, conceitos e valores sócio-culturais. Esse conceito engloba palavras de reforço como: Reflexão, Ser você mesmo e Diversidades. No painel conceitual (Figura 19), existe a presença do recorte e do ato de combinar imagens e cores, transmitindo a ideia de agrupar e mesclar.



Figura 19 – Painel semântico do conceito Identidade (Busca por identidade).

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

- **À flor da pele**

A expressão se conceitua quando os sentimentos brotam da pele, como suor. Expressa sensibilidade, assim como se relaciona com o desabrochar da flor no sentimento físico (pele) e mental (emoções). Esse conceito representa a expressão honesta dos sentimentos que podem ser novos, voláteis e sem controle nesta fase. Esse conceito engloba palavras de reforço como: Sensibilidade, coragem, espontâneo e rebelde. No painel conceitual (Figura 20), é transmitido sensibilidade a partir de imagens que brincam com os sentidos táteis. Há presença de elementos com movimento, pele e flores.

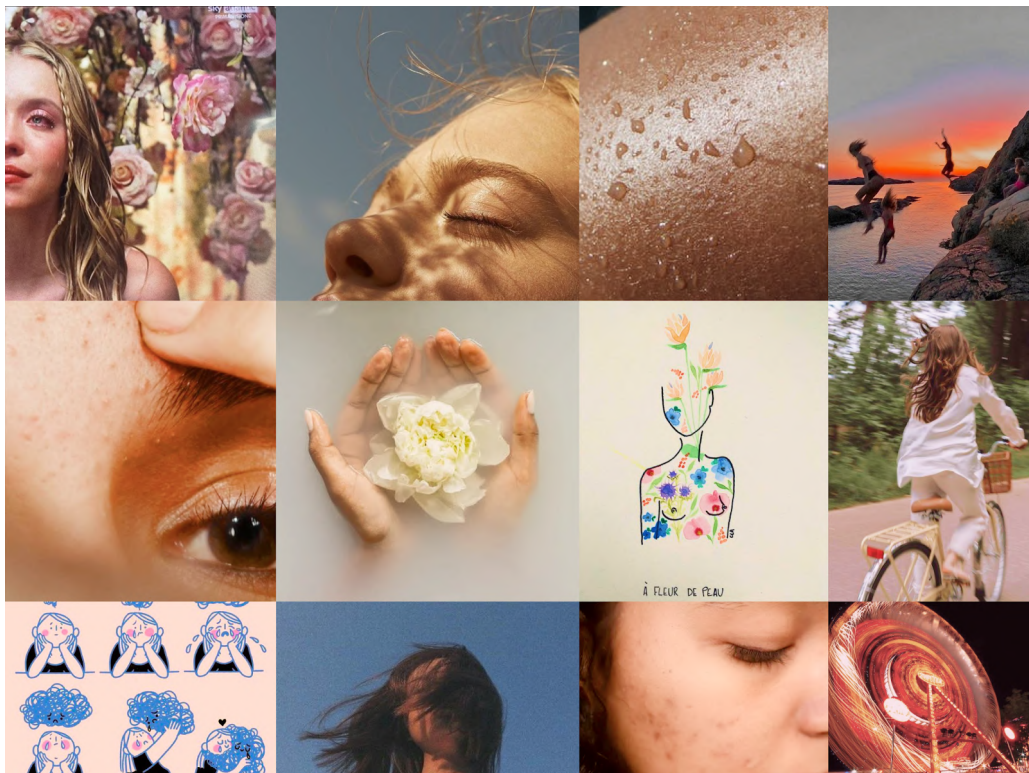


Figura 20 – Painel semântico do conceito À flor da pele.

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

- **Florescer (Transformação)**

O período da puberdade é marcado pelas mudanças físicas e mentais, sendo assim, esse conceito se relaciona com o ato de mudar e se transformar. Ao *florescer*, tudo se torna

novo e inexplorado. A novidade pode ser difícil e assustadora algumas vezes, mas continua tendo momentos lindos em que ficará tudo bem.

Esse conceito engloba palavras de reforço como: Mudança, compreensão e novidade. No painel conceitual (Figura 21), é possível ver formas verticais e ascendentes, assim como cores quentes e terrosas. Predomina elementos como espelho e incidência de luz.

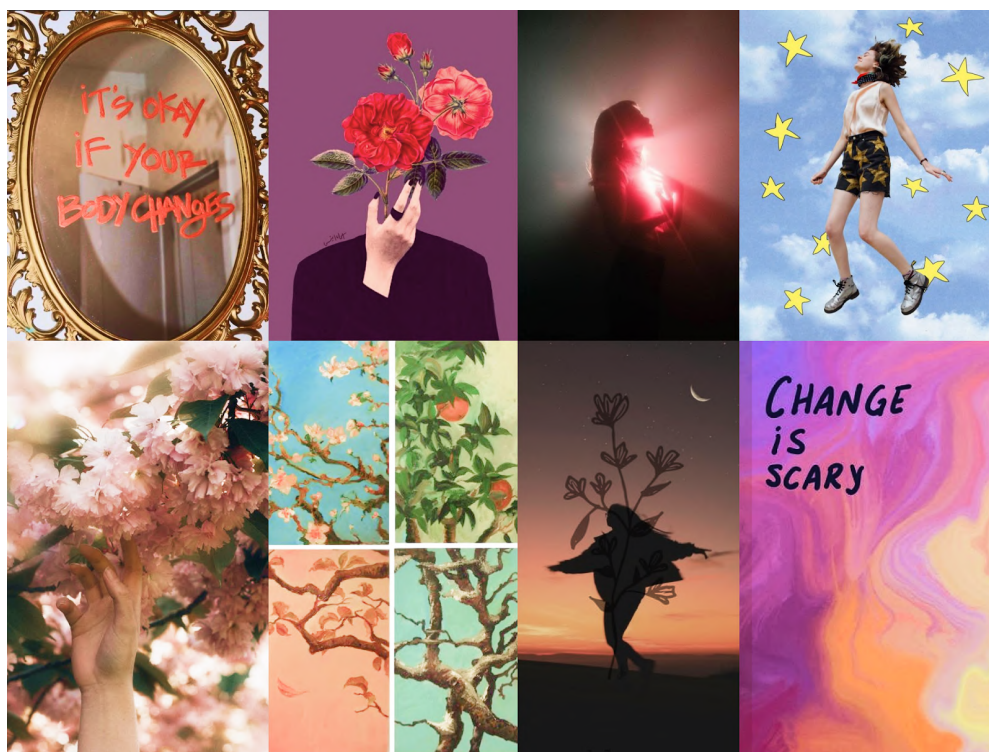


Figura 21 - Painel semântico do conceito Florescer (Transformação).

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

2.6.3. Geração de alternativas

O objetivo desta etapa é buscar soluções para o produto final a partir da geração de ideias, tendo como base o que foi estudado e construído nas etapas anteriores para justificar as tomadas de decisão.

Para contribuir, a autora elaborou painéis visuais com referências às diretrizes visuais para cada conceito, visando orientar a criação de alternativas (Figura 22, 23, 24). Essas referências buscam traduzir para o livro-objeto os aspectos observados nos painéis de conceito, como, por exemplo: formato da publicação, encadernação, tipografia, paleta cromática.

Além disso, essas referências foram colocadas em uma matriz morfológica (Figura 25), técnica que auxilia na geração de grande quantidade de alternativas por meio da combinação das diretrizes dos conceitos das diretrizes visuais percebidas (Pazmino, 2015).

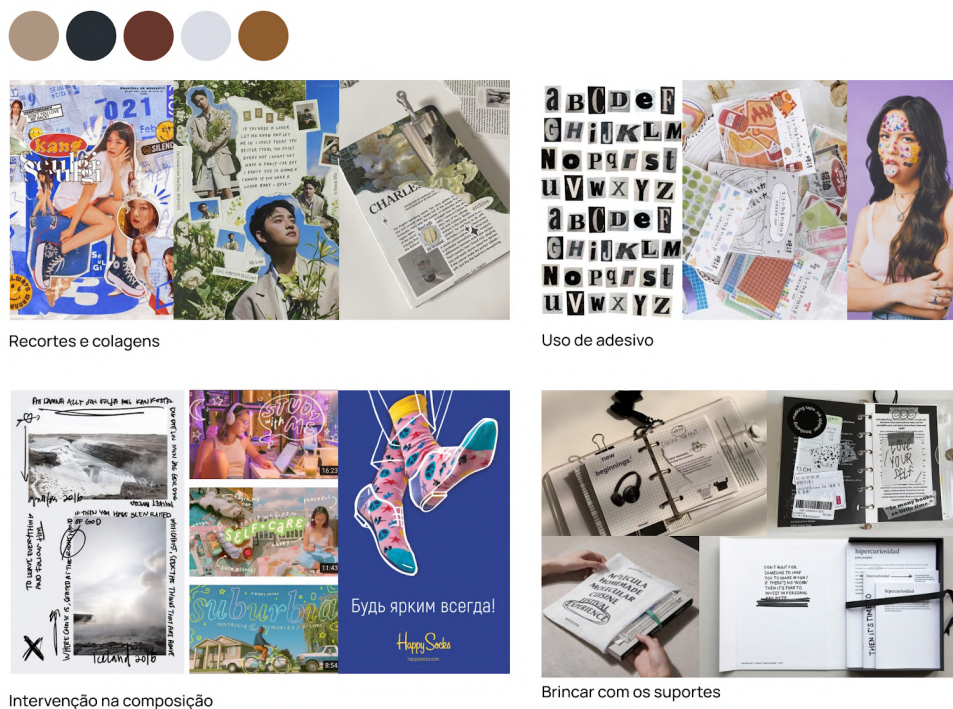


Figura 22 – Painel de referências do conceito Identidade (Busca por identidade).
 Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

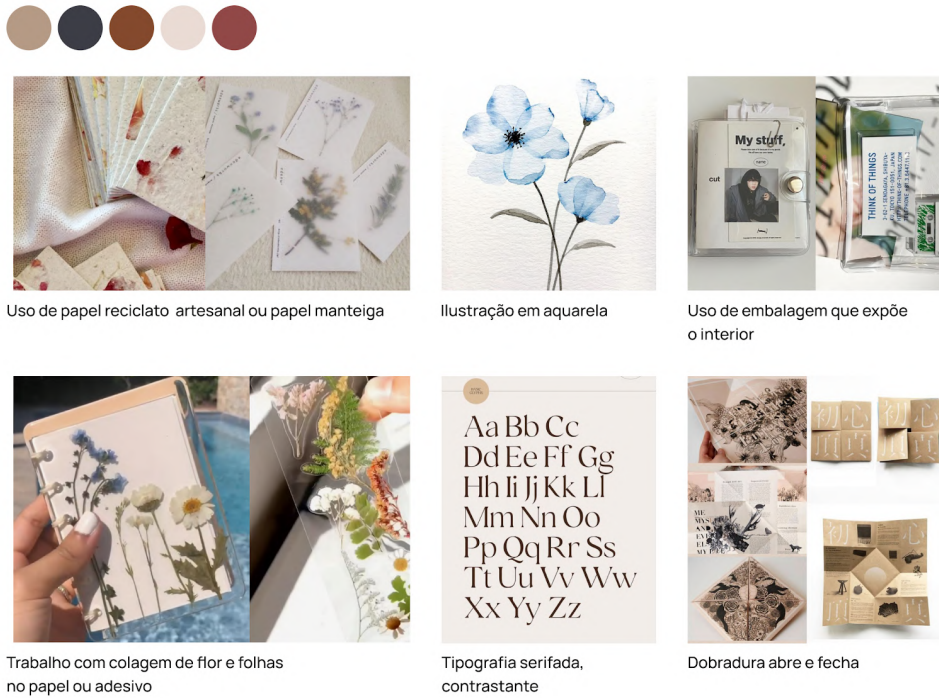


Figura 23 – Painel de referências do conceito À flor da pele.
 Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

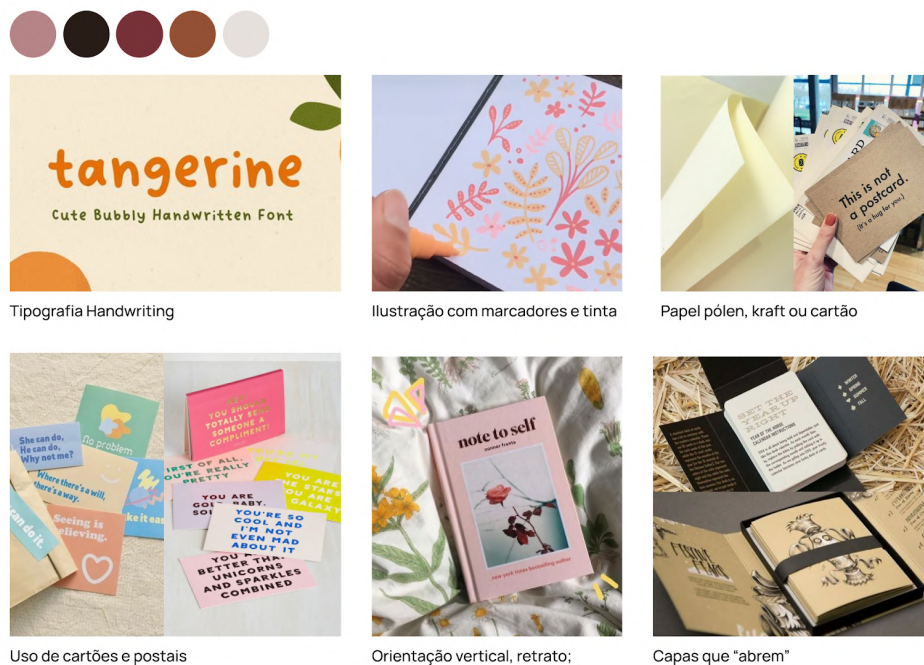


Figura 24 – Painel de referências do conceito Florescer (Transformação).
 Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Com base nos painéis, as referências visuais foram colocadas em função da matriz morfológica para o desenvolvimento de soluções criativas.

Matriz Morfológica		A	B	C
Requisitos	Conceito À flor da pele	Conceito Identidade	Florescer	
1	Recursos interativos			
2	Tipografia	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo	—	
3	Estilo de Ilustração e fotografia			
4	Papel e encadernação			
5	Embalagem			

Figura 25 - Matriz morfológica.
Fonte: Elaborado pela autora, 2022

2.6.3.1. Geração de alternativas para o formato e encadernação

Foi realizado, inicialmente, a geração de alternativas no qual foram elaborados protótipos de baixa fidelidade (Figura 26) para estruturar as ideias no papel. Esse momento foi importante para a autora visualizar o comportamento e interação do livro-objeto antes que fosse definido o caminho que este projeto seguiria.



Figura 26 - Primeira geração de alternativas.

Fonte: Autora, 2022

Através do conhecimento adquirido pela análise de similares e de público-alvo, definição de conceitos, definição do conteúdo e pela matriz morfológica, foram levantadas três opções para o formato do livro textual e ilustrado: Sanfonado, Fichário e Zine (Figura 27).

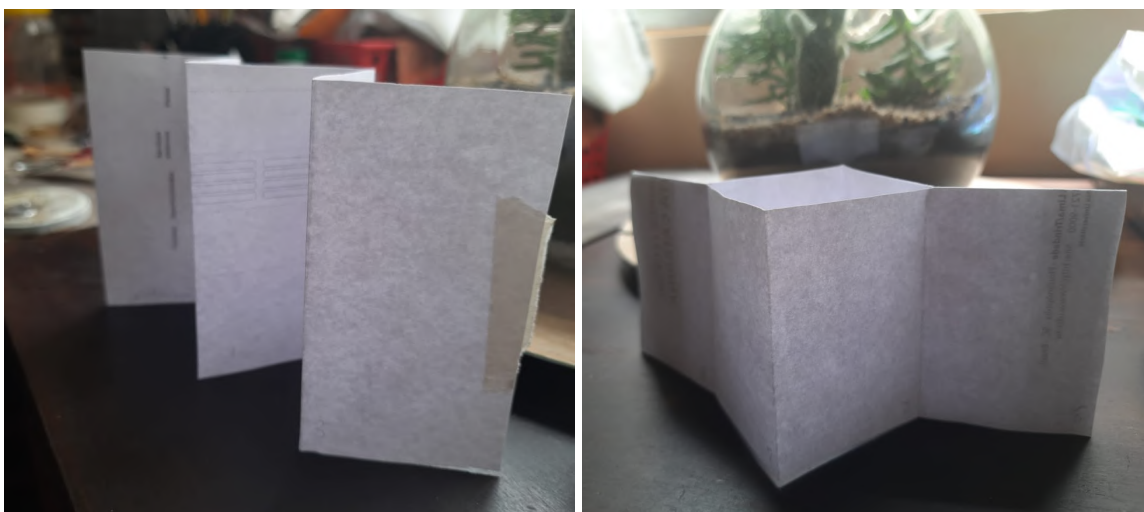


Figura 27 - Propostas para o livro, respectivamente: sanfonado e zine.

Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Após serem realizados mais testes, a autora optou pelo formato Sanfonado porque permitia mais possibilidades plásticas (como bolsos para guardar elementos interativos) e também porque proporciona um número maior de páginas. Além disso, o formato contemplava o conceito Florescer (Transformação) pela interação com o objeto de abrir da sanfona, tornando-a algo maior e surpreendente.

Em relação ao Fichário, o formato é visto como uma possibilidade para uma futura atualização do projeto com mais recursos de tempo e orçamento, já que também foi considerado como uma boa opção por ser um objeto muito apreciado pelo público-alvo.

Além do livro sanfonado, houve a ideia de fazer uma embalagem para o livro, em formato *Jacket*, para envolver o produto como uma sobrecapa para guardar elementos como brindes, como mostra a figura 28. Essa escolha se dá, principalmente, pelos painéis de referências do conceito À flor da pele e Florescer (Transformação).

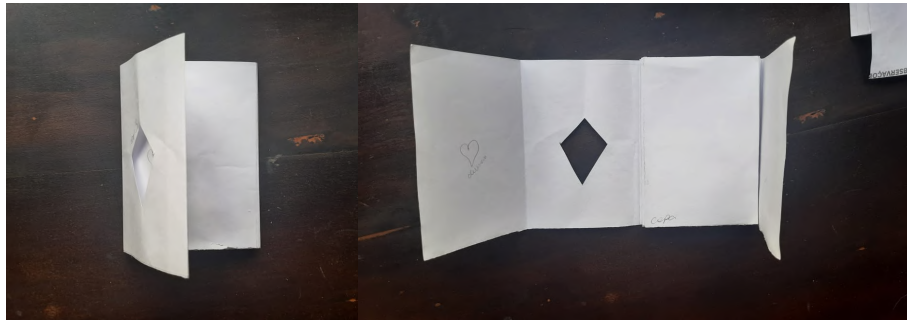


Figura 28 – Protótipo para a sobrecapa do livro-objeto.
 Fonte: Autora, 2022

A partir disso, foi proposto um estudo para sobrecapa *jacket* que busca simplificar a ideia para o livro-objeto e também testar o comportamento da interação, ele é visto a seguir na figura 29:

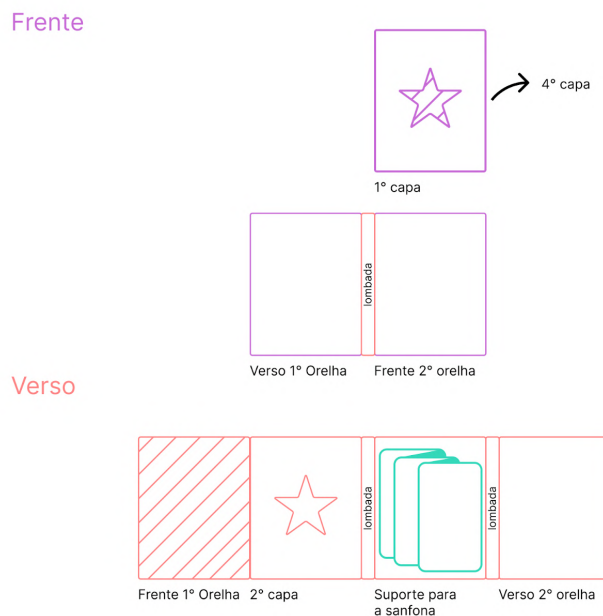


Figura 29 – Estudo para a sobrecapa.
 Fonte: Autora, 2022

2.6.3.2. Geração de alternativas para ilustração e elementos gráficos

Baseado nos painéis de referências sobre os conceitos, conclui-se que a melhor forma de expressar os três conceitos do projeto seria uma combinação por três técnicas: Aquarela, Marcadores e Colagem com as figuras (Figura 30). Para o estilo gráfico, também foi definido o uso de ilustrações minimalistas e caricaturais, a partir da observação dos painéis de referências e da pesquisa de similares. Os estilos serão explorados na etapa de Experimentação.

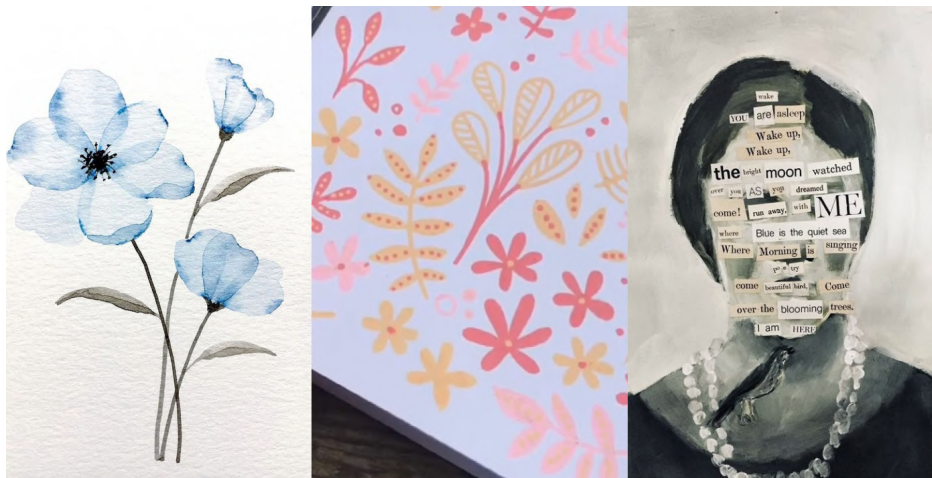


Figura 30 – Técnicas propostas, respectivamente: Aquarela, Marcadores e Colagem.
 Fonte: Elaborado pela autora, 2022

2.7 MATERIAIS E TECNOLOGIAS

Visa encontrar os meios para o desenvolvimento da solução, a etapa de materiais e tecnologias entrega ao designer um momento para o observar como ele resolverá o problema por uma nova coleta de dados. Segundo Munari (2008), é inútil pensar em soluções para a indústria que não consertam o que a mesma oferece relativo aos materiais e às tecnologias.

Assim como o tópico anterior, este será dividido nas descobertas sobre o formato e a encadernação, e sobre ilustração e demais elementos gráficos.

2.7.1. Formato e encadernação

Para tal, foram utilizados papéis de rascunho, fita adesiva, estilete, tesoura e régua (Figura 31) para a realização de diversos testes. Os primeiros protótipos foram feitos em tamanho reduzido.



Figura 31 – Materiais utilizados para testes.

Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Foi percebida a necessidade de um papel mais resistente às dobras para a construção do produto final, que possibilitasse maior facilidade na dobragem manual sem craquelar a impressão nos vincos. Em uma coleta rápida de similares, a autora encontrou sendo utilizado o paper offset de 150 e de 180 g/m² para livros com dobras, tal como o formato sanfonado. Na figura 32, são utilizados como referência os livros-objeto *Fachadas* por Rafael Sica (Lote 42, 2017), *De novo* por Gustavo Piqueira (Lote 42, 2017) e *Gelatina Geral* por Lara Benedet (2021), respectivamente.

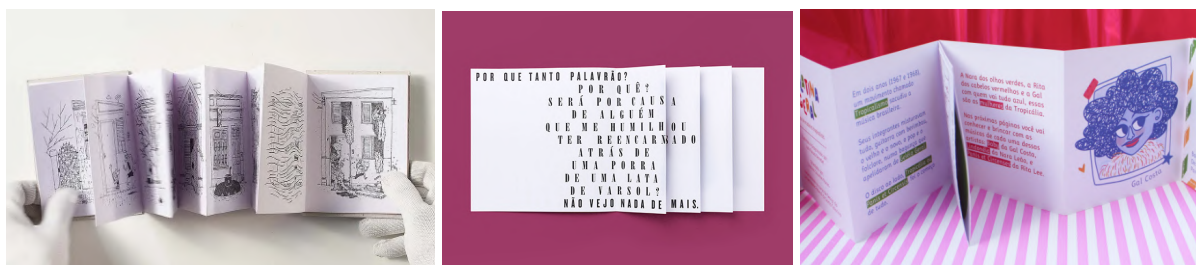


Figura 32 – Referências, respectivamente: *Fachadas* (Lote 42, 2017); *De novo* (Lote 42, 2017); *Gelatina Geral* (Benedet, 2021)

Fonte: Elaborado pela autora, 2022

2.7.2. Ilustração e elementos gráficos

Para a experimentação dos estilos propostos, foram utilizados papel próprio para aquarela (300 g/m²), kit de aquarela, pincéis, canetas marcadoras e caneta nanquim. (figura 33). Além dos materiais tradicionais, também tinham disponíveis softwares de ilustração digital como *Adobe Illustrator* e *Adobe Photoshop*.



Figura 33 – Materiais utilizados para experimentações de ilustração e elementos gráficos
Fonte: Elaborado pela autora, 2022

2.8 EXPERIMENTAÇÃO

O momento de experimentação também é direcionado a testes a partir do que foi levantado nas últimas etapas. Além disso, também promove a abertura para mais etapas de criatividade, uma vez que a metodologia entra em um período cíclico, porque, como expõe Munari (2008), já que na Experimentação é descoberto novas maneiras de aplicar um material ou uma tecnologia.

2.8.1. Formato e encadernação

A partir da escolha por prosseguir com formato sanfonado, foi experimentado o formato e suas características para ser analisado como seria organizado as páginas e dispostos os bolsos (encontro das folhas). Utilizando ainda papéis de rascunhos, eles foram divididos em 3 faixas do mesmo tamanho para os testes (Figura 34).

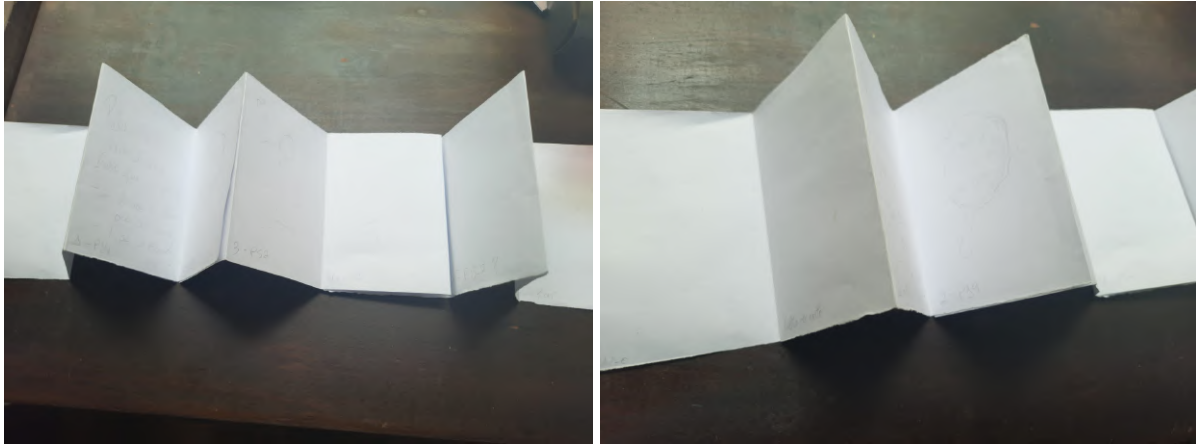


Figura 34 – Experimentação do formato sanfonado.

Fonte: Autora, 2022

2.8.2. Ilustração e elementos gráficos

Para iniciar o processo, a autora gerou rascunhos para as ilustrações baseadas em cada um dos trechos do tópico **2.6.1 Definição do conteúdo**. Para as ilustrações, o desejado eram desenhos que trouxessem um olhar mais divertido e jovial para cada trecho. A partir disso, foram realizados rascunhos das ilustrações (figura 35).

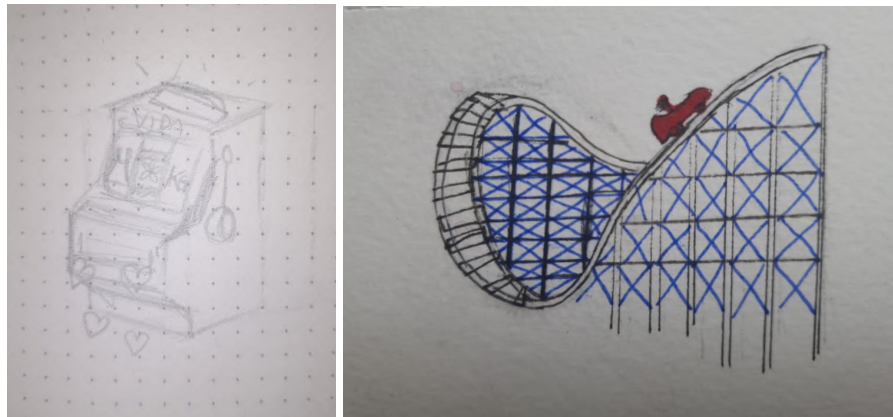


Figura 35 – Etapa de rascunhos das ilustrações

Fonte: Autora, 2022

Também nesse processo, foram realizados experimentos (Figura 36) com os marcadores e com aquarela no papel de 300 g/m² para ilustrar flores e folhas para o projeto. Como

resultado, foi visto a questão da textura de aquarela e dos traços mais livres e delicados.



Figura 36 – Experimentações com aquarelas e marcadores.

Fonte: Autora, 2022

Também foi aproveitado o momento para colorir as ilustrações, utilizando a aquarela para colorir após serem finalizadas com nanquim. Alguns detalhes foram feitos com marcadores. O traço das ilustrações remete a algo realizado a mão e pessoal, como rabiscos em um caderno.

Após isso, as imagens foram digitalizadas e testadas nos softwares de imagem *Adobe Illustrator* e *Adobe Photoshop*. Porém, ao serem exportadas, houve uma perda de qualidade porque as imagens pareciam estouradas. Elas foram digitalizadas por celular e scanner, mas ainda mantinham esse aspecto, tanto em telas quanto na impressão. Como o objetivo era um traçado mais leve, utilizar efeitos para recuperar a qualidade tirariam o aspecto natural. Devido ao tempo, não seria possível digitalizar as obras em ateliês específicos para digitalização com aquarela.

Nesse sentido, optou por trabalhar com ilustração digital utilizando pincéis digitais que imitassem aquarela e canetas, além de outros materiais de pinturas tradicionais. Eles se comportam melhor em relação à qualidade para trabalhar nos softwares e na impressão após serem tratados.

2.9 MODELO

Em uma das últimas etapas da metodologia de Munari, o objetivo é concluir os últimos tópicos relacionando as conclusões tiradas à construção de modelos demonstrativos e replicáveis para a solução. Munari (2008) explica que um modelo, eventualmente, pode ser a solução.

2.9.1. Formato e encadernação

2.9.1.1. Formato e tamanho

De acordo com Romani (2011), o formato do livro-objeto com dobra-sanfona é um recurso que dá ao leitor duas possibilidades para o ritmo de leitura: uma forma tradicional e uma forma linear. Além disso, surpreende o leitor por fugir do convencional. De maneira conceitual, esse formato transmite fluidez e a ideia de “crescimento”. O formato será composto, além das dobras, por duas lâminas de capa dura (papelão encadernado) que ajuda no manuseio do livro, já que as folhas não estão presas numa lombada.

Inicialmente, o formato para o livro foi determinado a partir de uma proporção, e, optou-se por escolher a razão áurea (Figura 37), conhecida também como Espiral Áurea, que se relaciona como símbolo de beleza e equilíbrio, como Haslam (2007) traz. A proporção obedece a razão de 1:1,618. Seu formato também é retangular e retoma aos conceitos vistos no painel de referências do conceito Florescer (Transformação).

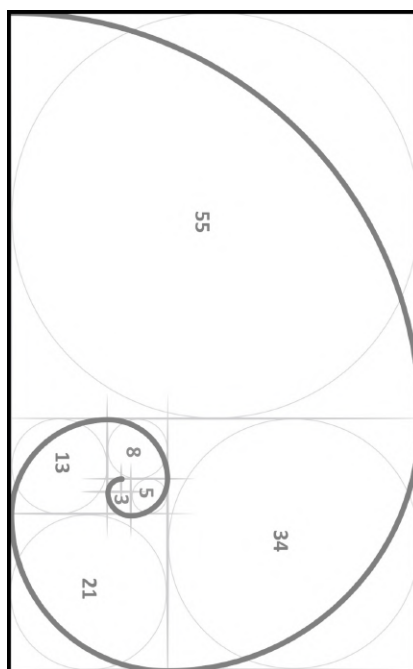


Figura 37 – Formato a partir da razão áurea.

Fonte: Autora, 2022

Como observado na etapa de experimentação, a quantidade de páginas desejadas para o livro-sanfona vai definir a quantidade de lâminas de papel que serão necessárias. Existem livros-sanfonas resultantes em mais de 5 metros quando aberto, em uma leitura

linear. Ao ser experimentado no tópico anterior, foi visto que, para resultar em 24 páginas, seriam necessárias três lâminas com 3 dobras (4 páginas), sendo que 4 páginas são perdidas porque são usadas para unir as lâminas.

Foi considerado que as páginas deveriam acomodar-se no formato A3 para então ser definido o tamanho final do livro, já que está dentro do formato (66 x 96 cm) utilizado para impressão em gráficas digitais (onde seria impresso a solução final do projeto por questão do tempo e recursos) para o aproveitamento do papel. Assim, foi definido que o tamanho do livro fechado seria de 90mm x 145 mm, permitindo que coubessem na frente e verso de uma A3, resultando 16 páginas por folha no total (Figura 38).

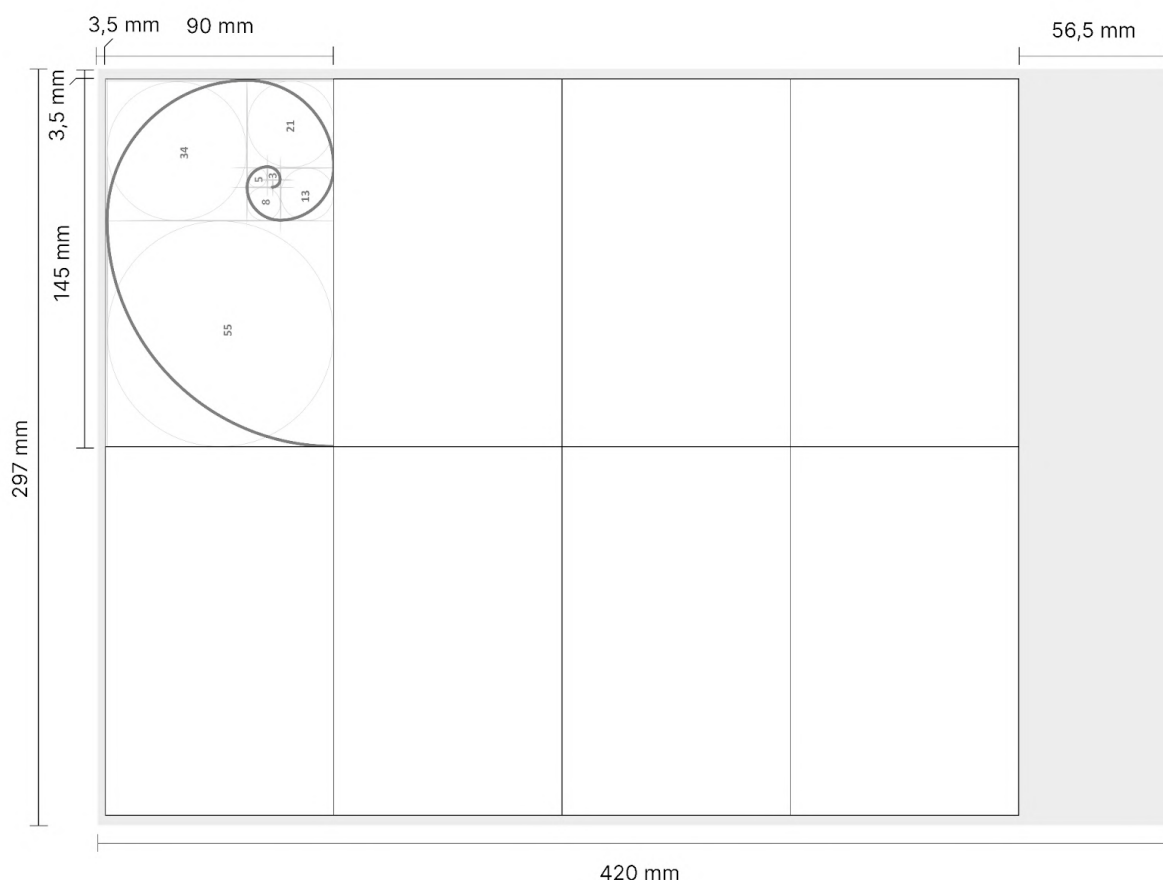


Figura 38 – Sanfona acomodada na folha A3.

Fonte: Autora, 2022

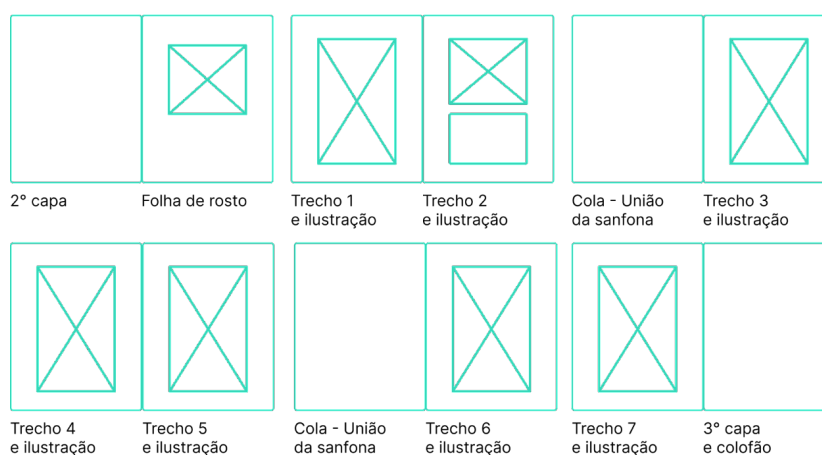
2.9.1.2. Espelho da publicação

No processo para estruturar a publicação antes de iniciar a diagramação, foi construído um espelho para visualizar e definir o posicionamento das páginas dentro do formato. Além do conteúdo textual e imagético da publicação, também existem as

páginas com as informações pré-textuais, pós-textuais e as páginas em branco (disponíveis para a união das lâminas da sanfona). Sendo assim, essa técnica permite o planejamento do conteúdo do livro de maneira sistêmica.

O projeto será constituído por 12 páginas na frente e no verso, são elas: 4 capas; 1 página para o conteúdo pré-textual (folha de rosto); 1 página para o conteúdo pós-textual (biografia da autora); 14 páginas com o conteúdo-textual e imagético da publicação; E 4 páginas para a cola da sanfona (nas quais serão posicionadas os bolsos). O diagrama do espelho da publicação pode ser visto na figura abaixo:

Frente



Verso

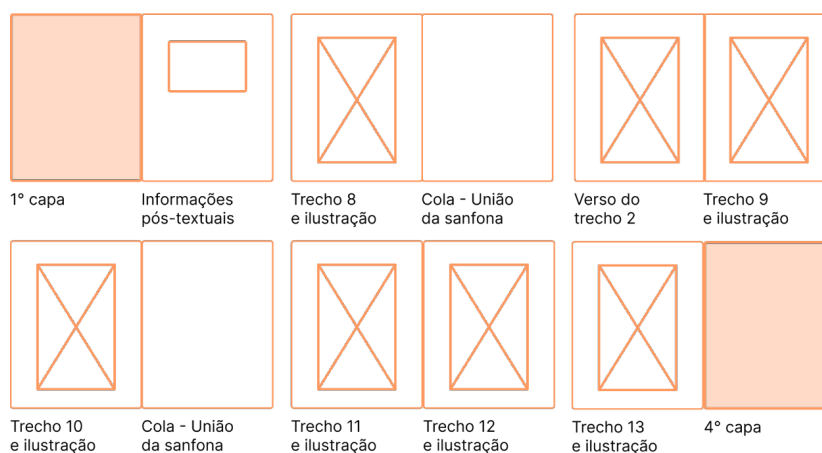


Figura 39 – Diagrama espelho da publicação

Fonte: Autora, 2022

Cada página do livro será destinada a uma resposta, sendo algumas constituídas por texto e ilustração e outras apenas pela ilustração.

2.9.2. Tipografia

2.9.2.1. Coleta de alternativas

Optou-se por utilizar mais de uma tipografia no projeto, sendo uma para ser usada majoritariamente como corpo de texto, e as demais para compor intervenções nas imagens, conectando com o conceito Identidade. Sendo assim, a coleta de alternativas foi dividida em 3 grupos: tipografia serifada, tipografia não serifada, e tipografia manual (*display*).

O pré-requisito inicial foram tipografias que se apoiam nos painéis de referências dos conceitos, ou seja, que expressassem os conceitos do projeto. Após isso, a autora coletou pelo menos 3 opções para cada grupo, a partir de uma análise mais superficial dos tipos, considerando os demais requisitos como: número de recursos e legibilidade da fonte. As fontes escolhidas são gratuitas e disponibilizadas pelo *Google Fonts*. A seguir, na figura 40 a 42, são vistas as alternativas escolhidas para as tipografias:

A. Serifada

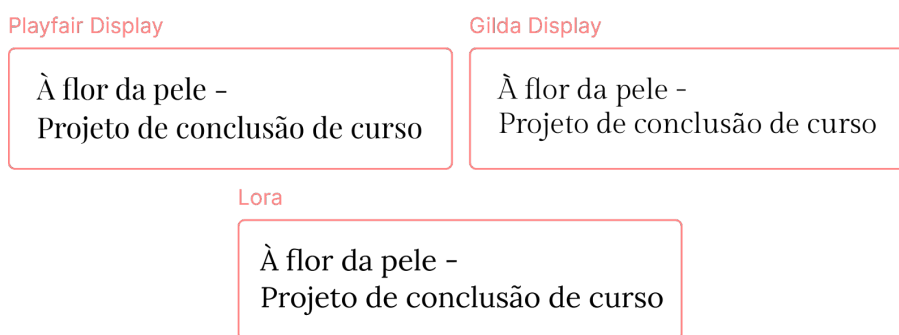


Figura 40 – Alternativas para tipografia serifada.

Fonte: Autora, 2022

B. Não serifada

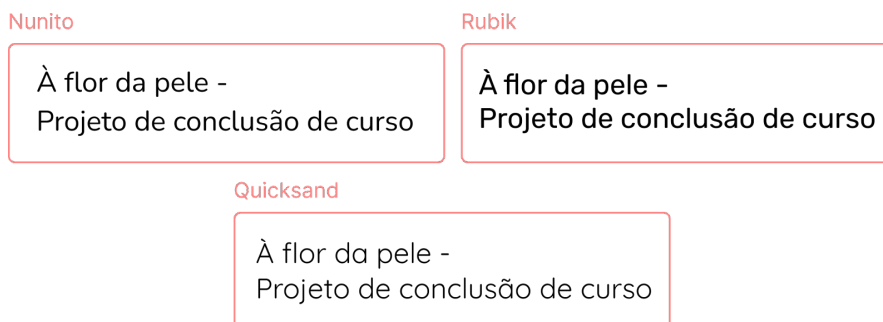


Figura 41 – Alternativas para tipografia não serifada.

Fonte: Autora, 2022

C. Manual

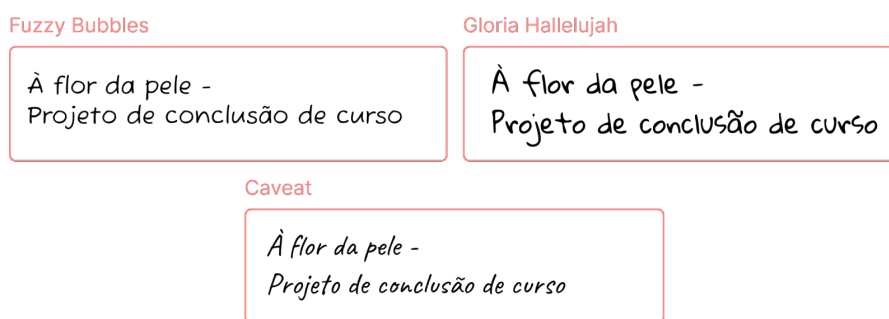


Figura 42 – Alternativas para tipografia manual.

Fonte: Autora, 2022

2.9.2.2. Método para seleção

Após serem escolhidas alternativas para as tipografias, foi necessário definir a proposta final. Para isso, foi utilizado o Modelo de Apoio à Seleção Tipográfica desenvolvido por Meürer (2017). Seguindo o modelo, foram definidos critérios para avaliar as opções de tipografia para o projeto (Quadro 5).

Crítérios	Descrição	Pesos
Legibilidade	<p>As características sobre legibilidade se relacionam com a pregnância dos caracteres sobre o suporte, como traz Meürer (2017). Entre os fatores observados estão as características como a variação de altura-x, largura e espessura do traço e proporção. Também se relaciona com fatores sobre os espaços internos e as aberturas do caractere. A distinção entre os caracteres é um fator a ser analisado, como a distinção entre letras como "a", "g" e "o"; p,q,b,d; além dos caracteres l, I.</p> <p>Meürer (2017) explica que alguns tipos de tipografia, como <i>display</i>, são menos legíveis devido aos contrastes entre os traços e a pequena distinção entre os caracteres.</p>	Serifada: 5 Não serifada: 5 Display: 4

Variações e recursos	<p>É relacionado aos recursos da família da tipografia, por exemplo, em relação às variações como postura, largura e peso. (Meürer, 2017).</p> <p>Uma tipografia com recursos também é aquela que oferece recursos como acentuação suficiente, pontuação, e demais caracteres.</p> <p>Além disso, existe o fator sobre a disponibilidade para mais línguas.</p>	<p>Serifada: 4</p> <p>Não serifada: 5</p> <p>Display: 4</p>
Expressão	<p>Tipos mais expressivos chamam mais atenção do leitor, além de comunicar o conceito por trás da publicação, isto é, podem transmitir a mensagem e a identidade desejada pelo designer. As características que definem isso podem ser: peso, contraste do traço, inclinação, textura e curvatura da fonte (Meürer, 2017).</p>	<p>Serifada: 4</p> <p>Não serifada: 5</p> <p>Display: 5</p>
Qualidade	<p>A qualidade se relaciona bastante com as distorções nos glifos, kernings inadequados ou demais inconsistências. Por exemplo, algumas tipografias têm defeitos revelados na impressão.</p>	<p>Serifada: 5</p> <p>Não serifada: 5</p> <p>Display: 5</p>
Suporte	<p>É caracterizado pela adaptabilidade da tipografia em relação ao seu meio, como digital ou impresso.</p>	<p>Serifada: 5</p> <p>Não serifada: 5</p> <p>Display: 3</p>

Quadro 5 - Critérios e peso em relação aos grupos de tipografia

Fonte: Autora, 2022.

Os critérios de licenciamento e financiamento foram critérios eliminatórios, uma vez que a autora escolheu tipografias disponíveis gratuitamente pelo *Google Fonts*. Além deles, também foi desconsiderado o critério de aspectos histórico-culturais por não ter disponíveis as informações de todas as tipografias selecionadas.

Abaixo estão os resultados da matriz em cima dos métodos:

A. Serifada

Entre as opções serifadas, a tipografia que mais se destacou na matriz de decisão (Quadro 6) foi a Lora. A Playfair Display e Gilda Display tinham contraste alto que atrapalhava a legibilidade e prejudicava a qualidade, uma vez que eram *displays*. Alguns

caracteres não tinham distinção e havia poucos recursos. Enquanto isso, a Lora, têm disponível 8 variações, suporta 314 línguas, e foi criada pensando no meio digital e também no impresso. É uma tipografia moderna, levemente contrastante e terminais levemente curvados.

	Aspectos Formais e Funcionais		Aspectos EXPRESSÃO	Aspectos Técnicos		RESULTADO
	LEGIBILIDADE	VARIAÇÕES e RECURSOS		QUALIDADE	SUPORTE	
atribuir pesos	5	4	4	5	5	
Avaliação						
Playfair Display	4	5	4	4	4	96
Gilda Display	4	1	5	5	5	94
Lora	5	5	5	5	5	115

Quadro 6 - Matriz de seleção da tipografia serifada.

Fonte: Autora, 2022.

B. Não Serifada

As opções escolhidas tem glifos arredondados, com suas aberturas, espaços e terminais favorecendo esses aspectos. Entre as tipografias propostas, a tipografia Nunito teve o maior resultado (Quadro 7), já que além de expressar algo mais jovial e acessível, também oferece boa distinção entre os caracteres, pregnância entre o traçado e qualidade no refinamento grifo. Ela também tem 19 variações na família, assim como demais recursos.

	Aspectos Formais e Funcionais		Aspectos EXPRESSÃO	Aspectos Técnicos		RESULTADO
	LEGIBILIDADE	VARIAÇÕES e RECURSOS		QUALIDADE	SUPORTE	
atribuir pesos	5	5	5	5	5	
Avaliação						
Nunito	5	5	5	5	4	120
Rubik	5	5	4	4	4	110
Quicksand	4	4	5	4	4	105

Quadro 7 - Matriz de seleção da tipografia não serifada.

Fonte: Autora, 2022.

C. Manual

Como tipografias manuais, os critérios mais relevantes para o projeto devidos aos conceitos foram Expressão e Qualidade. A partir disso, a tipografia com maior resultado foi a Fuzzy bubbles (Quadro 8), que com seu aspecto caligráfico, transmite a ideia de personalidade de algo escrito à mão sem perder a pregnância para a leitura. Porém, como a tipografia Caveat teve um resultado próximo, ela também foi considerada para a etapa de teste tipográficos. Em ambas foram percebidas boas características de qualidade e também de legibilidade, considerando suas características como *display*.

	Aspectos Formais e Funcionais		Aspectos	Aspectos Técnicos		RESULTADO
	LEGIBILIDADE	VARIAÇÕES e RECURSOS	EXPRESSÃO	QUALIDADE	SUPORTE	
atribuir pesos	4	4	5	5	4	
Avaliação						
Fuzy Bubbles	5	3	5	5	1	86
Gloria Hallelujah	3	2	5	2	1	59
Caveat	4	5	5	4	1	85

Quadro 8 – Matriz de seleção da tipografia manual.

Fonte: Autora, 2022.

Sendo assim, para a próxima etapa com teste de impressão foram selecionadas as tipografias Lora, Nunito, Fuzzy Bubbles, e Caveat.

2.9.2.3. Teste de impressão

Para concretizar a visão sobre qualidade e definir o tamanho da tipografia para a publicação, foi elaborado um teste de impressão (Figura 43) comparando a proposta tipográfica. Foi impresso um documento com textos ilustrativos para observar o comportamento da fonte em relação aos pesos, tamanho e acabamento no suporte.

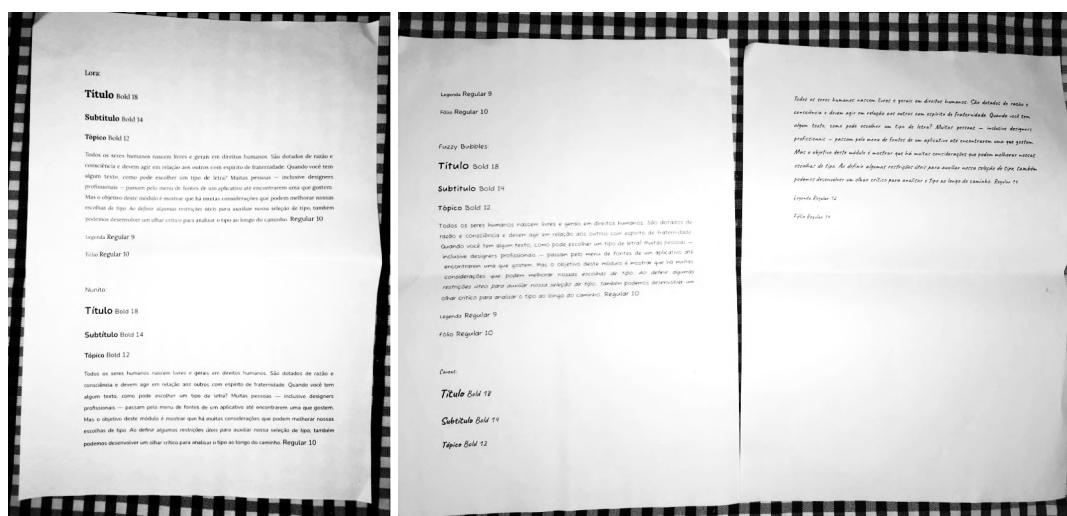


Figura 43 – Teste de impressão da tipografia

Fonte: Autora, 2022

Após a impressão, foi analisado que todas se adaptam bem ao suporte. Porém, optou-se por continuar o projeto com duas tipografias caligráficas e uma serifada, sendo a Fuzzy Bubbles para o corpo de texto já que a mesma expressa os conceitos do projeto de algo feito à mão e também mantém legibilidade considerável para uma tipografia *display*, uma vez que tem grande espaço interno e traço sinuoso.

Por outro lado, a Caveat e a Lora seriam utilizadas para compor as intervenções. A escolha da Caveat veio por sua inclinação adequada e personalidade por transmitir uma

escrita rápida e variável, isto é, irregular. Foi percebido que a tipografia Caveat tem a forma menor do que as demais fontes.

Já a Lora é caracterizada por seu perfil contemporâneo e ainda assim sensível. Tem glifos delgados e serifas com terminais levemente ondulados (não angulares). Conecta-se com o que foi observado nos painéis de referência do conceito À flor da pele.

Foi descontinuada a tipografia não serifada porque ela não parecia se comunicar com o projeto e seus conceitos, assim a autora priorizou trabalhar com as demais.

A figura abaixo mostra o resultado da seleção tipográfica:

Fuzzy Bubbles

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456790 | '~^,,:?!"

Lora

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456790 | '~^,,:?!"

Caveat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456790 | '~^,,:?!"

Figura 44 – Resultado da seleção tipográfica.

Fonte: Autora, 2022

2.9.2.4. Definição do tamanho da tipografia

A tipografia é uma das bases para um projeto, e, neste, sua função principal acaba por ser a estética, e sua função secundária como comunicativa. Isso porque a tipografia do corpo de texto é manual, transmitindo principalmente as questões conceituais do projeto. Além disso, no conteúdo, a proposta é que a tipografia apareça como uma intervenção na composição. Por causa disso, alguns blocos de texto variam o tamanho da tipografia em relação a sua composição.

Uma das dificuldades para a definição do tamanho do corpo de texto veio pelo formato do livro ser considerado pequeno (90mm x 145mm) e pelos blocos textuais serem variáveis. De acordo com Burt (CASTRO, 2019), o tamanho da tipografia recomendável para crianças entre 10 e 12 anos seria de 12pt, enquanto para crianças com mais de 12 anos seria de 11 pt. A partir disso, considerando que a fonte Fuzzy Bubbles é uma

tipografia com caracteres mais largos e redondos, o tamanho para o corpo de texto ficou definido em 10pt após ser realizado um teste de impressão (Figura 45).

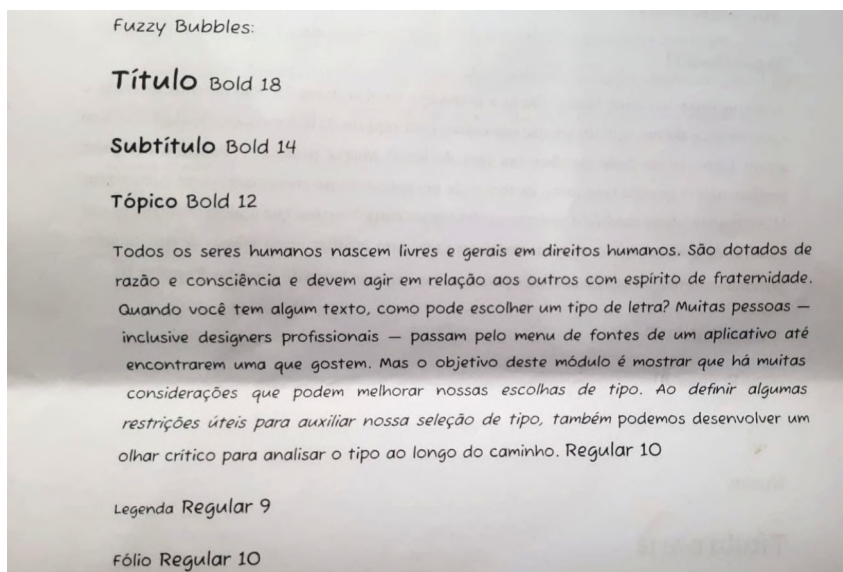


Figura 45 – Teste de impressão para tipografia Fuzzy Bubbles.
Fonte: Autora, 2022

O tamanho da coluna e a entrelinha do texto foi definida na próxima etapa, relacionando-as com a estruturação da diagramação do livro.

2.9.3. Diagramação

O livro possui um foco nas ilustrações e nas composições, assim, as massas de texto são variáveis e muitas vezes pequenas, algo típico das narrativas de *picture books*, de acordo com Romani (2011). Por causa disso, a organização e a diagramação do livro se tornam mais dinâmicas e livres, permitindo que o designer se ocupe em compor sensivelmente as páginas, trabalhando esteticamente com os elementos.

A diagramação do livro foi realizada pelo software *Adobe InDesign*, e para a construção do diagrama e grid para o projeto foi utilizado o método para Estruturação de Projetos gráficos desenvolvido por Castro e Perassi (2018). Nele, o agente que delimita o tamanho dos módulos do grid é a própria tipografia e o formato escolhido para a publicação. As etapas para a definição estão a seguir:

- Predefinição da forma da página;
- Definição da tipografia;
- Estabelecimento da entrelinha;
- Determinação do módulo;

- Dimensionamento da forma da página e construção da grade;
- Representação do diagrama;
- Configuração e ativação da linha de base;
- Distribuição de textos e imagens para compor a mancha gráfica.

2.9.3.1. Módulo do grid

O processo do método delimita o valor do módulo a partir da entrelinha da proposta tipográfica, e, a partir disso, como o formato da página está em função do módulo, é feito um ajuste nas medidas. Todavia, devido ao contexto, o tamanho da página está delimitado como 90mm x 145mm. O método de Castro e Perassi também sustenta a opção de não ajustar o formato, nesse caso o cálculo é inverso: o módulo (e, como consequência, a entrelinha) se torna subordinado ao formato da página.

O resultado será um módulo retangular (4,286mm x 4,143mm), e, considerando esse valor, o tamanho da entrelinha também seria de 4,143 mm, ou seja, 11,743 pt, como mostra a figura 46. De acordo com Burt (COUTINHO E SILVA, 2006 apud LOURENÇO, 2015), o valor adequado da entrelinha seria de pelo menos 2,54mm (7,2 pt) para o público-alvo do projeto (em relação ao corpo de texto com menos de 11pt).

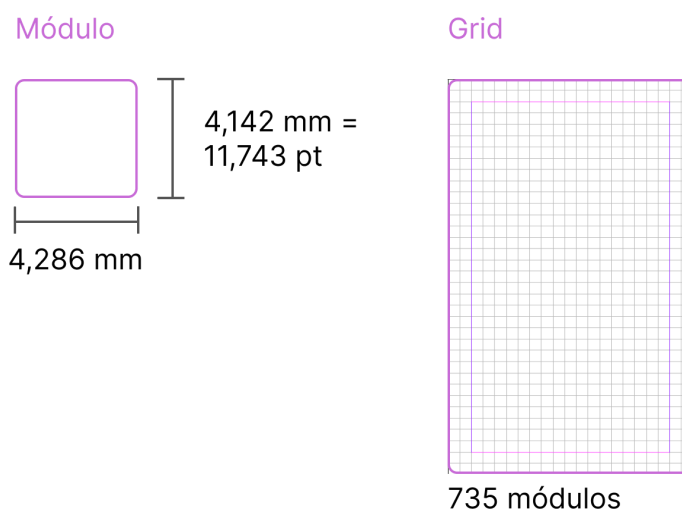


Figura 46.1 – Módulo e grid do projeto.

Fonte: Autora, 2022

2.9.3.2. Diagrama

Foi construído um diagrama retangular (Figura 47), com 2 módulos do grid para as margens. Como o conteúdo não é totalmente textual, e sim uma composição com as ilustrações, o bloco de texto pode ser variável, tendo o limite delimitado em 72,856 mm.

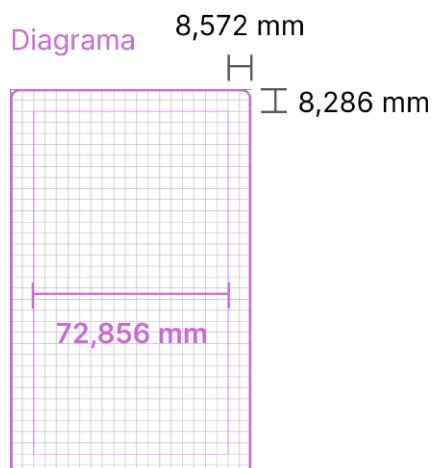


Figura 46.2 – Diagrama do projeto.

Fonte: Autora, 2022

A linha de base que alinha os blocos de textos ao diagrama depende da entrelinha definida. A configuração para o arquivo é que a linha de base inicia a partir da entrelinha (4,143 mm) e se repetirá a cada módulo.

Exemplos do grid, diagrama e linha de base ativada no arquivo na figura abaixo:



Figura 47 – Exemplos do grid, diagrama, e linha de base ativada.

Fonte: Autora, 2022

2.9.4. Proposta tipográfica

Após o processo do método para Estruturação de projetos gráficos, foi possível finalizar a proposta tipográfica, mostrada na figura a seguir:

Título

Fuzzy Bubbles, Bold 12 pt

Tópicos

Fuzzy Bubbles, Bold 10 pt

Corpo de texto

Fuzzy Bubbles, Regular 10 pt / 11,743 pt

Legenda

Lato, Itálico 9 pt

Colofão

Fuzzy Bubbles, Regular 8pt

Figura 48 – Proposta tipográfica.

Fonte: Autora, 2022

A tipografia Caveat não aparece na figura por ser utilizada de maneira artística junto das imagens do livro, entretanto o tamanho mínimo trabalhado foi 12 pt, já que foi observado nos testes de impressão que a tipografia era menor do que as demais devido a altura-x.

2.9.5. Paleta de cores

A proposta da paleta de cores foi retirada de um recorte dos painéis semânticos do tópico 2.6.2, a partir de um *plugin* do aplicativo *Figma*. Após essa etapa, buscou-se selecionar as cores mais saturadas e neutras para formar a paleta do projeto (figura 49). As cores saturadas foram utilizadas como principais para formar as ilustrações e demais elementos gráficos, enquanto as neutras eram secundárias, responsáveis por elementos menores.

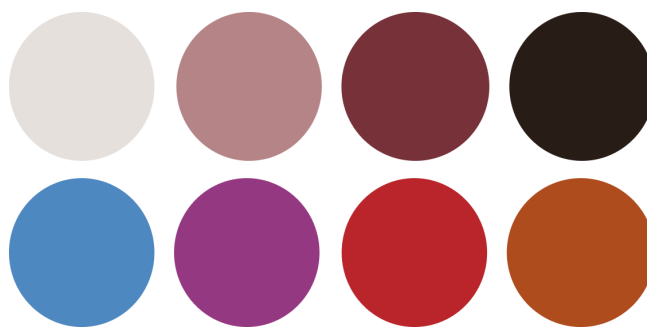


Figura 49 – Cores coletadas dos painéis semânticos.

Fonte: Autora, 2022

Em seguida, os códigos de cores mais saturadas foram levadas à ferramenta do *Adobe Color* (Figura 50) para comparar os tons e ajustar a paleta, tornando-a mais equilibrada entre si. Optou-se por cores próximas no círculo cromático.

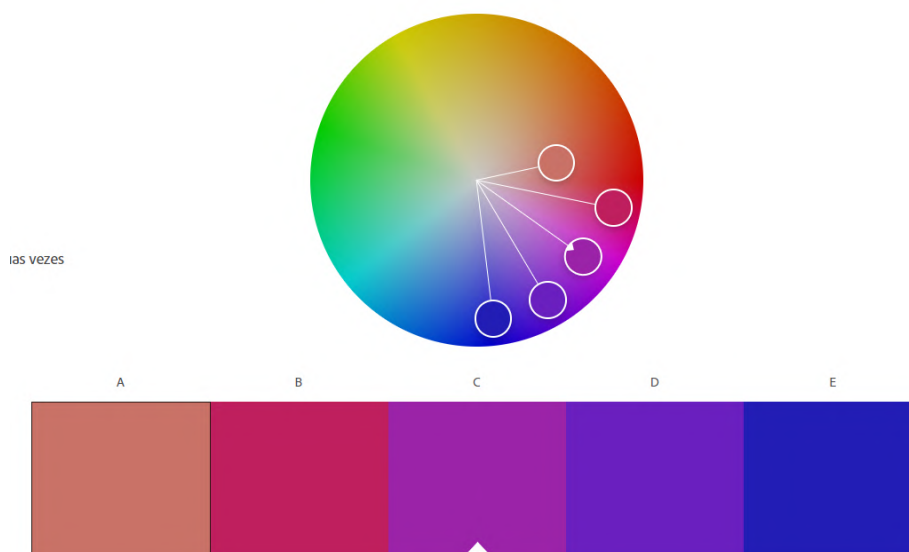


Figura 50 – Ajuste na ferramenta *Adobe Color*.

Fonte: Autora, 2022

Durante o desenvolvimento das ilustrações e demais elementos, aproveitou o momento para experimentar a proposta cromática, como adicionando ou retirando opções. Abaixo, na figura 51, é visto a proposta final da paleta de cor:

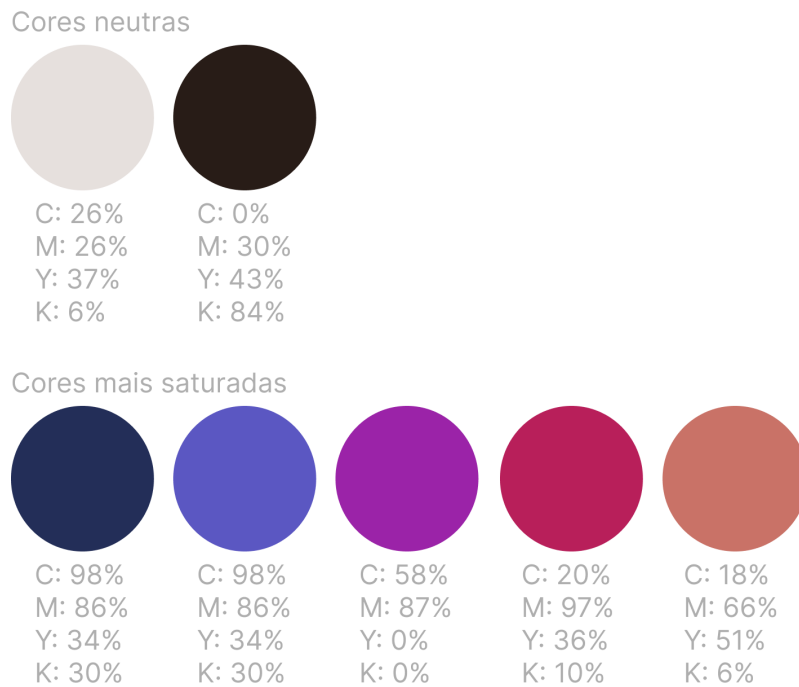


Figura 51 – Proposta cromática do projeto.
 Fonte: Autora, 2022

2.9.6. Ilustrações e elementos gráficos

Como descrito anteriormente, optou-se por prosseguir com ilustração digital. Para iniciar o processo, primeiro foram coletados pincéis digitais (Figura 52) adequados para o *Adobe Photoshop*, que tinham o aspecto de aquela e permitissem sobreposição de camadas. A autora utilizou pincéis disponibilizados pela Martina Palazzese gratuitamente e de modo online para montar o pacote do projeto após uma breve experimentação.



Figura 52 – Pincéis digitais utilizados.

Fonte: Autora, 2022

Em seguida, a partir das digitalizações mostradas no tópico 2.8, foram criados novos esboços e composições digitalmente.

2.9.6.1. Flores e manchas gráficas

Inspirados principalmente pelos conceitos *À flor da pele* e *Florescer (Transformação)*, os primeiros elementos desenvolvidos foram as flores e demais elementos relacionados com a natureza. Optou-se por começar por eles já que seriam os elementos que se repetiram mais nas próximas ilustrações e colagens, exatamente por estarem intimamente conectados aos conceitos do projeto.

A partir de referências (Figura 53) do *Pinterest* e do canal do *Youtube* da Shayda Campbell, foram ilustradas diversas flores e folhas, com as cores da paleta cromática contrastando entre os elementos. As camadas da ilustração digital eram com menos opacidade e com efeitos para transmitir o aspecto translúcido contra o papel, tal como aquarela (Figura 54).



Figura 53 – Aquarelas de referências.

Fonte: *Pinterest*.



Figura 54 – Flores pintadas digitalmente.
Fonte: Autora, 2022

Além disso, também foram produzidas manchas gráficas em aquarela para serem usadas como fundo em algumas colagens, conforme mostrado abaixo:



Figura 55 – Manchas de aquarela.
Fonte: Autora, 2022

2.9.6.2. Ilustrações

Oito dos 13 trechos se tornaram ilustrações que buscam transmitir o conteúdo textual como metáforas ou alegorias, utilizando uma linguagem mais figurativa para o público-alvo. As ilustrações foram desenhadas com um traçado em azul-marinho para suavizar o aspecto em relação ao preenchimento e ao papel.

Foram construídos painéis para explicar as referências por trás das ilustrações, mostrados abaixo:

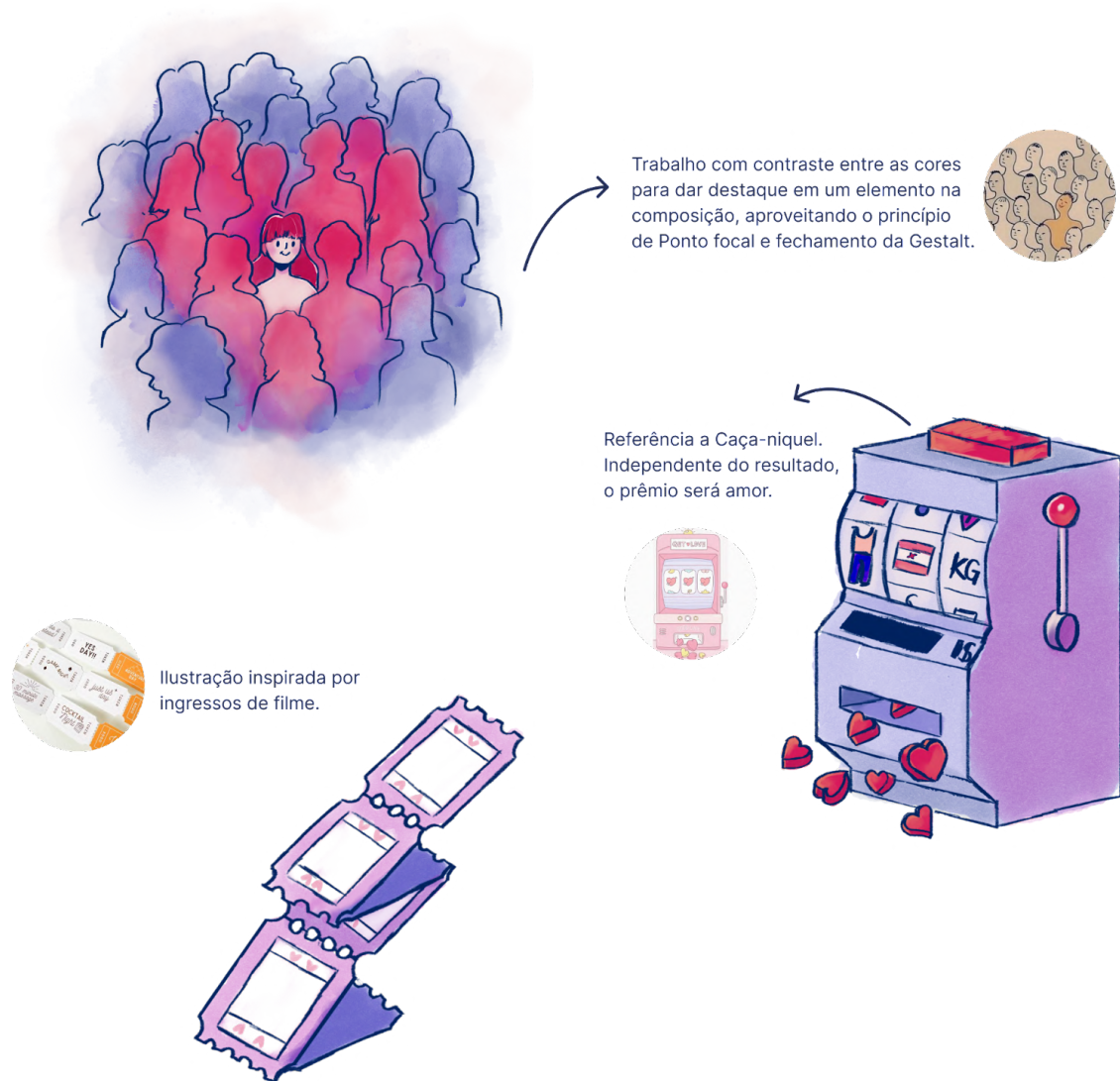


Figura 56 – Primeiro painel sobre as referências e motivações por trás das ilustrações
Fonte: Autora, 2022

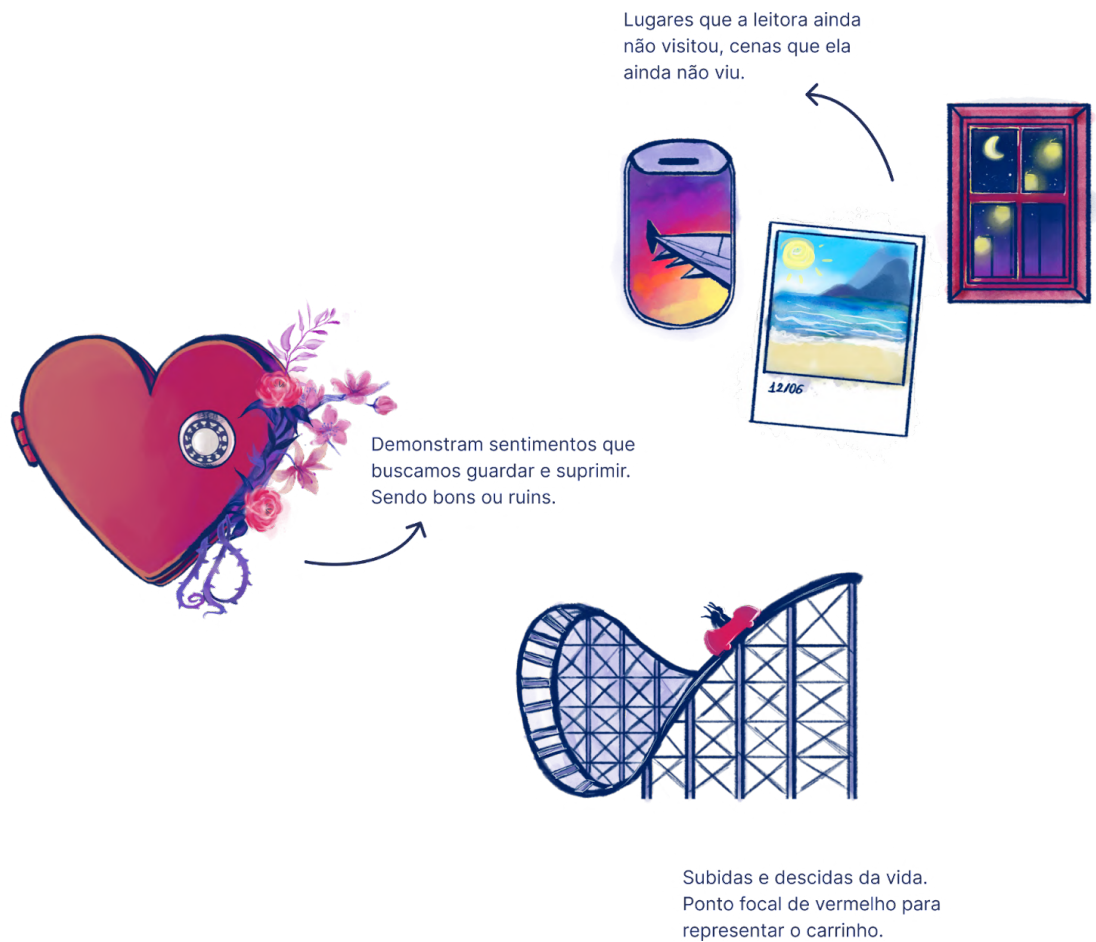


Figura 57 – Segundo painel sobre as referências e motivações por trás das ilustrações
 Fonte: Autora, 2022

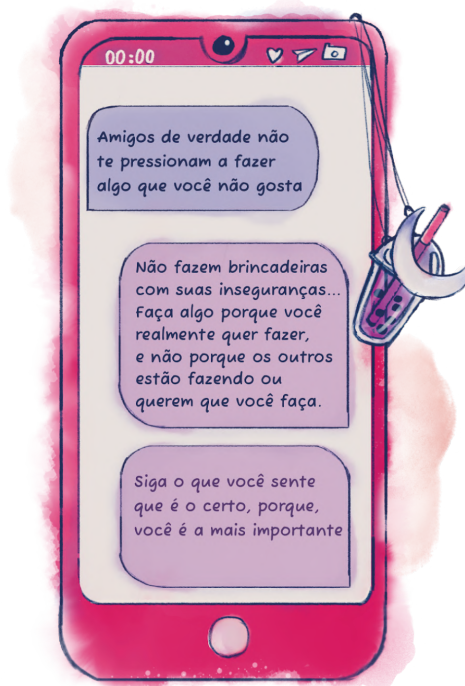


Figura 58 – Ilustração do celular.
 Fonte: Autora, 2022

Além delas, foi ilustrada uma imagem da autora para colocar na página pós-textual (Figura 59).



Figura 59 – Ilustração da autora.

Fonte: Autora, 2022

2.9.6.3. Colagens

Os trechos que se tornaram colagens são composições que brincam com recortes, ilustrações e também elementos gráficos. O aspecto por trás da ideia é de fato remeter que alguém teve um trabalho manual sobre a página, seja com a colagem quanto com intervenções e rabiscos feitos com caneta.

Inicialmente, certas figuras foram recortadas e editadas utilizando o *Adobe Photoshop*, e depois, no *Adobe Illustrator*, foram trabalhados com os outros elementos, assim como a brincadeira com as tipografias Lora e Caveat.

Também foram construídos painéis para conceituar as colagens, que podem ser vistos a seguir:

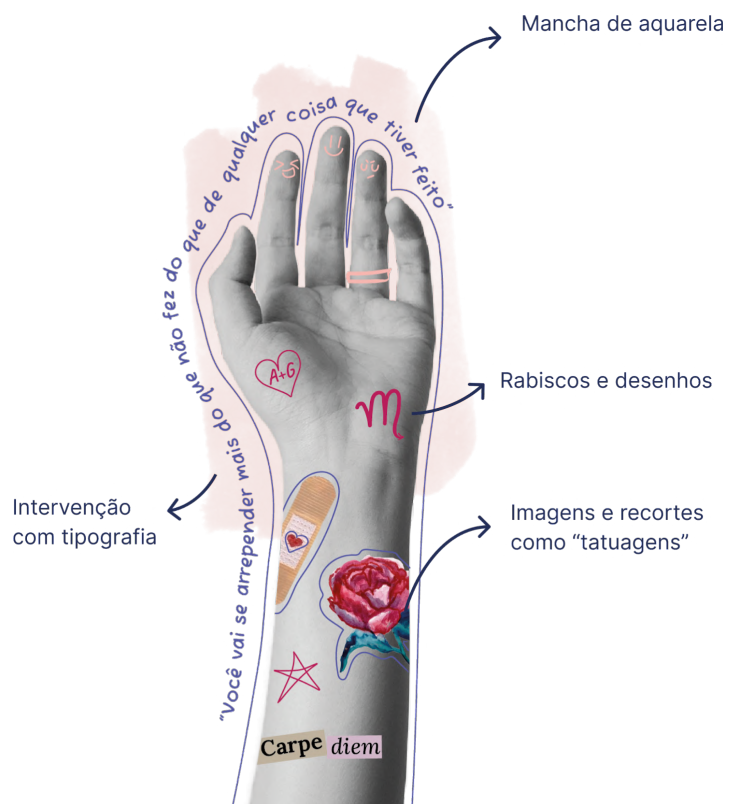


Figura 60.1 – Pannel sobre a colagem “Você vai se arrepender mais do que...”
 Fonte: Autora, 2022



Figura 60.2 – Pannel sobre a colagem “Você sempre será capaz de realizar...”
 Fonte: Autora, 2022



Figura 61 – Painel sobre a colagem “Não tenha medo de expor sua opinião!”
Fonte: Autora, 2022

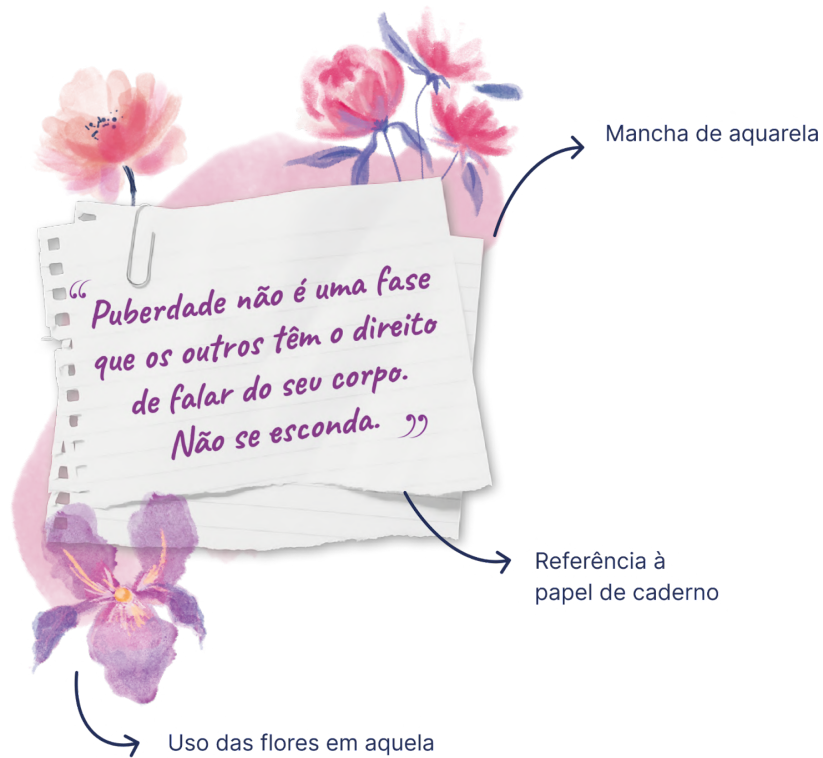


Figura 62 – Painel sobre a colagem “Puberdade não é uma fase...”

Fonte: Autora, 2022

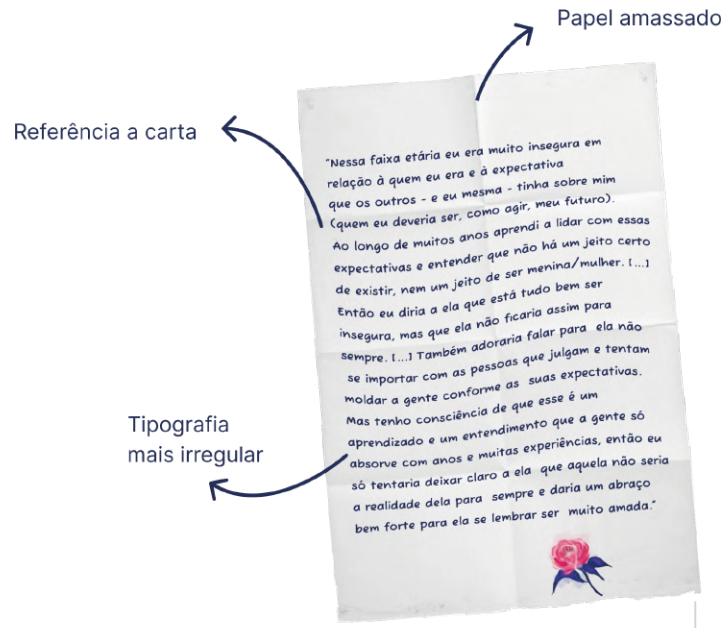


Figura 63 – Painel sobre a colagem da carta.

Fonte: Autora, 2022

2.9.6.4. Elementos

Elementos como rabisco, esboços e pequenos desenhos foram adicionados para traduzir o conceito de Identidade a partir do aspecto manual, como um caderno, transmitindo também como algo pessoal.

Foram utilizados pincéis do Adobe Illustrator com traçado e textura caligráfica para desenhar formas e linhas, ainda como vetor, para trabalhar junto das composições (Figura 64).

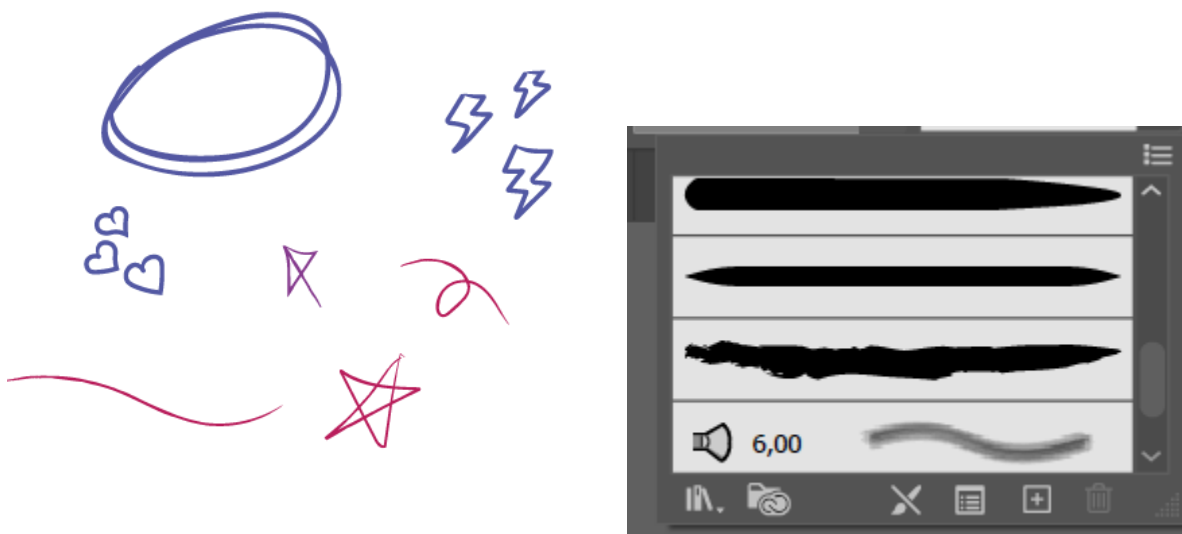


Figura 64 – Elementos e grafismos.
 Fonte: Autora, 2022

2.9.7. Elementos de interação com a leitora

2.9.7.1. Adesivos

Em relação ao conceito Identidade, foram produzidos adesivos como brinde para a leitora, como trazido no tópico 2.6.1. Neste primeiro momento, foram desenhados três a partir da linguagem visual. Priorizou-se três propostas pela delimitação do projeto (figura 65).

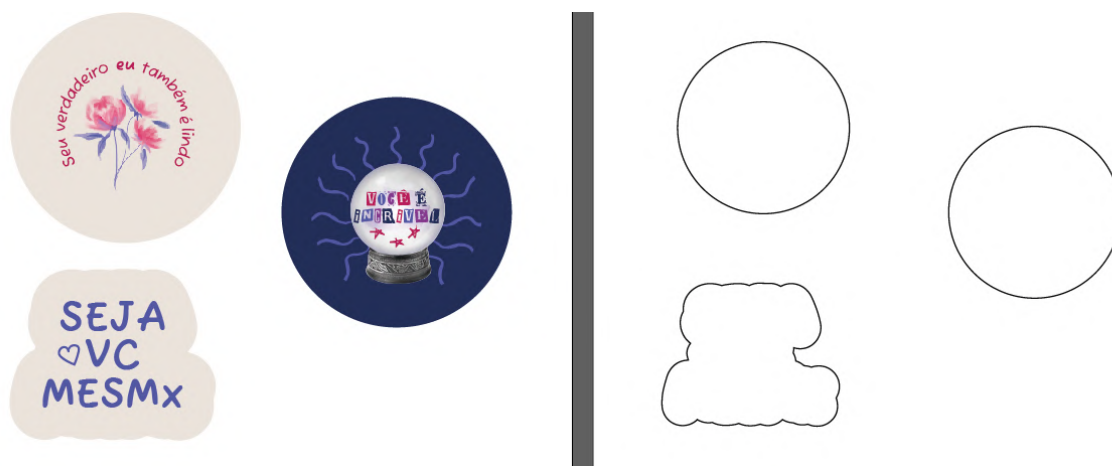


Figura 65 – Adesivos de brinde e e marca de corte.
 Fonte: Autora, 2022

Além desses adesivos, para o trecho da participante 37 “Confie mais em você, não tenha medo de expor a sua opinião!”, foram feitos também adesivos, convidando a leitora a intervir na arte. Os adesivos (Figura 66) remetem a rabiscos e anotações, utilizando a

tipografia Caveat. Os adesivos propostos vêm guardados no bolso em que se encontra o trecho.



Figura 66 – Adesivos do trecho “Confie mais em você...” e marca de corte.

Fonte: Autora, 2022

2.9.7.2. Espelho

Também utilizando o recurso dos bolsos da sanfona, a ideia inicial para o trecho da participante 19 “Você é linda do jeito que é. [...]” era um espelho atravessando os lados do livro. Segundo uma referência do painel semântico (Figura 67) do conceito Florescer (Transformação), o texto dentro do espelho procura passar o aspecto que alguém desenhou no objeto espelho.



Figura 67 – Referência para o recurso interativo.

Fonte: Autora, 2022

Para construir essa interação, em relação a delimitação e recursos do projeto, o material e tecnologia proposto foram uma folha de acetato de 18 micras com um adesivo transparente colado (Figura 68). A folha seria encaixada e colada entre o encontro das lâminas da sanfona, permitindo assim que os dois lados fossem recortados.



Figura 68 – Adesivo transparente “Você é linda e especial do jeito que é”.
Fonte: Autora, 2022

2.9.7.3. QR Code

Foi elaborada uma página na web pela ferramenta Google Sites em que se encontra a planilha com todas as respostas recebidas para projeto, permitindo que a leitora leia as respostas que ainda não foram produzidas e também leia na íntegra os trechos que aparecem no livro. Para encontrar a página, foi gerado um QR Code (Figura 69) na contracapa do livro e que, ao ser fotografado pelo celular, direciona ao navegador web com o link.



Figura 69 – Qr Code do site À flor da pele
Fonte: Autora, 2022

2.9.8. Desenvolvimento do logotipo e capa

Essa etapa iniciou pelo desenvolvimento do logotipo que, a partir de uma geração de esboços e opções (Figura 30), foi proposta uma versão mais sensível e leve, para conversar com as ilustrações.



Figura 70 – Propostas para o logotipo do projeto.

Fonte: Autora, 2022

Além de utilizar as tipografias Caveat, e, principalmente, a Lora, o logotipo (Figura 71) possui elementos que conversam com as imagens do livro, como intervenções similares à feita com caneta sobre o papel.



Figura 71 – Proposta final do logotipo do projeto.

Fonte: Autora, 2022

No momento seguinte, foram desenvolvidas a capa e a contracapa do livro (Figura 72). Além de utilizarem as ilustrações de flores, também apresenta uma folha de papel com rabiscos para conversar com o público-alvo. O seu tamanho é de 92 mm x 152 mm, sem as marcas de proteção para a montagem da capa dura.



Figura 72 – Capa e contracapa do projeto.
Fonte: Autora, 2022

2.9.9. Teste de impressão

Com a conclusão da diagramação com as ilustrações e textos dos livros, iniciou-se o processo de montar a prancha para impressão para realizar o teste de impressão inicial (Figura 73). Como um livro sanfonado com páginas frente e verso, preocupou-se em entender como fechar o arquivo para montá-lo, além de verificar mais uma vez a tipografia, cores, posicionamentos e pequenos erros.



Figura 73 – Teste de impressão.
Fonte: Autora, 2022

Foi possível observar como melhorar o fechamento do arquivo para a montagem do livro, colocando mais marcas de dobra e corte (Figura 74).

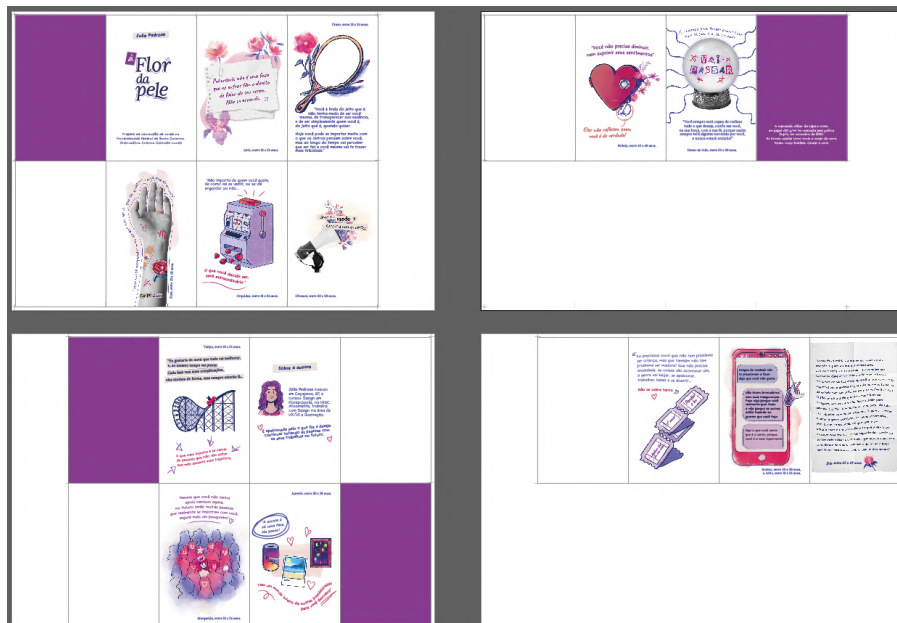


Figura 74 – Fechamento do arquivo.

Fonte: Autora, 2022

2.9.10. Sobrecapa

Decidiu-se por iniciar a construção da sobrecapa quando o modelo do livro já estivesse direcionado devido a definição do tamanho. Por causa do tempo, a autora optou por simplificar o modelo do *jacket*, sendo requisito ter um fecho, para segurar a sanfona.

Relacionado ao conceito À flor da pele, outro desejável era que a capa tivesse um recorte para expor o conteúdo. Em buscas por referências ligadas ao projeto, a principal inspiração veio de um formato de flor. (Figura 75).



Figura 75 – Referência de recorte.

Fonte: Dreamstime, 2022.

O estudo (Figura 76) seguiu para um formato que pudesse encaixar o livro de modo seguro. Sendo assim, foi definido um papel de maior gramatura para deixar a sobrecapa mais firme e resistente. O papel kraft de 300 g/m² pareceu a opção mais viável, além do fator estético visto no painel de referências do conceito Florescer.



Figura 76 – Estudo da sobrecapa
Fonte: Autora, 2022

Para a construção da sobrecapa, a autora utilizou das ferramentas: Mesa de corte, estilete, régua, lápis, borracha, dobradeira e também um molde de pétala (Figura 77).



Figura 77 – Ferramentas utilizadas para construção da Sobrecapa.
Fonte: Autora, 2022

Contemplando o seu objetivo, o resultado para a sobrecapa pode ser visto a seguir na figura 78. O modelo está presente no Apêndice B.



Figura 78 – Sobrecapa.
Fonte: Autora, 2022

2.10 DESENHO DE CONSTRUÇÃO

Segundo MUNARI (2008), a função dessa etapa é comunicar todas as informações necessárias para a produção da solução, que também pode resultar em protótipos de alta fidelidade para sintetizar o modelo para a Indústria.

O autor deixa claro que, até agora, tudo que foi ilustrado é baseado do que foi experienciado e ele é variável, porém, ainda é necessário seguir o modelo para sua reprodução. Sendo assim, essa etapa demonstra como construir a solução

Como mencionado anteriormente, o objetivo para esse projeto é de tiragem pequena, e, como os livros de artista, precisam de confecção manual ou apoio da própria autora. Sendo assim, as estratégias explicadas até aqui visam uma produção de maneira artesanal e artística.

2.10.1. Aspectos físicos

O livro-objeto apresenta 93mm x 153 mm fechado, devido às capas que são levemente maiores que o miolo para o suporte e fixação do miolo. Já o miolo mede 90mm x 145mm. A sanfona quando aberta resulta em 90 cm, com as capas. Elas são papelões encadernados com a arte e com as extremidades da sanfonada coladas como 3º e 4º capa.

A sobrecapa, fechada, mede 158 mm x 98 mm x 10 mm.

2.10.2. Fechamento do arquivo

Foi configurado uma margem de segurança de 3,5 mm como identificado no tópico 2.9.1.1. As imagens foram importadas com 300 dpi e em CMYK, assim como o arquivo em PDF gerado pelo *Adobe InDesign*. O arquivo foi aberto no *Adobe Illustrator* para ser organizado na prancha para impressão do miolo, resultando em 4 páginas.

Além do miolo, a capa/contracapa e os adesivos também foram organizados no *Adobe Illustrator* em A4, sendo o último junto da marca de corte.

2.10.3. Revisão dos materiais e tecnologias

Agora será retomado a etapa de materiais e tecnologias para sintetizar as transformações do projeto desde então, uma vez que, como já comentado, a metodologia de Munari (2008) se torna cíclica durante as etapas de desenvolvimento do projeto.

Foram construídos quadros (Quadro 9, 10, 11, e 12) para relatar os materiais necessários e também sinalizam os valores da confecção do modelo, a fim de demonstrar a viabilidade do projeto a partir do orçamento da impressão e montagem. O orçamento foi feito a partir da gráfica Duplic, em Florianópolis.

Miolo				
Quantidade	Impressão	Papel	Formato	Valor
2	4 x 4	Offset 180 g/m ²	A3	R\$21,00

Quadro 9 – Orçamento da impressão de uma unidade do miolo do livro.

Fonte: Autora, 2022.

Para a montagem do miolo também é necessária uma folha de acetato de 0,08 mm (18 micras).

Adesivo				
Quantidade	Impressão	Papel	Formato	Valor
1	4x0	Papel adesivo transparente	A4	R\$ 15,00

Quadro 10 – Orçamento da impressão de uma página de adesivos do livro.

Fonte: Autora, 2022.

Capa				
Quantidade	Impressão	Papel	Formato	Valor
1	4x0	Offset 180 g/m ²	A4	R\$ 4,40
2	0x0	Papelão couro 50g	93mm x 152mm	R\$ 4,41

Quadro 11 – Orçamento da impressão de uma página de adesivos do livro.

Fonte: Autora, 2022.

Sobrecapa				
Quantidade	Impressão	Papel	Formato	Valor
1	-	Kraft 300 g/m ²	A4	R\$ 1,15

Quadro 12 – Orçamento para construção da sobrecapa.

Fonte: Autora, 2022.

Além das impressões, também é necessário classificar os recursos de tempo e mão de obra para a montagem artesanal do livro, que, neste contexto, foram feitos pela autora. Além desse, existem outros materiais para a confecção do livro-objeto, como: Réguas; Estilete; Dobradeira; Lapiseira; Pincel; Cola branca; Cola de silicone; e base de corte.

2.11 SOLUÇÃO

Nesta etapa, são apresentados os resultados do processo descrito até aqui a partir de um modelo de alta fidelidade do livro sanfonado. Abaixo são mostradas fotografias (Figuras de 79 a 82) tiradas do modelo final, em escala real. Para simular a interação com o livro-objeto e visualizar em detalhes o modelo, foi criado um vídeo mostrando o artefato, podendo ser acessado pelo link: [Vídeo de demonstração](#).



Figura 79 – Capa e adesivos do livro.
Fonte: Autora, 2022.



Figura 80 – Sanfona do livro.
Fonte: Autora, 2022.



Figura 81 – Spread com bolso com adesivos guardados.
Fonte: Autora, 2022.

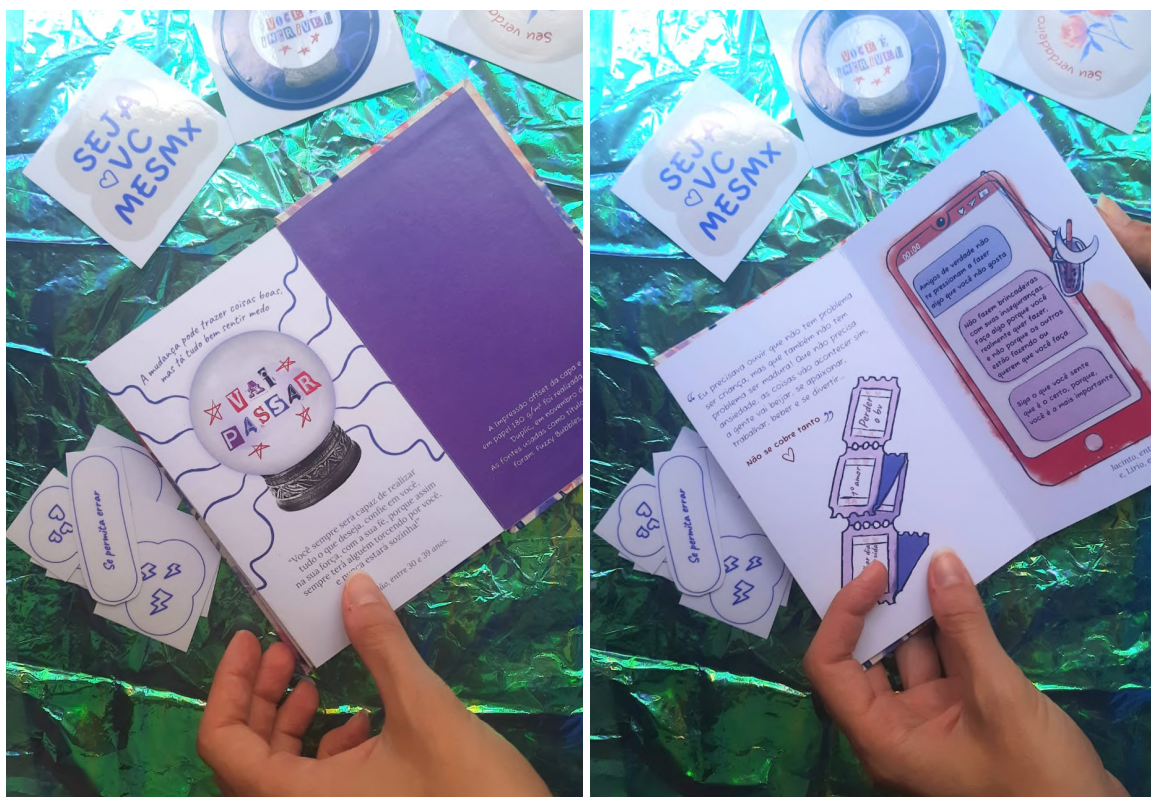


Figura 82 – Spread do livro.
 Fonte: Autora, 2022.

2.12 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O formato livro-objeto é um projeto de alta complexidade que une conhecimento de diversas áreas do Design e não tem uma fórmula perfeita. O processo de desenvolvimento, assim como o próprio artefato livro, está tão intrínseco com a solução final e sua experiência que também se torna parte da narrativa. Mesmo seguindo etapas já calculadas, o processo é algo vivo que molda-se de acordo com o tema trabalhado, e, têm inúmeros caminhos até o resultado final.

Neste sentido, a adaptação da metodologia de Munari contemplou o desenvolvimento, já que permitiu uma visão subjetiva do formato livro-objeto, assim como uma visão técnica, baseada em princípios sobre viabilidade e gestão. A metodologia foi essencial para direcionar e apoiar o processo da criatividade nos eventos de experimentação.

O projeto foi desafiador, que, além de seu formato, tinha como público um grupo específico, as *tweens*, como referido anteriormente. Esse fator permitiu que a autora mergulhasse nas etapas de pesquisa para contextualizar o público-alvo e seu

comportamento através da revisão da literatura. Essa investigação provou a motivação por trás do desenvolvimento do projeto além de conceituar o seu formato, tema, e também as características do público. As informações coletadas direcionaram o processo, entretanto, existe o desejo por mais etapas de coleta e de verificação com o público *tween* no futuro.

O projeto “À flor da pele” foi de caráter artístico e sensível, antes de um produto em série, é um livro de artista, mas que ainda mantém características que podem ser adaptadas facilmente para a impressão em gráficas. Ele alcançou os seus objetivos, se tornando uma experiência sobre emoção, identidade e florescimento para as leitoras. Além dos conceitos, suas diretrizes visuais e seu projeto gráfico tornaram o livro mais do que um suporte. É gratificante seu resultado final, e, ele demonstra a importância do Design, sobre o conhecimento projetual, no processo de solucionar problemas, desde etapas de pesquisa, de definição de conteúdo até o desenvolvimento gráfico-editorial.

Sendo assim, espera-se que esse relatório também sirva como referência e inspiração para estudantes e demais leitores, tanto por motivação técnica quanto social.

Ao fim dos três meses, foi entregue um livro sanfonado que expressa a colaboração entre design e arte. O conteúdo foi coletivo, e como encaminhamento futuros, pretende-se manter a ideia viva, produzindo novos volumes com as outras respostas coletadas pela pesquisa. Também existe o desejo de adaptar o livro-objeto para as demais mídias, trabalhando com recursos digitais para disponibilizar a publicação.

Esse trabalho conclui uma jornada acadêmica, e, para a autora, é um motivo de orgulho pelo seu processo aproveitou do conhecimento e das ferramentas adquiridas no Design para desenvolver uma ideia que pode contribuir para a histórias de jovens em seu crescimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro: princípios da técnica de editoração**. 2 ed. revisada e atualizada. Rio de Janeiro: Lexikon Editora Digital; São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 2008.

BARON, Maria Carolina. **Puberdade feminina: sentimentos, percepções, dificuldades e auto imagem**. 2009. 63 f. Monografia (Bacharel) - Curso de Psicologia, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2009. Disponível em:
<http://siaibib01.univali.br/pdf/Maria%20Carolina%20Baron.pdf>. Acesso em: 3 set. 2022.

BASCHIROTTI, Viviane. **Livro de artista: palavra-imagem-objeto**. Valise, Porto Alegre, v. 6, n. 11, p. 101-112, jul. 2016. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/346537220_Livro_de_artista_palavra-ima-gem-objeto. Acesso em: 12 set. 2022.

BENEDET, Lara Souza. **Gelatina Geral: Projeto de um livro-objeto infantil sobre as mulheres do movimento Tropicália**. 2021. 110 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021. Disponível em:
<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/228198?show=full>. Acesso em: 20 jul. 2022.

CASTRO, Luciano Patrício Souza de; PERASSI, Richard. **Estruturação de projetos gráficos: a tipografia como base do planejamento**. 1. ed. Curitiba: Appris, 2018.

CASTRO, Luciano de. **Bases conceituais e construtivas do projeto gráfico**. Florianópolis: UFSC, 2019. 77 slides, color.

CETIC. **TIC KIDS ONLINE BRASIL 2021**. São Paulo: 7º Simpósio Crianças e Adolescentes na Internet, 2022. Disponível em:
https://cetic.br/media/analises/tic_kids_online_brasil_2021_principais_resultados.pdf. Acesso em: 19 ago. 2022.

ELIA, Josephine. **Comportamento suicida em crianças e adolescentes**. Manual MSD Versão Saúde para a Família, 2021. Disponível em:
<https://www.msmanuals.com/pt-br/casa/problemas-de-sa%C3%BAde-infantil/dist>

%C3%BARbios-da-sa%C3%BAde-mental-em-crian%C3%A7as-e-adolescentes/comportamento-suicida-em-crian%C3%A7as-e-adolescentes. Acesso em: 19 ago. 2022.

FAWCETT-TAG, Roger. **O livro e o designer I: embalagem, navegação, estrutura e especificação.** Edições Rosari, São Paulo, 2007.

FERREIRA, Daniela. **Entre a Infância e a Adolescência: o consumo de produtos de beleza por pré-adolescentes do sexo feminino.** ReFAE, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 190-208, 2013. Disponível em:
<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/ReFAE/article/view/4201/37>. Acesso em: 3 set. 2022.

FIOCRUZ. **Pesquisa analisa o perfil do comportamento suicida entre jovens.** 2021. Disponível em:
[https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-analisa-o-perfil-do-comportamento-suicida-entre-jovens#:~:text=Promovida%20pela%20Fiocruz%2C%20a%20pesquisa,\(58%2C3%25\)%2C%20no.](https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-analisa-o-perfil-do-comportamento-suicida-entre-jovens#:~:text=Promovida%20pela%20Fiocruz%2C%20a%20pesquisa,(58%2C3%25)%2C%20no.) Acesso em: 30 ago. 2022.

GOMES, Nayara. **Pessoa Lírica: projeto gráfico-editorial de um livro-objeto de poesia.** 2022. 117 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em:
<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/232598>. Acesso em: 26 ago. 2022.

GOROSTIAGA, Arantxa; BALLUERKA, Nekane; ARITZETA, Aitor; HARANBURU, Mikel; ALONSO-ARBIOL, Itziar. **Measuring perceived emotional intelligence in adolescent population: Validation of the Short Trait Meta-Mood Scale (TMMS-23).** International Journal Of Clinical And Health Psychology. País Basco, Espanha, p. 523-537. 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/337/33719289007.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2022.

GWI KIDS, Blog. **4 insights on gen alpha.** 2021. Disponível em:
<https://blog.gwi.com/trends/4-insights-on-gen-alpha/>. Acesso em: 26 set. 2022.

GWI KIDS (org.). **Kids these days: learn to speak their language.** 2021. Disponível em:
https://www.gwi.com/hubfs/Downloads/Kids%20These%20Days%20-%20YMS%20-%20GWI.pdf?utm_campaign=210519%20Link%20to%20email%20p2%7C&utm_medium=email&_hsmi=140041358&_hsenc=p2ANqzt-_p2iAN0P-EvGLz5MVMVQFuQ5uzaiTfyQ8

stqHSKV0R-y2_1GjXSpbE7Ne1-3pq16N_pO8N1HfBR6tk7JUDtkq9vsnoVdpUwtvoB9rF1Qu2FU1RYy0&utm_content=140041358&utm_source=hs_automation. Acesso em: 9 out. 2022.

KASPERSKY. **Kids on the web**. Kaspersky Safe Kids, 2022. Disponível em: <https://www.kaspersky.com/blog/children-report-2022/>. Acesso em: 9 out. 2022.

KATARIA, Mridu Vijh. **Tween consumers: A study of the impact of social media on tweens buying decisions**. International Journal Of Marketing & Financial Management. Mumbai, p. 1-11. jan. 2017. Disponível em: <https://core.ac.uk/reader/144766320>. Acesso em: 3 set. 2022.

LACHI, Anna Cristina. **Consumo da beleza pelo público tween e seus influenciadores**. 2016. 113 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2016. Disponível em: <http://repositorio.uem.br:8080/jspui/bitstream/1/3239/1/000223603.pdf>. Acesso em: 7 set. 2022.

LOPES, Rodrigo. **Consumo e expressão identitária tween na produção digital de uma infância-adolescência feminina**. 2021. 249 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Comunicação, - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/41217/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20Rodrigo%20Phelipe%20Rodrigues%20Lopes.pdf>. Acesso em: 3 Set. 2022.

LOURENÇO, Daniel Alvares. **Tipografia para livro de literatura infantil: desenvolvimento de um guia com recomendações tipográficas para designers**. 2011. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/26092>. Acesso em: 27 out. 2021.

MOURA, Mário. **A força da forma**. Lisboa: Orfeu Negro, 2019.

MARTINS, Diana Maria; SILVA, Sara Reis. **Vista do A evolução do livro-objeto: técnica e estética**. PUC-SP, v. 24, 2020. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/fronteiraz/article/view/47306/32321>. Acesso em: 23 ago. 2022.

MAYER, Gabriela. **O Suicídio na Infância e Adolescência: uma demanda para o Serviço Social**. 2021. 81 f. TCC (Graduação) - Curso de Serviço Social, Universidade Federal de Santa Catarina Florianópolis, 2021. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/229992/TCC%20Gabriela%20Mayer.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19 ago. 2022.

MEÜRER, Mary Vonni et al. **Seleção Tipográfica no contexto do Design Editorial: Um modelo de apoio à tomada de decisão**. 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/177348>. Acesso em: 19 out. 2022.

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

OLIVEIRA, Ana Paula Fonseca de. **O hibridismo e a expansão das narrativas no livro-objeto infantil contemporâneo**. 2017. 128 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

Disponível em:

<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=31157@1>. Acesso em: 7 set. 2022.

PEW RESEARCH CENTER(org.). **Teens, Social Media and Technology 2022**. 2022.

Disponível em:

<https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>. Acesso em: 9 out. 2022.

ROMANI, Elizabeth. **Design do livro-objeto infantil**. 2011. 144 f. Tese (Doutorado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

Disponível em:

<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-11012012-115004/pt-br.php>. Acesso em: 12 set. 2022.

SANTOS, Marta Cabral Ferreira. **Tweens: uma visão objetiva acerca das intenções dos influenciadores digitais para os pré-adolescentes**. 2018. 87 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Marketing, Universidade do Porto, Porto, 2019. Disponível em:

<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/122351/2/352866.pdf>. Acesso em: 9 out. 2022.

SAWADA, Gustavo Eger. **Vestês: Livro-objeto Documental Sobre Moda e Diversidade**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em:
<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/202229/VESTES%20-%20PCC%20GUSTAVO%20SAWADA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 ago. 2022.

TRINDADE, LUIS PEDRO. **Good Memory And Wires: O livro-encarte de artista**. 2022. 206 f. TCC (Graduação) – Curso de Design, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em:
https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/237999/PCC_LuisPedroTrindade.pdf?sequence=1. Acesso em: 23 ago. 2022.

WTC. **Generation ALPHA: Preparing for the future consumer**. 2019. Disponível em:
<https://www.wundermanthompson.com/insight/generation-alpha-2019>. Acesso em: 9 out. 2022.

REFERÊNCIAS DAS IMAGENS

DREAMSTIME. **Cartão com flor de papel**. 2022. 1 fotografia. Disponível em:
<https://pt.dreamstime.com/fotografia-de-stock-royalty-free-cart%C3%A3o-com-flor-de-papel-image23716447>. Acesso em: 9 nov. 2022.

FUTURA EXPRESS. **Prensa de Gutenberg**. 2019. 1 fotografia. Disponível em:
<https://www.futuraexpress.com.br/blog/o-que-e-grafica-digital/prensa-de-gutenberg/1>. Acesso em: 26 set. 2022.

PINTEREST. **Daisies Watercolor**. 2020. 1 fotografia. Disponível em:
<https://vermelho.org.br/prosa-poesia-arte/claudio-daniel-a-multipoesia-de-augusto-de-campos/>. Acesso em: 26 set. 2022.

VERMELHO. **Claudio Daniel: A multipoesia de Augusto de Campos**. 2022. 1 fotografia. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/490399846936531483/>. Acesso em: 03 nov. 2022.

REFERÊNCIAS DOS LIVROS ANALISADOS

EDITORA MOL. **Meu querido corpo.** 2020. 1 fotografia. Disponível em: <https://editoramol.com.br/projeto-colecao/14-livros-tarja-rosa>. Acesso em: 2 out. 2022.

EDITORA MOL. **Você é incrível.** 2017. 1 fotografia. Disponível em: <https://editoramol.com.br/projeto/128-voce-e-incrivel---libbs>. Acesso em: 2 out. 2022.

EXPERIMENTOS IMPRESSOS. **Dossiê afetivo.** 2019. 1 fotografia. Disponível em: <http://www.experimentosimpressos.com.br/pd-6a8195-dossie-afetivo.html?ct=&p=1&s=1>. Acesso em: 2 out. 2022.

LOTE 42. **Nove meses.** 2018. 1 fotografia. Disponível em: <http://lote42.com.br/project/nove-meses/>. Acesso em: 2 out. 2022.

LOTE 42. **Queria ter ficado mais.** 2014. 1 fotografia. Disponível em: <http://lote42.com.br/project/queria-ter-ficado-mais/>. Acesso em: 2 out. 2022.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Qual conselho ou mensagem você acha que precisava ter ouvido quando era adolescente?

Este é um questionário destinado a um Projeto de Conclusão de Curso do Design UFSC que será desenvolvido pela discente Júlia Pedrosa e orientado pela Prof^ª. Cristina Colombo Nunes.

Serão coletadas respostas para o desenvolvimento de um editorial direcionado a crianças e adolescentes dos 10 aos 14 anos que se identificam como mulheres e que estão passando pela fase de mudança da puberdade. As respostas serão usadas no contexto do projeto para inspirar e motivar jovens, com trechos transformados em ilustrações e composições gráficas.

O questionário será anônimo e demais dados pessoais, como a Idade do participante, serão usados apenas para recorte e síntese pela autora, protegidos pela A Lei Geral de Proteção de Dados (13.709/2018).

No caso de dúvidas ou necessidade de maiores informações, você pode entrar em contato com a autora através do e-mail julia.pedrosaxx@gmail.com.

Após ler e receber explicações sobre esta pesquisa, afirmo que foram esclarecidos os objetivos, as garantias de confidencialidade, os dados a serem compartilhados e que concordo em participar voluntariamente deste projeto.

() Concordo

() Não concordo

Idade

() Entre 18 e 25 anos

() Entre 25 e 29 anos

Entre 30 e 39 anos

Entre 40 e 49 anos

Entre 50 e 59 anos

Entre 60 e 69 anos

Mais de 70 anos

O que você precisava ouvir aos 13 anos? Você pode contribuir com uma frase curta ou um textão, sinta-se livre <3

APÊNDICE B

