

CLARA ELOISA DA FONTOURA UNGARETTI

**PROPOSTA DE PRODUTO EDITORIAL EM DOIS SUPORTES:
IMPRESSO & DIGITAL**

PORTO ALEGRE

2011

CLARA ELOISA DA FONTOURA UNGARETTI

**PROPOSTA DE PRODUTO EDITORIAL EM DOIS SUPORTES:
IMPRESSO & DIGITAL**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Design Visual da Faculdade de Arquitetura da UFRGS, como requisito parcial do título de Bacharel em Design.

Orientadora Profa. Dra. Suely Fragoso

PORTO ALEGRE

2011

Dedico este trabalho a todos que trabalharam para a criação do Curso de Design da UFRGS e também a todos que colaboram para o crescimento e desenvolvimento do curso.

Também dedico à minha família, em especial minha mãe, que além de sempre me apoiar, é grande responsável pelo meu amadurecimento tanto criativo quanto intelectual e moral.

Aos meus amigos que sempre me apoiaram, deram-me força tornando os momentos tensos de trabalho mais descontraídos.

Na idade mecânica, que agora vai mergulhando no passado, muitas ações podiam ser empreendidas sem maiores preocupações. A lentidão do movimento retardava as reações por consideráveis lapsos de tempo. Hoje, ação e reação ocorrem quase que ao mesmo tempo. Vivemos como que se miticamente e integralmente, mas continuamos a pensar dentro dos velhos padrões da idade pré-elétrica e do espaço e tempo fracionados. (McLUHAN, 2007, p.18)

Com o texto eletrônico, parece estar ao alcance de nossos olhos e de nossas mãos um sonho muito antigo da humanidade, que se poderia resumir em duas palavras: universalidade e interatividade. (CHARTIER, 1999, p.134)

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta o modelo parcial de um projeto editorial em dois suportes: impresso e digital. O desafio está na convivência de um produto editorial nestes dois suportes. As duas possibilidades não devem representar uma perda para o produto editorial em si, mas sim potencializar uma à outra.

Palavras-chave: Suporte. Parceria. Editorial. Impresso. Digital.

ABSTRACT

This Graduate Paper presents the partial model of an editorial product for two different types of media: printed and digital. The challenge is to explore the co-existence between them without losses for the editorial product. The proposal is that they potentiate each other.

Keywords: Support. Partnership. Editorial. Printed. Digital.

SUMÁRIO

| | | |
|----------|--|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 19 |
| | 1.1 Problema de Projeto | 19 |
| | 1.2 Objetivos | 19 |
| | 1.2.1 Objetivo Geral | 19 |
| | 1.2.2 Objetivos Específicos | 19 |
| | 1.3 Estrutura do Trabalho | 20 |
| 2 | METODOLOGIA | 22 |
| | 2.1 Método e Metodologia | 22 |
| | 2.2 Construção do Método | 24 |
| | 2.2.1 <i>Bernd Löbach</i> | 24 |
| | 2.2.2 <i>Bruce Archer</i> | 25 |
| | 2.2.3 <i>Bruno Munari</i> | 26 |
| 3 | PROBLEMATIZAÇÃO | 30 |
| | 3.1 Contextualização | 30 |
| | 3.1.1 Definição do Problema de Projeto | 34 |
| | 3.1.2 Definição da Temática | 37 |
| | 3.1.2.1 <i>Seleção do caso: O restaurante La Pampa</i> | 38 |
| 4 | ESTUDOS DE SIMILARES E ALTERNATIVAS | 40 |
| | 4.1 Livros de Exposições Impressos | 41 |
| | 4.2 Livros Digitais | 50 |
| | 4.2.1 A Temática das Exposições nos Suportes Digitais | 50 |
| | 4.2.1.1 <i>Google Project</i> | 50 |
| | 4.2.1.2 <i>Museu Boijmans Van Beuningen</i> | 52 |
| | 4.2.1.3 <i>Museu MoMA</i> | 52 |
| | 4.2.1.4 <i>Aplicativo Art Authority</i> | 54 |
| | 4.2.1.5 <i>E-book da Cinderela</i> | 54 |
| | 4.2.1.6 <i>Will Warburto de George Gissing no formato ePub</i> | 55 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 4.3 Plataformas para <i>E-books</i> | 56 |
| 4.3.1 <i>Kindle</i> | 60 |
| 4.3.2 <i>iPhone</i> | 62 |
| 4.3.3 <i>iPad</i> | 64 |
| 4.4 Análise geral dos casos | 67 |
| 5 MATERIAIS E TÉCNICAS | 69 |
| 5.1 Livros Impressos | 69 |
| 5.1.1 Estrutura do livro | 70 |
| 5.1.2 Projeto Visual | 73 |
| 5.1.2.1 <i>Papel</i> | 73 |
| 5.1.2.2 <i>Formato</i> | 77 |
| 5.1.2.3 <i>Cores e Tintas</i> | 79 |
| 5.1.2.4 <i>Tipografia</i> | 83 |
| 5.1.2.4.1 <i>Alinhamentos</i> | 86 |
| 5.1.2.5 <i>Mancha e Layout</i> | 87 |
| 5.1.2.5.1 <i>Seção Áurea</i> | 88 |
| 5.1.2.5.2 <i>Série de Fibonnaci</i> | 89 |
| 5.1.2.5.3 <i>Simetria e Assimetria</i> | 90 |
| 5.1.2.5.4 <i>A imagem inserida no layout</i> | 91 |
| 5.1.3 Produção Gráfica | 93 |
| 5.1.3.1 <i>Impressão</i> | 93 |
| 5.1.3.1.1 <i>Impressão Offset</i> | 94 |
| 5.1.3.1.2 <i>Impressão Digital</i> | 94 |
| 5.1.3.2 <i>Acabamentos</i> | 95 |
| 5.1.3.2.1 <i>Encadernação</i> | 95 |
| 5.1.3.2.2 <i>Dobra</i> | 97 |
| 5.1.3.2.3 <i>Verniz</i> | 98 |
| 5.2 Livros Digitais | 101 |
| 5.2.1 <i>Tela</i> | 106 |
| 5.2.2 <i>Identidade Visual</i> | 108 |

SUMÁRIO

| | | |
|-----------|---|-----|
| 5.2.2.1 | <i>Layout</i> | 108 |
| 5.2.2.2 | <i>Interface</i> | 110 |
| 5.2.2.2.1 | <i>Usabilidade</i> | 111 |
| 5.2.2.2.2 | <i>Navegabilidade</i> | 116 |
| 5.2.2.2.3 | <i>Affordances</i> | 117 |
| 5.2.2.3 | <i>Cor</i> | 118 |
| 5.2.2.4 | <i>Tipografia</i> | 119 |
| 6 | DESENVOLVIMENTO | 122 |
| 6.1 | Projeto Conceitual | 122 |
| 6.2 | Projeto dos Modelos Impresso e Digital | 125 |
| 6.2.1 | Modelo parcial de livro de exposições no <i>La Pampa</i> - suporte impresso | 125 |
| 6.2.1.1 | <i>Papel</i> | 125 |
| 6.2.1.2 | <i>Formato</i> | 126 |
| 6.2.1.3 | <i>Cor</i> | 128 |
| 6.2.1.4 | <i>Tipografia</i> | 129 |
| 6.2.1.5 | <i>Estrutura geral do livro impresso</i> | 132 |
| 6.2.1.6 | <i>Mancha e Layout</i> | 128 |
| 6.2.1.7 | <i>Produção Gráfica</i> | 145 |
| 6.2.1.7.1 | <i>Acabamentos</i> | 145 |
| 6.2.1.7.2 | <i>Encadernação</i> | 145 |
| 6.2.2 | Modelo parcial de livro de exposições no <i>La Pampa</i> - suporte digital | 146 |
| 6.2.2.1 | <i>Mancha e Layout</i> | 147 |
| 6.2.2.2 | <i>Interface</i> | 152 |
| 6.2.2.3 | <i>Cor e Tipografia</i> | 160 |
| 7 | RESULTADO FINAL | 163 |
| 7.1 | Modelo Parcial do Livro - Suporte Impresso | 163 |
| 7.2 | Modelo Parcial do Livro - Suporte Digital | 167 |

SUMÁRIO

| | | |
|----------|-----------------------------|------------|
| 8 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 174 |
| | REFERÊNCIAS | 175 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 01 - Metodologia linear Temporal de Bernd Löbach | 25 |
| Figura 02 - Metodologia linear Temporal de Bruce Archer | 26 |
| Figura 03 - Metodologia linear Atemporal de Bruno Munari | 27 |
| Figura 04 - Síntese Metodológica | 28 |
| Figura 05 - Síntese Metodológica | 29 |
| Figura 06 - Exemplo de soluções (ruim e boa): questões de legibilidade e leiturabilidade | 35 |
| Figura 07 - Interação com livro digital | 36 |
| Figura 08 - Interação com livro impresso | 36 |
| Figura 09 - Identidade Visual em suporte impresso | 37 |
| Figura 10 - Identidade Visual em suporte digital | 37 |
| Figura 11 - Exemplo 01 de livro impresso | 41 |
| Figura 12 - Exemplo 02 de livro impresso | 42 |
| Figura 13 - Exemplo 03 de livro impresso | 43 |
| Figura 14 - Exemplo 04 de livro impresso | 44 |
| Figura 15 - Exemplo 05 de livro impresso | 45 |
| Figura 16 - Exemplo 06 de livro impresso | 46 |
| Figura 17 - Exemplo 07 de livro impresso | 47 |
| Figura 18 - Exemplo 08 de livro impresso | 48 |
| Figura 19 - Exemplo 09 de livro impresso | 49 |
| Figura 20 - Percorrendo o Museu <i>Van Gogh</i> | 51 |
| Figura 21 - Visualização de perto de uma obra de <i>Van Gogh</i> | 51 |
| Figura 22 - Navegação pelo site do museu e visualização de obras | 52 |
| Figura 23 - Navegação pelo site do museu e visualização de obras | 52 |
| Figura 24 - Navegação pelas coleções do MoMa | 53 |
| Figura 25 - Navegação pelas coleções do MoMa | 53 |
| Figura 26 - Explorando áudio e vídeo no site do MoMa | 53 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 27 - Interfaces do aplicativo <i>Art Authority</i> | 54 |
| Figura 28 - Interfaces do aplicativo <i>Art Authority</i> | 54 |
| Figura 29 - Interface do livro <i>Cinderela</i> | 55 |
| Figura 30 - Interface do livro <i>Cinderela</i> | 55 |
| Figura 31 - <i>E-book Will Warburto</i> de <i>George Gissing</i> no formato ePub | 55 |
| Figura 32 - Diferentes plataformas para leitura de formato ePub | 56 |
| Figura 33 - Diferentes plataformas para leitura de formato ePub | 56 |
| Figura 34 - Relação de venda e de uso entre <i>e-readers</i> e <i>tablets</i> | 57 |
| Figura 35 - Relação de venda e de uso entre <i>e-readers</i> e <i>tablets</i> | 57 |
| Figura 36 - Dados percentuais de aquisição de <i>e-reader</i> | 58 |
| Figura 37 - Dados percentuais de aquisição de <i>tablets</i> | 59 |
| Figura 38 - <i>Kindle</i> | 61 |
| Figura 39 - Simulador <i>Kindle</i> para <i>Mac</i> - extensão MOBI | 62 |
| Figura 40 - Simulador <i>Kindle</i> para <i>Mac</i> - extensão MOBI | 62 |
| Figura 41 - Simulador <i>Kindle</i> para outros aparelhos | 62 |
| Figura 42 - <i>iPhone</i> | 63 |
| Figura 43 - Interfaces, navegação e usabilidade pelo <i>iBook</i> no <i>iPhone</i> | 63 |
| Figura 44 - Interfaces, navegação e usabilidade pelo <i>iBook</i> no <i>iPhone</i> | 63 |
| Figura 45 - Interfaces, navegação e usabilidade pelo <i>iBook</i> no <i>iPhone</i> | 63 |
| Figura 46 - <i>iPad 2</i> | 64 |
| Figura 47 - <i>Layouts</i> para o suporte digital e suporte impresso | 65 |
| Figura 48 - Navegação pelo <i>iBook</i> e tela (página) de um livro no <i>iPad 2</i> | 66 |
| Figura 49 - Navegação pelo <i>iBook</i> e tela (página) de um livro no <i>iPad 2</i> | 66 |
| Figura 50 - <i>ASSUS - EEE - PC791</i> | 66 |
| Figura 51 - <i>GALAXY TAB</i> | 66 |
| Figura 52 - <i>MOTOROLA XOOM</i> | 66 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 53 - Tabela comparativa - <i>tablets</i> | 67 |
| Figura 54 - Estrutura física comum dos livros (brochura) | 70 |
| Figura 55 - Método mecânico e químico para obtenção de papel | 74 |
| Figura 56 - Aproveitamento de papel | 78 |
| Figura 57 - Tabela de aproveitamento de papel - AA | 79 |
| Figura 58 - Espectro visível das cores e as limitações de cada escala de cor combinada | 80 |
| Figura 59 - Elementos fundamentais dos caracteres | 84 |
| Figura 60 - Alinhamento Horizontal | 87 |
| Figura 61 - Alinhamento Vertical | 87 |
| Figura 62 - Seção Áurea | 88 |
| Figura 63 - Criação de manchas gráficas | 89 |
| Figura 64 - Criação de manchas gráficas | 89 |
| Figura 65 - Zonas ópticas da página | 91 |
| Figura 66 - Exemplo de aplicação de imagens no <i>layout</i> | 92 |
| Figura 67 - Processo de Impressão <i>Offset</i> | 94 |
| Figura 68 - Processo de Impressão <i>Offset</i> | 94 |
| Figura 69 - Processo de Impressão Digital | 95 |
| Figura 70 - Variedade de formatos disponíveis. Ex. Obra <i>Romeo and Juliet</i> | 102 |
| Figura 71 - Formato HTML - Leitura no próprio site - Obra <i>Romeo and Juliet</i> | 102 |
| Figura 72 - Formato TXT - Leitura no próprio site - Obra <i>Romeo and Juliet</i> | 102 |
| Figura 73 - Formato ePub - Obra <i>Romeo and Juliet by Shakespeare</i> | 102 |
| Figura 74 - Especificações de tela de alguns suportes para leitura | 106 |
| Figura 75 - Resoluções de telas mais comuns | 106 |
| Figura 76 - Resoluções de telas mais comuns | 107 |
| Figura 77 - Resoluções de telas mais comuns | 107 |
| Figura 78 - Varredura visual em telas | 109 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 79 - Identidade Visual - Logotipo do restaurante <i>La Pampa</i> | 122 |
| Figura 80 - Espaço das exposições | 122 |
| Figura 81 - Geração do conceito | 123 |
| Figura 82 - Ilustração no estilo 'nuvem de conceitos' | 124 |
| Figura 83 - Testes de <i>layout</i> | 127 |
| Figura 84 - Padrão cromático do modelo | 129 |
| Figura 85 - Padrão cromático para outras coleções | 129 |
| Figura 86 - Estudo de fontes sem serifa | 130 |
| Figura 87 - Aplicação da fonte nas páginas do editorial e de apresentação | 131 |
| Figura 88 - Aplicação da fonte no sumário do livro | 131 |
| Figura 89 - Aplicação da fonte na página capa do artista e em legendas das obras | 132 |
| Figura 90 - Aplicação da fonte na página capa do artista e em legendas das obras | 132 |
| Figura 91 - Aplicação da fonte na página do artista | 132 |
| Figura 92 - Definição do centro óptico da página | 134 |
| Figura 93 - Construção do <i>grid</i> | 134 |
| Figura 94 - Construção do <i>layout</i> - Folha de rosto | 135 |
| Figura 95 - Construção do <i>layout</i> - Apresentação (Editorial) | 135 |
| Figura 96 - Construção do <i>layout</i> - Sumário | 136 |
| Figura 97 - Construção do <i>layout</i> - Apresentação do restaurante | 136 |
| Figura 98 - Construção do <i>layout</i> - Capa Artista | 137 |
| Figura 99 - Construção do <i>layout</i> - Perfil do artista | 137 |
| Figura 100 - Construção do <i>layout</i> - reprodução da obra | 138 |
| Figura 101 - Construção do <i>layout</i> - Página final | 138 |
| Figura 102 - Mancha gráfica - Apresentação do restaurante <i>La Pampa</i> | 139 |
| Figura 103 - Mancha gráfica - Sumário Perfil do artista: capa e apresentação | 139 |
| Figura 104 - Mancha gráfica | 140 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 105 - Mancha gráfica 2 | 140 |
| Figura 106 - Mancha gráfica 3 | 141 |
| Figura 107 - Mancha gráfica 4 | 141 |
| Figura 108 - Construção do <i>layout</i> - Capa | 142 |
| Figura 109 - Construção do <i>layout</i> - Quarta capa | 142 |
| Figura 110 - <i>Layout</i> - Capa | 143 |
| Figura 111 - <i>Layout</i> - Quarta capa | 143 |
| Figura 112 - Capa planificada | 144 |
| Figura 113 - Desenho técnico - Capa planificada | 144 |
| Figura 114 - Livro - Capa & Quarta capa | 145 |
| Figura 115 - Projetação das interfaces | 148 |
| Figura 116 - Projetação das interfaces | 148 |
| Figura 117 - Projetação das interfaces | 148 |
| Figura 118 - <i>Grid</i> - sentido horizontal | 148 |
| Figura 119 - <i>Grid</i> - sentido vertical | 148 |
| Figura 120 - Mancha gráfica na tela - sentido horizontal | 149 |
| Figura 121 - Mancha gráfica na tela - sentido vertical | 149 |
| Figura 122 - Mancha gráfica e suas dimensões - sentido horizontal | 149 |
| Figura 123 - Mancha gráfica e suas dimensões - sentido vertical | 149 |
| Figura 124 - Construção do <i>layout</i> horizontal - reprodução das obras | 150 |
| Figura 125 - Construção do <i>layout</i> vertical - reprodução das obras | 150 |
| Figura 126 - Reprodução das obras, sentido paisagem no <i>iPad (tablet)</i> | 151 |
| Figura 127 - Reprodução das obras, sentido retrato no <i>iPad (tablet)</i> | 151 |
| Figura 128 - Reprodução das obras, sentido paisagem no <i>Motorola XOOM (tablet)</i> | 151 |
| Figura 129 - Reprodução das obras, sentido retrato no <i>Motorola XOOM (tablet)</i> | 151 |
| Figura 130 - Reprodução das obras, sentido paisagem em <i>desktop</i> - monitor <i>SonyBravia</i> | 153 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 131 - Tela sumário | 153 |
| Figura 132 - Tela sumário - animação <i>rollover</i> (cor trocada pela foto do artista) | 154 |
| Figura 133 - Tela apresentação do artista | 155 |
| Figura 134 - Tela apresentação do artista - animação <i>rollover</i> | 155 |
| Figura 135 - Tela de desktop 100% - zoom zero | 156 |
| Figura 136 - Tela de desktop - zoom 800% | 156 |
| Figura 137 - Tela da galeria de vídeos | 157 |
| Figura 138 - Assistindo um vídeo | 157 |
| Figura 139 - Tela - cerâmica | 158 |
| Figura 140 - Assistindo uma animação da cerâmica em 3D | 158 |
| Figura 141 - <i>Hiperlink</i> aplicado no logo do <i>La Pampa</i> (Tela inicial) | 160 |
| Figura 142 - <i>Hiperlink</i> aplicado no <i>La Pampa</i> - Tela sobre o restaurante | 160 |
| Figura 143 - <i>Hiperlink</i> aplicado no logo e no endereço (Tela Final) | 160 |
| Figura 144 - Padrão cromático do modelo | 161 |
| Figura 145 - Outras opções de cores para possíveis coleções | 161 |
| Figura 146 - Tipografia na tela - Myriad Pro Web | 162 |
| Figura 147 - Tela Inicial - corpo da fonte 24px e 28,8px de entrelinha | 162 |
| Figura 148 - Tela Editorial - corpo da fonte 14px e 35px de entrelinha | 162 |
| Figura 149 - Tela apresentação do restaurante | 163 |
| Figura 150 - Tela de contato | 163 |
| Figura 151 - Botões do sumário digital | 163 |
| Figura 152 - CAPA | 164 |
| Figura 153 - FOLHA DE ROSTO | 164 |
| Figura 154 - CATALOGAÇÃO (verso) | 164 |
| Figura 155 - EDITORIAL | 165 |
| Figura 156 - SUMÁRIO | 165 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 157 - APRESENTAÇÃO DO RESTAURANTE | 166 |
| Figura 158 - CAPA INTRODUTÓRIA DO ARTISTA | 166 |
| Figura 159 - TEXTO DO ARTISTA | 166 |
| Figura 160 - REPRODUÇÃO DAS OBRAS DO ARTISTA EXPOSTO | 166 |
| Figura 161 - PÁGINAS DE REPRODUÇÃO DAS OBRAS DO ARTISTA EXPOSTO | 167 |
| Figura 162 - PÁGINAS DE REPRODUÇÃO DAS OBRAS DO ARTISTA EXPOSTO | 167 |
| Figura 163 - PÁGINA FINAL - CONTATO | 167 |
| Figura 164 - QUARTA CAPA | 167 |
| Figura 165 - Simulação no <i>desktop</i> - CAPA | 168 |
| Figura 166 - Simulação no <i>desktop</i> - TELA INICIAL | 168 |
| Figura 167 - Simulação no <i>desktop</i> - APRESENTAÇÃO - EDITORIAL | 169 |
| Figura 168 - Simulação no <i>desktop</i> - SUMÁRIO | 169 |
| Figura 169 - Simulação no <i>desktop</i> - SUMÁRIO (<i>Rollover</i>) | 170 |
| Figura 170 - Simulação no <i>desktop</i> - CAPA ARTISTA | 170 |
| Figura 171 - Simulação no <i>desktop</i> - TELA DO ARTISTA | 171 |
| Figura 172 - Simulação no <i>desktop</i> - TELA DO ARTISTA (<i>rollover</i> no botão Exposição) | 171 |
| Figura 173 - Simulação no <i>desktop</i> - REPRODUÇÃO DA OBRA | 172 |
| Figura 174 - Simulação no <i>desktop</i> - REPRODUÇÃO DA OBRA | 172 |
| Figura 175 - Simulação no <i>desktop</i> - REPRODUÇÃO DA OBRA | 173 |
| Figura 176 - Simulação no <i>desktop</i> - ZOOM NA IMAGEM DA OBRA | 173 |
| Figura 177 - Simulação no <i>desktop</i> - CONTATO | 174 |
| Figura 178 - Simulação no <i>desktop</i> - QUARTA CAPA | 174 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|-----|
| Quadro 01 - Tipos de Papel | 75 |
| Quadro 02 - Tipos de Tinta | 81 |
| Quadro 03 - Famílias Tipográficas | 84 |
| Quadro 04 - Tipos de Encadernação | 96 |
| Quadro 05 - Tipos de Dobra | 97 |
| Quadro 06 - Tipos de Verniz | 99 |
| Quadro 07 - Dez Regras básicas dos Métodos Heurísticos | 112 |
| Quadro 08 - Itens para o desenvolvimento de Interface | 114 |
| Quadro 09 - Tipografia para suporte digital | 121 |
| Quadro 10 - Formato | 127 |

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho nasce da percepção de que os editoriais em suporte digital são uma novidade que veio para ficar. Longe de representarem o fim dos livros impressos, nos dias de hoje o que observamos é a convivência de um mesmo produto editorial nos dois suportes, impresso e digital.

1.1 PROBLEMA DE PROJETO

O problema de projeto está na convivência de um produto editorial em dois suportes: impresso e digital. As duas possibilidades não devem representar uma perda para o produto editorial em si, mas sim potencializar uma à outra. Assim, o livro impresso e o digital são parceiros um em relação ao outro. Eles não são dependentes, mas complementares. Assim como o suporte impresso, que possui elementos que no suporte digital se tornam difíceis de estarem presentes (a textura do papel, cheiro, volume, peso, etc.), o suporte digital acrescenta possibilidades que no suporte impresso seriam impossíveis de serem explorados tais como som, animação, vídeo, etc.

1.2 DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Elaborar um modelo parcial de produto editorial em duas versões, impressa e digital, explorando as semelhanças e diferenças que esses suportes impõem ao projeto editorial. No que tange a parcialidade do modelo, a proposta é construir um exemplo que permita compreender como seria o produto completo.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Revisar e compreender a história da produção editorial, tendo como ponto de referência os diferentes tipos de suportes e formatos de produtos editoriais em cada época;

- Compreender o momento atual da produção editorial, com foco no impacto do surgimento e popularização da publicação digital;
- Compreender a convivência entre as publicações impressas e digitais nos dias atuais;
- Elaborar um modelo parcial de produto editorial explorando as possibilidades da produção para suporte impresso, a partir de um estudo de caso dirigido para uma complementação com o suporte digital;
- Elaborar um modelo parcial de produto editorial explorando as possibilidades da produção para suporte digital, a partir de um estudo de caso dirigido para uma complementação com o suporte impresso.

1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho está inserido na área do Design, de natureza multidisciplinar. Assim, envolve muitos conceitos de diferentes origens (como: usabilidade, interatividade, legibilidade, etc.) e vários conhecimentos técnicos sobre produção editorial entre as publicações impressas e digitais

A intenção de trabalhar com as duas formas de publicação que convivem nos dias de hoje, com poucos trabalhos anteriores que possam servir como referência, faz com que a proposta de projeto seja particularmente complexa. Para evitar que o resultado seja superficial ou impreciso, optou-se pela restrição da temática do projeto. O projeto será limitado a um caso bastante específico e, dentro deste caso, à elaboração de um modelo parcial (e não um protótipo, ou mesmo um modelo completo) de produto editorial em dois suportes, impresso e digital. Dentro desse contexto, o trabalho está estruturado da seguinte maneira: O primeiro capítulo contempla uma introdução para apresentar e contextualizar o problema. Na sequência, são abordados o objetivo geral e os objetivos específicos do projeto. O segundo capítulo relata a investigação de algumas metodologias de projeto, com o objetivo de construir posteriormente um método adequado às características do desafio projetual proposto. O terceiro capítulo contempla a apresentação e contextualização da problematização, a definição do problema de projeto; a definição

da temática que recai sobre um livro de exposições de arte e, por fim, a seleção do caso a ser estudado, as exposições de arte realizadas no restaurante *La Pampa*. No quarto capítulo é abordado o estudo de produtos editoriais similares e de alternativas para o projeto. Para isso, dividiu-se o estudo em partes: primeiramente há a coleta de casos relacionados ao tema do projeto (livros de exposições), iniciando pelos livros impressos e seguindo para os livros digitais (ênfase, nesse momento, as exposições nos suportes digitais). Em seguida, foram apresentadas algumas plataformas existentes para *e-books* e, por fim, fez-se uma análise geral dos casos. O quinto capítulo contém uma revisão de bibliografia sobre a produção de livros para suportes impressos e digitais. Trata-se de um capítulo de revisão de conhecimentos técnicos fundamentais para a realização de um projeto de produto editorial impresso e de um projeto de produto editorial digital. O sexto capítulo contempla a apresentação da projeção conceitual e do projeto editorial em si, compreendendo o modelo parcial do livro impresso e digital. No sétimo capítulo é apresentado o resultado final do projeto, com imagens para ilustrar.

O oitavo capítulo apresenta as considerações finais e, por fim, há uma lista com as referências utilizadas no trabalho.

2 METODOLOGIA

O uso de uma metodologia projetual nos trabalhos de design é de extrema importância para trabalhar com mais precisão e segurança. Com uma metodologia estabelecida, é possível organizar as questões que envolvem o projeto a fim de se concluir o projeto no prazo estabelecido. Panizzi (2004, p.78) afirma que para reduzir as interferências em um projeto, “é necessária a adoção de uma postura profissional perante o mercado”.

A própria complexidade da problematização que se pretende abordar neste trabalho, a proposta projetual em duas modalidades, para suporte impresso e digital, requer a definição de uma estrutura metodológica que permita antever de modo claro e abrangente as diferentes etapas do projeto, sem perder de vista o conjunto como um todo.

Além disso, no contexto de uma atividade acadêmica, a aplicação de uma metodologia, segundo Bürdek (*apud* Vasconcelos, 2006, p. 9), é muito importante, pois:

por meio da intensa discussão com a metodologia, o Design se tornou quase que pela primeira vez ‘ensinável’, ‘aprendível’ e, com isto, comunicável. O contínuo e constante significado da metodologia do design para o ensino é hoje a contribuição para o aprendizado da lógica e sistemática do pensamento.

2.1 MÉTODO E METODOLOGIA

Antes de apresentar o método e a metodologia utilizados neste trabalho, é necessário definir os dois conceitos, que costumam gerar confusão quanto ao seu significado.

Panizzi (2004, p.78) inicia sua discussão da diferença entre método e metodologia recuperando definições encontradas em dicionários. Em um movimento semelhante, verifica-se que, segundo o dicionário Luft, o método é a “1. Maneira de ordenar a ação segundo certos princípios. 2. Ordem seguida na investigação, no estudo, na persecução de quaisquer objetos. 3. Modo de agir com disciplina, técnica e organização”. Já a metodologia, é “o tratado de métodos”.

Assim, enquanto o método é o “modo de proceder”, a metodologia é o conjunto de princípios que guiam os métodos (ou ainda o estudo dos métodos). Panizzi (2004, p. 79) recupera uma importante colocação de Morin a respeito dessa diferença:

[...] acaso será necessário recordar aqui que a palavra ‘método’ não significa metodologia? As metodologias são guias a priori que programam as investigações, ao passo que o método que se desprende ao longo do nosso caminhar é um auxiliar da estratégia, a qual compreenderá ultimamente, é certo, segmentos programados, ou seja, ‘metodológicos’, mas comportará necessariamente descoberta e inovação.

Ou seja, a metodologia, como ‘guia geral’ e ‘conjunto de princípios’, é pré-definida e não deve ser alterada ao longo do trabalho. Já o método, embora seja previsto, deve se adaptar ao caminho percorrido, ajustando-se a percepções que não tenham sido possíveis no início do projeto mas que se revelem ao longo do trabalho.

No que diz respeito ao conjunto de princípios que guiam os métodos (metodologia) segundo Panizzi (2004) e Vasconcelos (2009), trata-se de princípios que irão reger o funcionamento da projeção, contribuindo na escolha das maneiras de encontrar a solução final desejada, integrando os conhecimentos adquiridos sobre os métodos. São princípios dispostos em ordem lógica (linear, por exemplo, quando os processos seguem um caminho vertical, com início e fim delimitados, sendo que uma fase só é iniciada quando a anterior termina), de acordo com as experiências e vivências. A metodologia consistirá no estudo das etapas do projeto, ela explicará detalhadamente e rigorosamente toda a ação desenvolvida no método. Panizzi reforça levantando os diversos componentes previstos em um design gráfico, por exemplo. Nesse exemplo, segundo ela, os componentes são o tipo de suporte a ser utilizado no produto (impresso, digital) - quando em mídia impressa considerar o tipo de impressão, o papel e o acabamento, no caso do digital considerar a tela, a interface e suas questões de usabilidade, navegabilidade, etc. - a conceituação do produto, as cores utilizadas, tiragem, armazenagem e distribuição. Neste caso específico, Panizzi (p. 80) afirma que foi feita uma abordagem da metodologia projetual em lugar do método projetual

em virtude de não haver um método específico que, uma vez aplicado, possa preencher todas as necessidades dos mais diversos tipos de projetos possíveis em comunicação visual. Assim, cada autor sugere um modelo de método que, a seu ver, servirá como guia ou auxiliará o desenvolvimento de outros métodos ainda.

Neste trabalho, a metodologia adotada será esse conjunto de princípios que guiarão o método criado e seguirá uma ordem linear, embora contemple recursividade, ou seja, as etapas são sucessivas mas as etapas posteriores podem determinar o retorno e reelaboração de decisões de etapas anteriores.

2.2 CONSTRUÇÃO DO MÉTODO

Para o desenvolvimento deste trabalho foram levantados e analisados vários métodos de projeto, porém, como se trata de um tipo de problema de projeto muito específico e ainda pouco tratado na literatura, nenhum método contemplaria as necessidades previstas. Em vista disso, optou-se por criar um método próprio, composto pelos elementos que abrange os itens de cada método analisado que foram considerados relevantes para este trabalho.

Dentre os vários métodos analisados, três forneceram elementos para a construção do método a ser aplicado: o de Bernd Löbach, o de Bruce Archer e o de Bruno Munari.

2.2.1 *Bernd Löbach (1976)*

O método de Bernd Löbach está organizado em quatro fases que são (1) Análise do problema, que contempla o conhecimento do problema, a coleta de informações, análise das informações, definição e clarificação do projeto e definição dos objetivos; (2) Geração de alternativas, que escolhe os métodos de solucionar problemas, a produção de ideias, geração de alternativas; (3) Avaliação das alternativas, que examina as alternativas, o processo de seleção de alternativas, o processo de avaliação de alternativas; (4) Realização da solução do problema, que realiza a solução do problema, faz-se uma nova avaliação da solução, prototipagem e a criação de um documento com as definições técnicas (LÖBACH, 2001, p. 141).

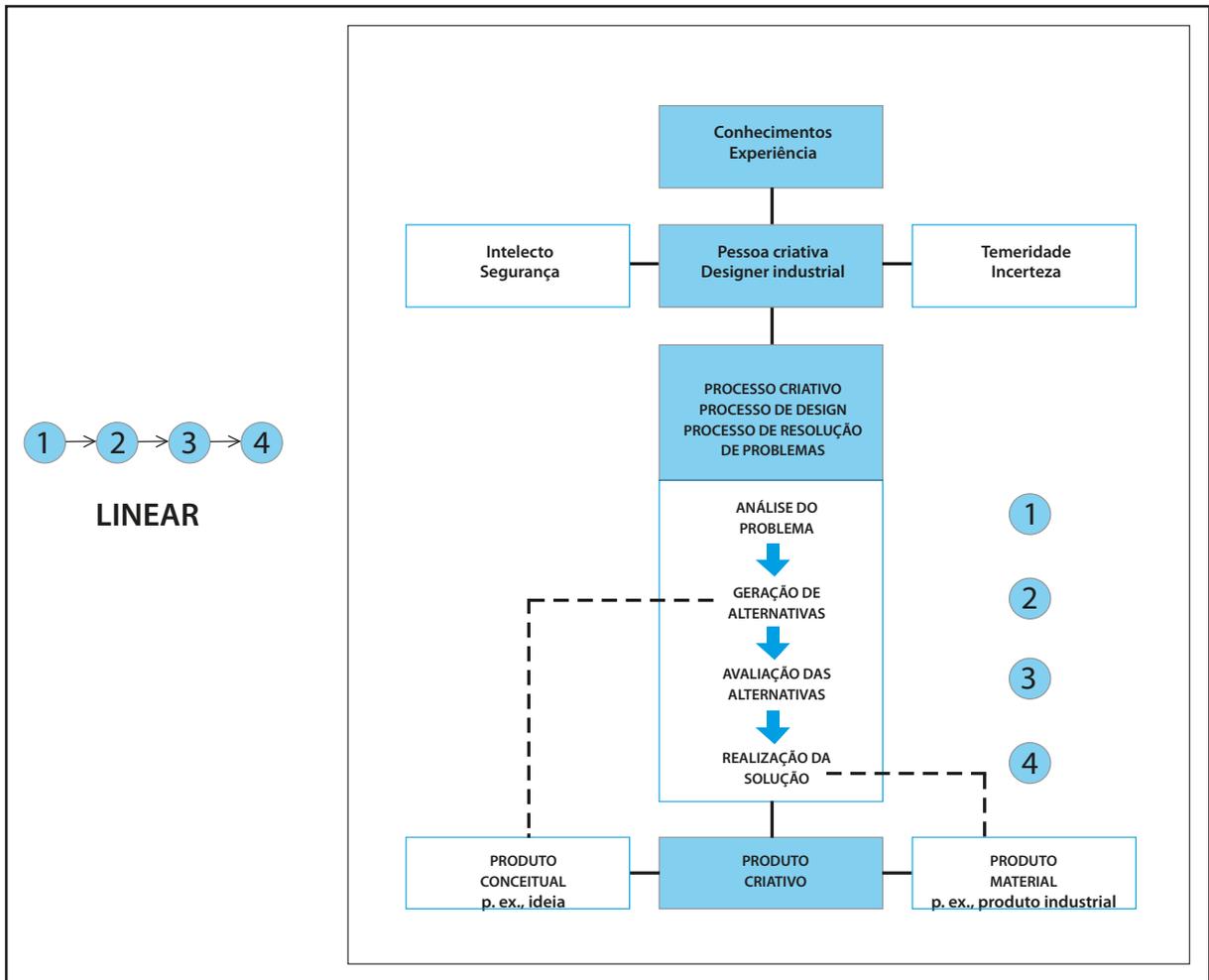


Figura 01 - Metodologia linear de Bernd Löbach

Fonte: LÖBACH, 2001, p. 141

2.2.2 Bruce Archer (1963 - 1965)

O método de Bruce Archer está organizado em seis fases, que são (1) Programação, que estabelece os pontos cruciais e propõe uma linha de ações; (2) Coleta de dados, que recebe instruções, coleta documentos, classifica e armazena informação; (3) Análises, que identifica e analisa os subproblemas e prepara as especificações de performance; (4) Sínteses, que recebe instruções e soluções de problemas remanescentes, desenvolve soluções e define especificações gerais das soluções; (5) Desenvolvimento, que valida a hipótese; (6) Comunicação, que define os requisitos, seleciona o meio de comunicação e prepara a comunicação (VASCONCELOS, 2009, p. 12).

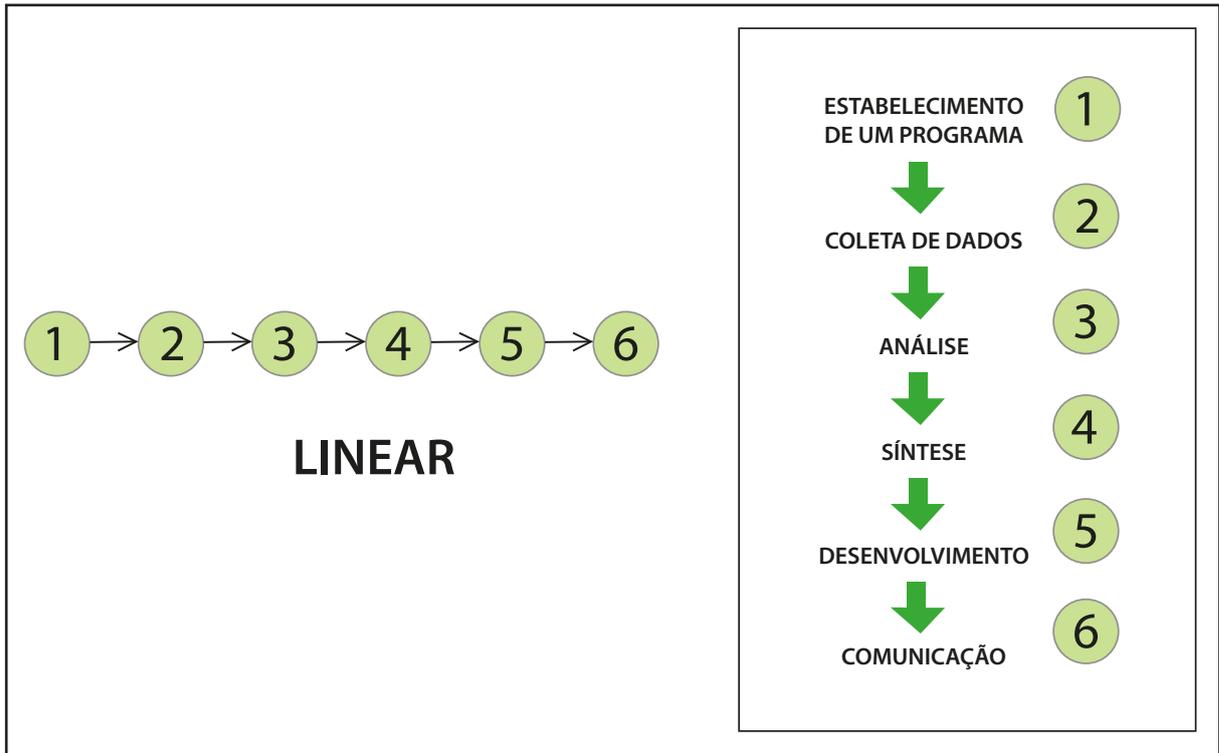


Figura 02 - Metodologia linear de Bruce Archer

Fonte: VASCONCELOS, 2009, p. 12

2.2.3 Bruno Munari (2008)

O método de Bruno Munari está organizado em onze fases, que são (1) Enunciação do problema, que define a necessidade a ser satisfeita; (2) Definição do problema, que estabelece critérios - o que será feito para satisfazer a necessidade; (3) Componentes do problema, que divide o problema em “subproblemas” que devem ser resolvidos separadamente para resolver o problema como um todo; (4) Coleta de dados, que contempla uma pesquisa de similares para resolver este mesmo problema; (5) Análise dos dados, que analisa como foram resolvidos alguns dos subproblemas descritos, o que é válido e pode ser apropriado, o que não deve ser feito; (6) Criatividade, que é o desenvolvimento do projeto com base na análise feita anteriormente; (7) Materiais e Tecnologia, uma pesquisa de materiais e tecnologias que poderão ser utilizados para a execução do projeto; (8) Experimentação, que é testes com os materiais selecionados e procura por seleções para componentes ainda não solucionados; (9) Modelo, que estabelece relações entre os dados recolhidos, inicia-se os esboços de soluções; (10) Verificação, que é testes das soluções encontradas, observação das possíveis falhas e correção das mesmas;

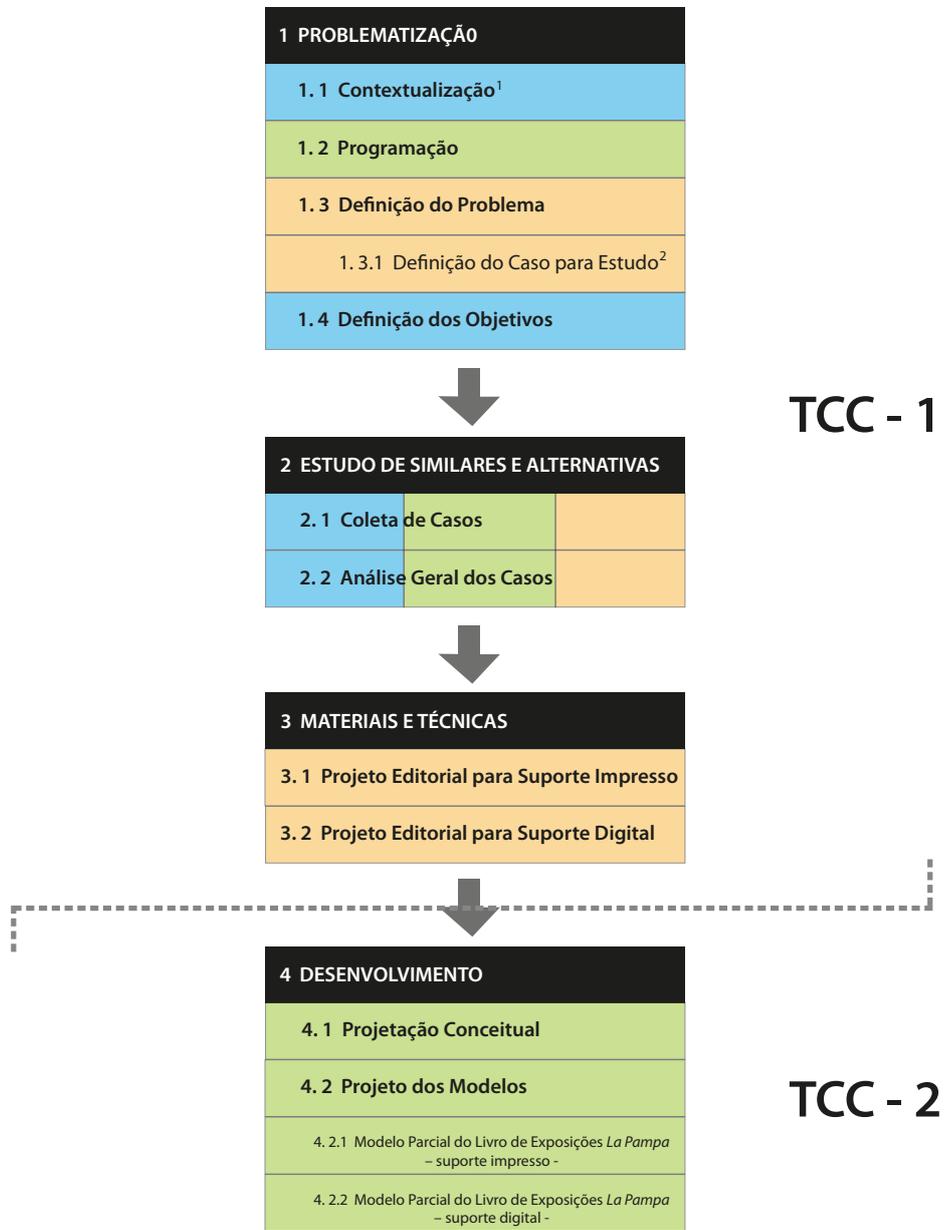
(11) Desenho de Construção, que é detalhamento da solução final encontrada (MUNARI, 2008, p. 55).



Figura 03 - Metodologia linear de Bruno Munari

Fonte: MUNARI, 2008, p. 55

A partir destes levantamentos e análises, criou-se o seguinte método:



1: A denominação de Bernd Löbach para essa etapa é Análise do Problema. Fez-se uma adaptação de nomenclatura para este trabalho, atribuindo o nome de Contextualização.

2: A denominação de Bruno Munari para essa etapa é Componentes do Problema. Fez-se uma adaptação de nomenclatura para este trabalho, atribuindo o nome de Definição do caso para Estudo.

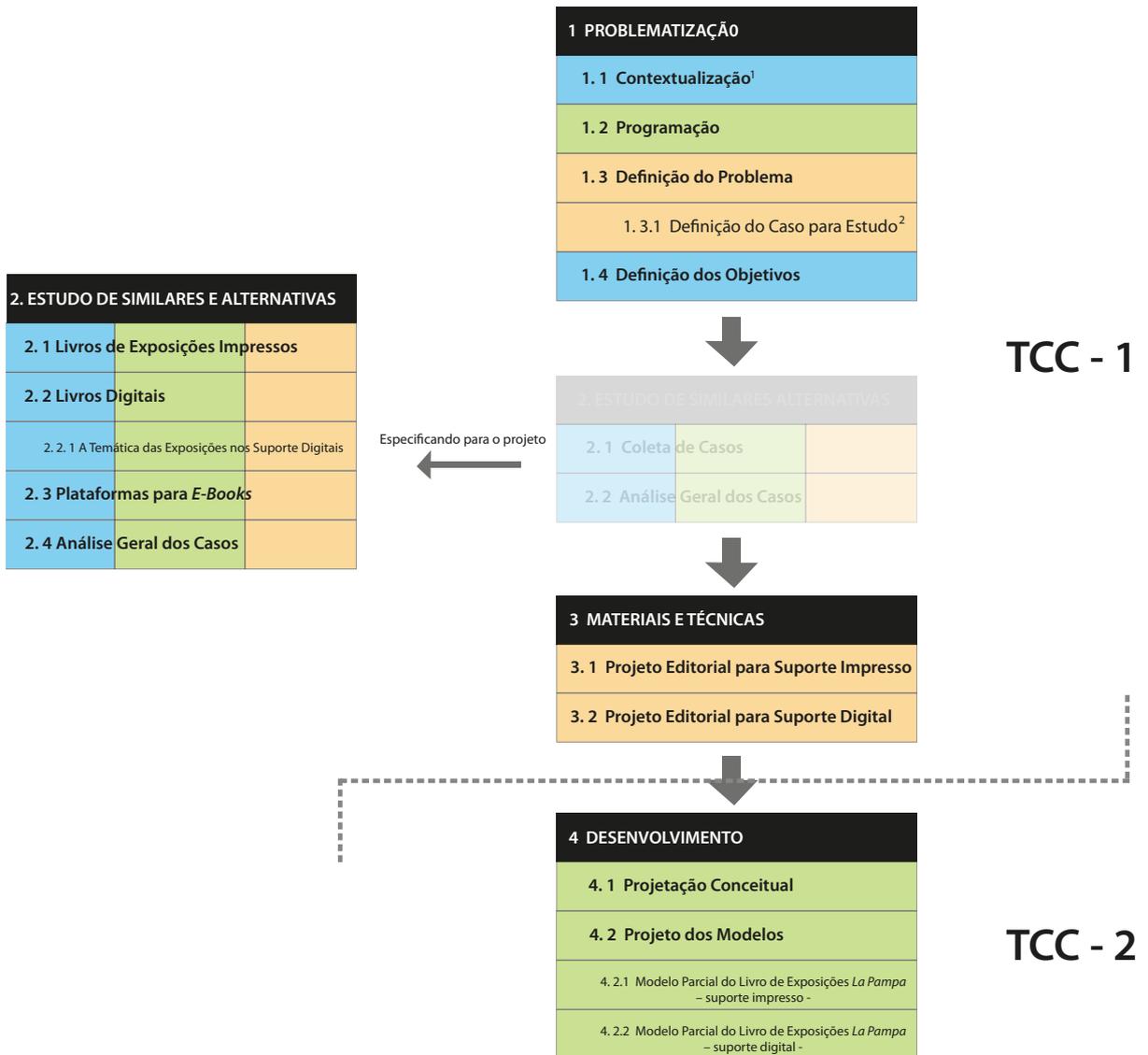
Legenda:

- Metodologia de Bernd Löbach
- Metodologia de Bruce Archer
- Metodologia de Bruno Munari

Figura 04 - Síntese Metodológica - Metodologia linear

Fonte: Autora

Em detalhamento, o método apresenta a seguinte configuração:



1: A denominação de Bernd Löbach para essa etapa é Análise do Problema. Fez-se uma adaptação de nomenclatura para este trabalho, atribuindo o nome de Contextualização.

2: A denominação de Bruno Munari para essa etapa é Componentes do Problema. Fez-se uma adaptação de nomenclatura para este trabalho, atribuindo o nome de Definição do caso para Estudo.

Legenda:

- Metodologia de Bernd Löbach
- Metodologia de Bruce Archer
- Metodologia de Bruno Munari

Obs.: para os casos de haver as três cores presentes, os três métodos foram aplicados na etapa

Figura 05 - Síntese Metodológica - Metodologia linear

Fonte: Autora

3 PROBLEMATIZAÇÃO

3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Através da história, a escrita passou por vários suportes, como a argila, a cera e o papiro. Para cada um desses suportes materiais correspondiam diferentes técnicas e formatos: por exemplo, as pessoas escreviam em papiro e o conjunto de papiros formava um rolo (formato). Outro suporte material de escrita foi o pergaminho, que teve o códex como uma nova alternativa de formato. Esse mesmo formato foi utilizado com o papel e, posteriormente, deu origem aos livros, que se tornaram populares depois do advento da impressora de tipos móveis no século XV por Gutenberg (CHARTIER, 1999; LUPTON E MILLER, 1999; McLUHAN, 2007).

A possibilidade de reproduzir um número expressivo de cópias idênticas de uma mesma obra criou, de imediato, um novo mercado impensável para o modo de produção anterior, em que as reproduções eram feitas à mão, ou seja, através do trabalho de copistas. A existência deste mercado era previsível através do aproveitamento da xilografia, que era muito cara e trabalhosa, mas permitiu perceber que a imprensa poderia não se dirigir mais apenas aos estudiosos, mas sim a uma elite de amantes do livro - que ainda era muito restrita (RIBEIRO, 2007).

O design de livros é um dos primeiros exemplos do que atualmente chamamos de 'design gráfico'. No Ocidente, a Igreja foi a primeira patrocinadora, sendo possível também dizer que os primeiros designers de livros foram os monges copistas, que copiavam as escrituras em pergaminhos. As primeiras tentativas de impressão seguiram os padrões gráficos estabelecidos pelos copistas e foram realizadas com o objetivo de poder reproduzir em série as belas peças que eram produzidas manualmente (FAWCETT-TANG, 2007).

Contudo, é importante mencionar que a invenção da imprensa só foi possível de fato através da invenção e refinamento das técnicas de fabricação de papel na China ao longo de vários séculos. No ano 105 d.C., os chineses criaram o papel de farrapos, fabricado com fibras vegetais e trapos velhos, constituindo uma alternativa mais barata em relação aos outros tipos já existentes de papéis, como os feitos com as pastas de bambu e cascas

de árvores ou, então, ao precioso papel de seda. Os segredos desta nova técnica foram revelados aos árabes por prisioneiros chineses no século VIII sendo posteriormente introduzidos na Europa, primeiramente na Espanha no século XII e depois pela Itália e França. Na Alemanha, a fabricação deu-se início no século XIV (COLLARO, 2007; RIBEIRO, 2007).

Muito antes de Gutenberg com o advento da impressora de tipos móveis no século XV, as inovações chinesas nas tintas, impressão xilográfica e impressão com caracteres móveis de argila, tinham já prestado a sua contribuição para a divulgação da palavra impressa. O uso desta tecnologia de caracteres móveis na escrita chinesa, que emprega milhares de ideogramas, implicava em um esforço e em um enorme gasto de recursos materiais.

A disseminação do papel, apoiada pela técnica da impressão, ajudou a expandir pelo mundo, portanto, a alfabetização, e, conseqüentemente, facilitou as negociações comerciais pelo mundo, que estavam em expansão e tornavam necessária a leitura. A escala dessa disseminação de impressos ajuda a perceber que a impressora de tipos móveis inaugurou um novo modo de produção, evidenciando que a produção industrial nasceu com a indústria gráfica (McLUHAN, 1999).

Foi o papel, vindo da China e gradualmente abrindo caminho para a Europa, via Oriente Próximo, que provocou a firme aceleração da educação e do comércio a partir do século XI, fornecendo as bases do 'Renascimento do século XII', popularizando as reproduções e, finalmente, tornando possível a imprensa no século XV (McLUHAN, 1999, P.121).

De lá para cá, no decorrer dos anos, também a indústria gráfica sofreu modificações, com o aparecimento de novas possibilidades técnicas e também de novos tipos de produtos editoriais, chegando até a diversidade que temos hoje com livros, jornais, revistas, folhetos, *folders* etc. (COLLARO, 2007; RIBEIRO, 2007). A necessidade de diferenciação entre esses produtos levou à exploração de uma variedade de possibilidades, sendo que, atualmente, tornou-se padrão que os editores de livros de arte, design e arquitetura explorem técnicas de produção diferenciadas para atrair o seu público-alvo, quer seja no formato, na encadernação, no material da capa ou na embalagem (FAWCETT-TANG, 2007).

Hoje, além do suporte impresso, podemos encontrar todos esses produtos editoriais

também em suporte digital. É possível ler livros, revistas, jornais em vários dispositivos (*tablets* como os *iPads*, *e-readers* como os *Kindles*, computadores, *notebooks*, *smartphones* etc.). Porém, vale destacar que, nesta proposta de Trabalho de Conclusão, não é considerada uma substituição total, ou seja, numa abdicação do impresso para uma adesão total ao formato digital. Estamos, sim, numa fase de convivência com vários tipos de suportes e muitos tipos de produtos editoriais, cujas versões impressas pelo menos por enquanto não parecem estar com os dias contados. Alguns autores, por exemplo, Fawcett-Tang (2007) questionam a durabilidade do livro impresso. Fawcett (2007, p.11) afirma que

Até pouco tempo atrás, previa-se a morte do livro - agora, no entanto, é seguro dizer que essas previsões foram muito exageradas. Muito se tem escrito sobre os *e-books* e o seu potencial efeito devastador sobre o mundo editorial. [...] Mas da mesma maneira que as tentativas de prever como seria as nossas vidas em um futuro não muito distante, dá-se muita ênfase à tecnologia emergente e a sua capacidade de realização, e não se presta mais atenção suficiente na maneira como a tecnologia se encaixa no modo em que realmente vivemos. Preservamente, parece que quanto mais a sociedade *da tela* avança, mais livros impressos são produzidos.

A internet hoje, em vez de anunciar o fim dos livros impressos, possivelmente está tornando a aquisição de uma infinidade de títulos muito mais acessível, através de sites de vendas de livros, como a *Amazon*, além de ainda entregar os livros na casa de cada leitor. Tornou-se mais fácil pesquisar um título difícil de encontrar. Por outro lado, a própria *Amazon* é também um exemplo da popularização de um novo suporte para livros em formato digital, o *Kindle*. Com ele, já nem é preciso esperar que o livro seja entregue pelos correios (FAWCETT-TANG, 2007).

Chartier (1999, p.77) reforça essa convivência de um suporte com o outro ao dizer que

do rolo antigo ao códex medieval, do livro impresso ao texto eletrônico, várias rupturas maiores dividem a longa história das maneiras de ler. Elas colocam em jogo a relação entre corpo e o livro, os possíveis usos de escrita e as categorias intelectuais que asseguram sua compreensão.

Para cada caso em relação ao formato, suporte e plataforma, aparecem características diferentes (um livro, jornal ou revista em site é diferente de um em CD que é diferente de

um em DVD, por exemplo). O mais comum tem sido a transposição direta de livros para o suporte digital, sem adaptação do projeto gráfico-visual, e a criação de versões digitais de jornais e de revistas no formato de sites. É perceptível, nesses casos, que essas versões digitais se parecem mais com Portais (grandes sites) do que com jornais e revistas impressos.

Existem também outras alternativas de produção e distribuição de produtos editoriais a considerar como por exemplo os sites (que estão *online*) e os CDs e DVDs, que não estão disponíveis pela internet e, nesse sentido, se parecem mais com os livros impressos.

Os jornais e revistas que muitas vezes encontramos hoje na *Web* são exemplos da dificuldade de ‘traduzir’ qualquer tipo de produto editorial de um suporte para outro (no caso, do impresso para o digital *online*): não é incomum encontrar casos em que poucos elementos de identidade visual são preservados na convivência de um suporte com o outro, dificultando até mesmo o reconhecimento do jornal ou da revista. Isso aponta para uma das questões centrais na convivência do suporte impresso com o digital, que é a preservação da identidade visual do produto editorial. Embora os livros tendam a ser simplesmente ‘repassados’ para as telas com o mesmo projeto gráfico utilizado no suporte impresso, eles enfrentam outros tipos de dificuldades, como a perda de legibilidade dos textos, a mudança do tamanho e proporções da mancha e as referências da página, por exemplo. Essas questões tornam-se bem mais complexas diante da variação nos tamanhos e resoluções das telas utilizadas para leitura. O mesmo acontece com as imagens, cuja resolução e definição de cores depende da configuração da tela que o leitor está utilizando.

Vale acrescentar que o livro impresso também é interativo, pois os leitores podem interagir com ele: manipulam, viram as páginas, dobram as folhas, fazem ‘orelhas’, escrevem anotações nas margens do livro etc. Além disso, assim como acontece com um hipertexto, também pode-se ler um texto impresso sem seguir uma sequência linear (da primeira página à última), por exemplo começando por um capítulo central, ou pulando páginas, etc. Entretanto, o suporte digital altera todos esses modos de interação com o livro e acrescenta outros.

O mercado da informação parece hoje estar em expansão, pois as novas tecnologias de leitura na internet e em suportes digitais em geral, estão ampliando, ao invés de substituir,

o consumo de livros. Ler na tela de computadores, *e-readers*, *tablets* está se tornando mais uma alternativa para o livro tradicional. Não podemos descartar simplesmente um suporte, em virtude de outro que surgiu, e isso é perceptível em relação à valorização que se vê hoje em dia em relação aos livros impressos. Fawcett-Tang (2007, p.11) ilustra isso, afirmando que

Em um mundo cada vez mais descartável, os livros representam permanência e continuidade. A qualidade tátil dos livros é um prazer que não pode ser subestimado e é o que irá assegurar sua longevidade. Um futuro sem livros é impensável e completamente indesejável.

Em suma, as tecnologias digitais representam um novo suporte, que vem somar a muitos outros que já foram utilizados como base para a palavra escrita. Assim como os materiais que o precederam, o suporte digital altera as condições e as possibilidades de criação, reprodução e disseminação, trazendo novidades para o design editorial que ainda estão sendo descobertas.

3.1.1 Definição do Problema de Projeto

A breve revisão da história dos suportes utilizados para a reprodução e disseminação de textos apresentada anteriormente permite perceber que os novos suportes implicam em possibilidades e restrições para os produtos editoriais que até então não existiam.

No que diz respeito especificamente ao surgimento dos suportes digitais, que estão afetando o design editorial nos dias de hoje, ou seja, na convivência do impresso com o digital, podemos exemplificar alguns focos de alterações, como a legibilidade e leiturabilidade dos textos, a reprodução de imagens, as possibilidades de interação e a preservação da identidade visual de produtos que existem nos dois suportes simultaneamente.

A legibilidade e leiturabilidade estão entre os focos principais de qualquer projeto editorial. De maneira geral, um produto editorial tem como um dos propósitos ser lido e compreendido. Para facilitar isso, o processo de leitura deve fluir (ritmo constante, facilidade na leitura) e ser confortável aos olhos do leitor. Para isso, busca-se uma boa legibilidade (relacionada à qualidade da tipografia - fonte utilizada) e uma boa

leitabilidade - relacionada com o texto que deve proporcionar elementos e condições capazes de viabilizar a leitura e compreensão (percepção intelectual). Importante acrescentar que mesmo no caso de um produto editorial predominantemente visual, que apresente mais imagens, ilustrações etc., com menos textos, esses elementos também devem ser 'lidos', ou seja, devem ser interpretados (WHITE, 2006).

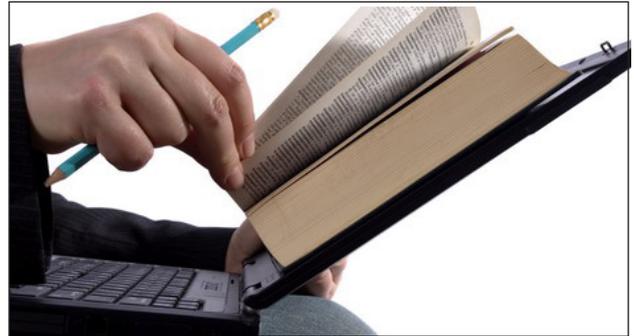


Figura 06 - Exemplo de soluções (ruim e boa): questões de legibilidade e leitabilidade

Fonte: Projeto 1001

Em relação à questão de reprodução de imagens, primeiramente, é importante compreender que as imagens têm um poder de transmitir uma ideia ou várias informações rapidamente e esse é o motivo pelo qual são elementos importantes no design editorial (AMBROSE; HARRIS, 2009d). Para isso, é preciso que elas sejam reproduzidas fielmente, seja no suporte impresso, seja no suporte digital. No caso do suporte impresso, é interessante considerar alguns elementos que são essenciais para uma boa reprodução. Eles são o papel (textura, por exemplo), a qualidade da impressão, cor, tinta, qualidade da imagem a ser impressa. Já no suporte digital, os elementos são a tela (resolução, luz, brilho emitidos etc.).

No caso das possibilidades de interação, principalmente no suporte digital, há várias alternativas como, por exemplo, o leitor tocar na tela para mover elementos gráficos do livro, comandar ações através da voz etc. No caso do suporte impresso, existe a interação em folhear as páginas do livro, rabiscá-las, fazer anotações nas margens etc.



Figuras 07 e 08 - Interação com livro - digital e impresso

Fonte: Blog da Marli

Por fim, a questão da preservação da identidade visual, que está vinculada à identificação do produto editorial. Para isso, não é necessário que o suporte impresso apresente todos os elementos gráficos do suporte digital (e vice-versa), mas é essencial que contenha elementos suficientes para uma pronta identificação do produto nos dois suportes. Um exemplo disso é o jornal britânico *The Guardian*; este apresenta semelhante identidade visual nos dois suportes (logotipo preservado no topo e na fonte em azul, textos na cor azul e em preto), mas cada um utiliza recursos que cada suporte pode oferecer. Por exemplo, no suporte digital pode-se usufruir de elementos sonoros, animados, já no caso do suporte impresso, pode-se utilizar elementos texturizados, olfativos, por exemplo.



Figuras 09 e 10 - Identidade Visual em suportes impresso e digital

Fonte: *The Guardian*

Diante deste cenário, a proposta deste TCC é criar um modelo parcial experimental de produto editorial em dois suportes, impresso e digital, para conhecer e explorar as possibilidades e dificuldades dessa convivência entre os dois suportes.

A interatividade consiste em uma problemática muito específica e ao mesmo tempo muito ampla, na qual as possibilidades do suporte digital são tão ampliadas em relação às dos impressos que só poderiam ser abordadas no prazo de um TCC caso as outras três questões fossem deixadas de lado. Dado que a legibilidade e leiturabilidade, fidelidade de reprodução das imagens e a preservação da identidade visual têm uma relação mais direta com o design editorial para impressão, optou-se por concentrar os esforços do trabalho nesses três aspectos. Assim, embora a interatividade não pudesse deixar de ser considerada na realização do experimento de projeto proposto, ela não foi um dos focos de atenção principais do modelo desenvolvido.

3.1.2 Definição da Temática

O objetivo de elaborar um modelo experimental em dois suportes faz com que seja necessário escolher um tipo específico de produto editorial dentro dos muitos formatos produzidos hoje.

Inicialmente foi considerada a criação de uma revista em suportes impresso e digital, mas depois de alguns estudos percebeu-se que a complexidade de um produto editorial

periódico se elevava demais quando se acrescentava a proposta de explorar a convivência dos suportes. Isso porque o design editorial de um periódico deve prever as variações necessárias para os diferentes números, mantendo a flexibilidade suficiente para acolher os imprevistos e ao mesmo tempo definindo os critérios com clareza suficiente para que o projeto gráfico possa ser aplicado por outras pessoas. Seria impossível levar em conta todas essas características e ainda realizar a experimentação da convivência entre suportes proposta no TCC. Optou-se então por um projeto com definições mais fixas, um produto editorial único, ou que pelo menos pudesse ser pensado em termos individuais. Assim, optou-se pela realização de um projeto editorial de livro. Mesmo que a ideia seja trabalhar com experimentações que não dependem diretamente da temática do livro a ser projetado, acredita-se que a experimentação não deveria ser realizada com textos modelo (*Lorem Ipsum*) ou com imagens aleatórias, pois essa opção conduziria a um resultado muito afastado da realidade de um projeto editorial real. Assim, foi preciso selecionar um tema para o livro.

Em relação ao tema, primeiramente foi considerada a criação de um guia turístico com textos e imagens produzidos especialmente para o TCC. No entanto, isso deslocaria o esforço de trabalho para a produção do conteúdo do livro, perdendo o foco do projeto.

Localizou-se, então, a possibilidade de trabalhar com uma publicação relativa às exposições realizadas no restaurante de origem argentina *La Pampa*, em Porto Alegre.

3.1.1.2 Seleção do Caso: O restaurante *La Pampa*

O restaurante *La Pampa* foi inaugurado em setembro de 2010, no endereço Ten. Cel. Fabrício Pilar, 681, Mont' Serrat em Porto Alegre. É um restaurante argentino que,

possibilita o prazer de desfrutar de uma das mais novas tendências gastronômicas mundiais: o conceito *cocina* de autor, onde o Chef desenvolve uma cozinha singular e inovadora, baseado no estilo clássico mas dando um salto qualitativo com respeito à culinária tradicional (La Pampa, s.d.).

A proposta do TCC não é, entretanto, um livro sobre gastronomia – o *La Pampa* foi escolhido em função das exposições de arte que são ali realizadas. A proposta é uma dessas exposições ser a temática para o projeto de livro em dois suportes deste TCC.

A seleção do caso deu-se por dois pontos cruciais: primeiro, pela acessibilidade aos materiais (*folders*, obras em si) dos expositores, com facilidade para pedir autorização aos artistas para utilizar textos e imagens de suas obras. Segundo, porque a própria autora do TCC recebeu um convite para expor no espaço, o que permitiu propor à curadora de arte o uso do material de exposições realizadas no *La Pampa* para o Trabalho de Conclusão de Curso, ou seja, para a criação de um modelo de livro para os dois suportes: impresso e digital. Acredita-se que seja interessante a possibilidade de que um livro baseado nesse modelo venha a ser produzido no futuro sendo um adicional valioso para o trabalho. A efetiva decisão do tema se deu assim que foi aceita a proposta pela curadora.

O conteúdo do livro será do conjunto de exposições já realizadas no restaurante *La Pampa*, como por exemplo exposições realizadas num dado período. Em princípio, considerou-se mais adequado não utilizar o material da exposição da própria autora deste Trabalho de Conclusão. O volume de material incluído no modelo do livro não é o mais importante, apenas foi construído um exemplo que permitisse compreender como seria o produto completo.

4 ESTUDO DE SIMILARES E ALTERNATIVAS

Neste capítulo é apresentado um estudo de similares e alternativas existentes de livros de exposição para os suportes impresso e digital. Além disso, são listadas também as alternativas de plataformas para *e-books* existentes no mercado atual. Por fim, é feita uma análise geral dos casos.

4.1 LIVROS DE EXPOSIÇÕES IMPRESSOS

No suporte impresso, existem diversos tipos de livros de exposições. A seguir, alguns exemplos selecionados para estudo.

Exemplo 01

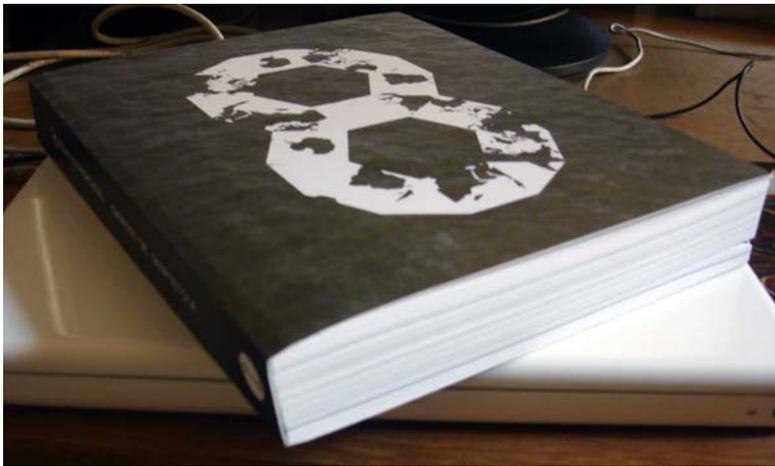


Figura 11 - Exemplo 01 de livro impresso

Tamanho: 215 x 260 mm

Número de páginas: 576

Este livro é o catálogo geral da 8ª *Bienal do Mercosul Ensaio de Geopoética*. Território, mapeamento, colonização e fronteira são alguns dos temas propostos pela 8ª edição da Bienal do Mercosul - Ensaio de Geopoética. O livro possui uma capa couché 300g/m², brochura. Para o miolo foi utilizado papel *offset* 90g/m². Prevalcem imagens no *layout* do livro, mas também há textos. A fonte escolhida para os textos foi a Myriad Pro e para os títulos foi criada uma fonte especialmente para o catálogo, que é a Polígona.

Exemplo 02

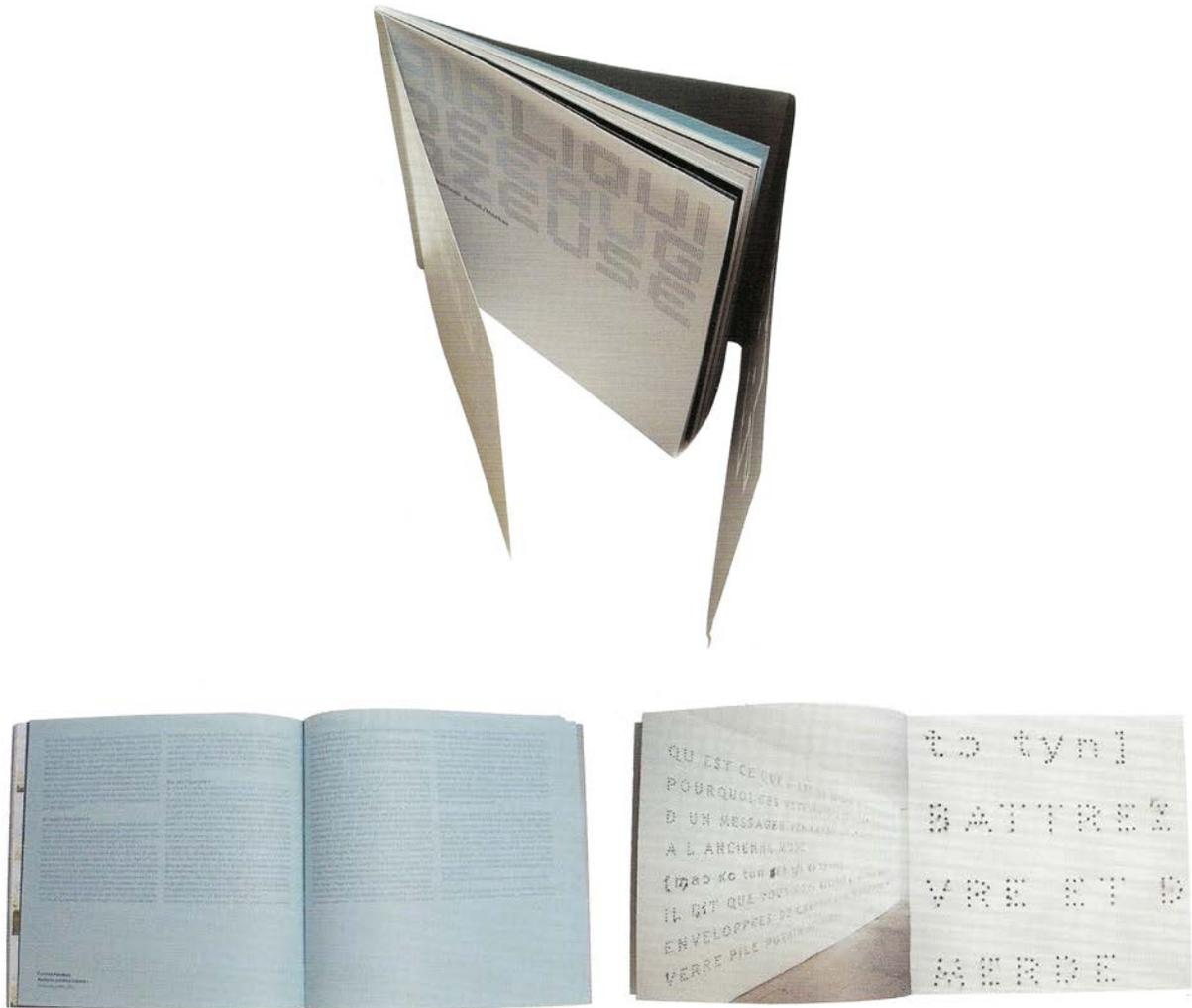


Figura 12 - Exemplo 02 de livro impresso

Tamanho: 220 x 220 mm

Número de páginas: 56

Este catálogo foi produzido para a exposição de Sophie Wethnall e de Grout/Mazéas, na galeria *The Cimaise et Portique*, na Espanha. A capa tem formato de um tríptico, impresso em quatro cores especiais. O título em relevo foi impresso usando termografia e tem a aparência de uma inscrição em braile. No miolo, o trabalho dos artistas é diferenciado usando margens brancas para a página de Wethnall, enquanto as fotografias de Grout/Mazéas foram impressas usando sangria total (FAWCETT-TANG, 2007, p.48).

Exemplo 03

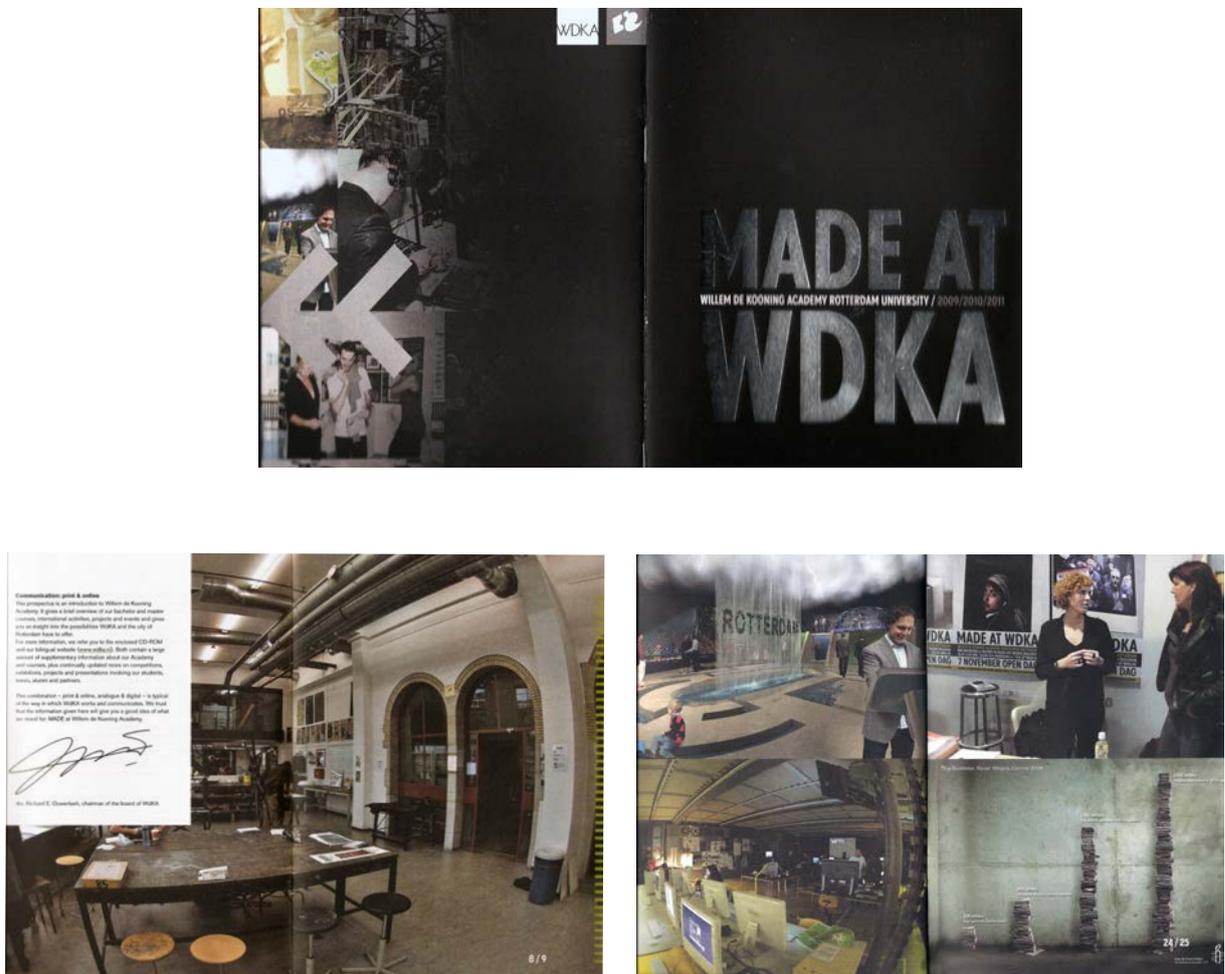


Figura 13 - Exemplo 03 de livro impresso

Tamanho: 160 x 220 mm

Número de páginas: 27

Este livro é o catálogo da *Universidade Willem de Kooning - Rotterdam 2009/2010/2011*. A capa é feita de papel cartão 300g/ m², com aplicação de *Hot Stamping* no título. Para o miolo foi utilizado papel *offset* 120g/ m². É um catálogo que prevalecem imagens em seu *layout* interno, sendo a mancha gráfica impressa tanto na frente quanto no verso de cada página.

Exemplo 04

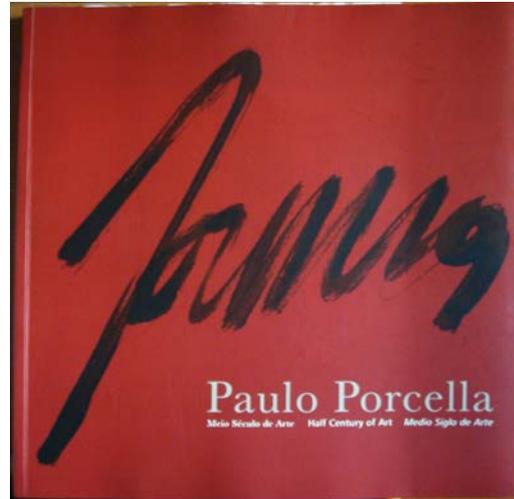


Figura 14 - Exemplo 04 de livro impresso

Tamanho: 290 x 290 mm

Número de páginas: 192

Em comemoração aos 50 anos de trabalho do artista gaúcho Paulo Porcella, criou-se um livro para recuperar a trajetória desse grande mestre de vários artistas. Mesmo com um número expressivo de textos sobre o artista, no começo do livro, ele é predominantemente visual, possui centenas de reproduções das diversas obras produzidas pelo artista. Em relação à estrutura física do livro, a capa é mole e as páginas internas são em papel couchê fosco (PORCELLA, 2009).

Exemplo 05

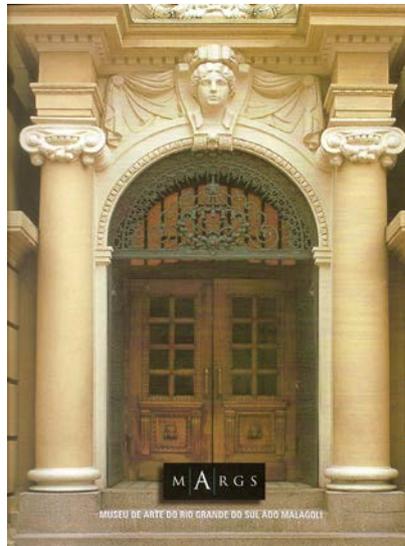


Figura 15 - Exemplo 05 de livro impresso

Tamanho: 222 x 229 mm

Número de páginas: 160

Este livro é o catálogo do *Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS*. Apresenta uma parte narrativa da história do museu e das personagens que marcaram suas atividades. Traz, ao longo de mais de cem páginas, as reproduções de um grupo considerável de obras da coleção, selecionadas levando-se em conta a importância da contribuição de cada um dos artistas para a evolução da arte nacional e, mais especificamente, gaúcha. A capa é de papel cartão 300g/ m² e o miolo é formado por papel couché fosco. O livro recebeu o Prêmio Açorianos de Literatura 2001, na categoria livro especial.

Exemplo 06

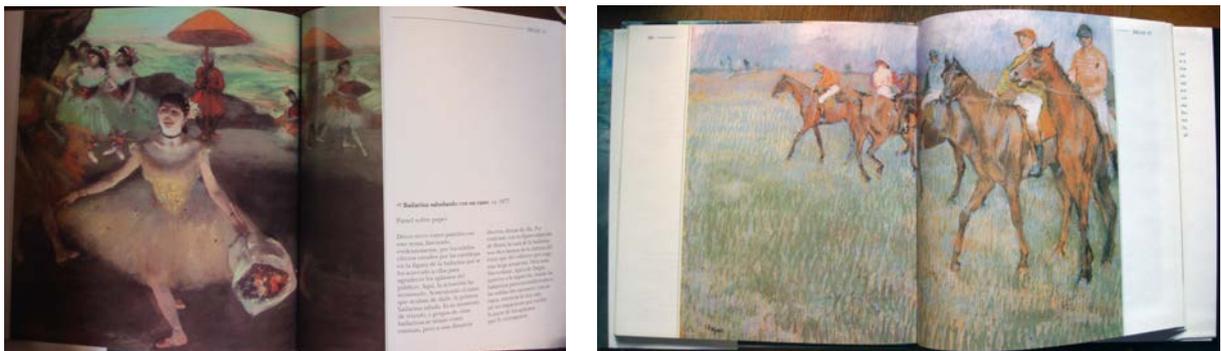
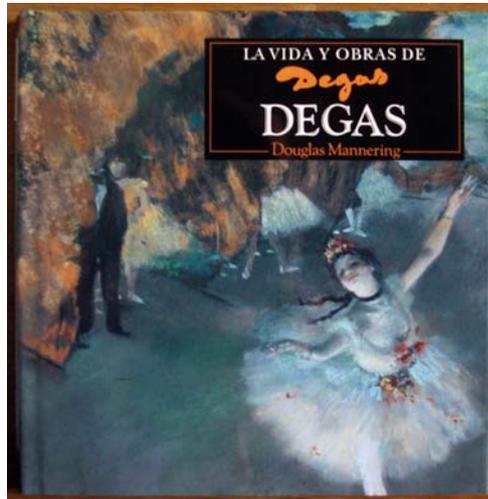


Figura 16 - Exemplo 06 de livro impresso

Tamanho: 202 x 207 mm

Número de páginas: 80

Este livro faz parte de uma série que contempla a vida e as obras dos pintores famosos. Em cada volume se inclui uma breve introdução que oferece uma concisa biografia do artista e descreve os elementos que constrói o seu estilo. Este livro (volume) abordado trata-se do artista *Edgar Degas* e reproduz com fidelidade 50 pinturas (coloridas), com comentários detalhados de cada uma das obras, explicando o contexto que rodeia a obra, seu significado na história da arte e o lugar que ocupa em um conjunto completo dos trabalhos do artista. Em relação à estrutura física do livro, possui capa dura e uma capa de papel que a cobre. Internamente o papel utilizado é couchê brilho (MANNERING, 1998).

Exemplo 07



Figura 17 - Exemplo 07 de livro impresso

Tamanho: 328 x 238 mm

Número de páginas: 148

Livro produzido para acompanhar uma grande exposição no *Victoria & Albert Museum*, em Londres, os designers criaram uma fonte especial: *FY-V&A*. O trabalho foi dividido em duas seções. A primeira foi impressa em papel *offset* e apresenta uma série de ensaios. A segunda seção foi impressa em papel couchê liso, mostrando trabalhos de vários designers da moda contemporânea. No primeiro capítulo do livro, todas as imagens são mostradas como transparências em 35mm, compostas em molduras de slide de plástico transparente. O resto do livro usa um sistema de grade mais flexível, permitindo que as imagens sejam mostradas cortadas ou com sangria total (A2/ SW/ HK, 2011).

Exemplo 08

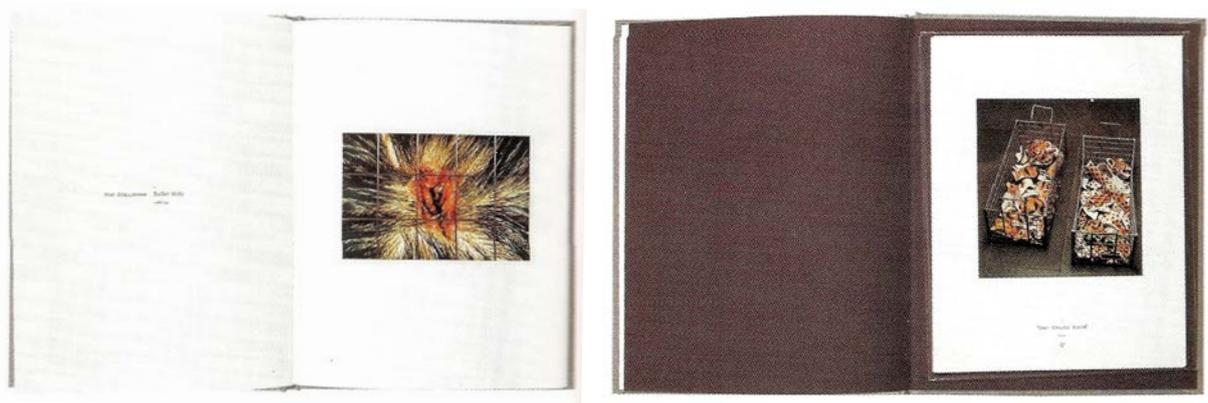
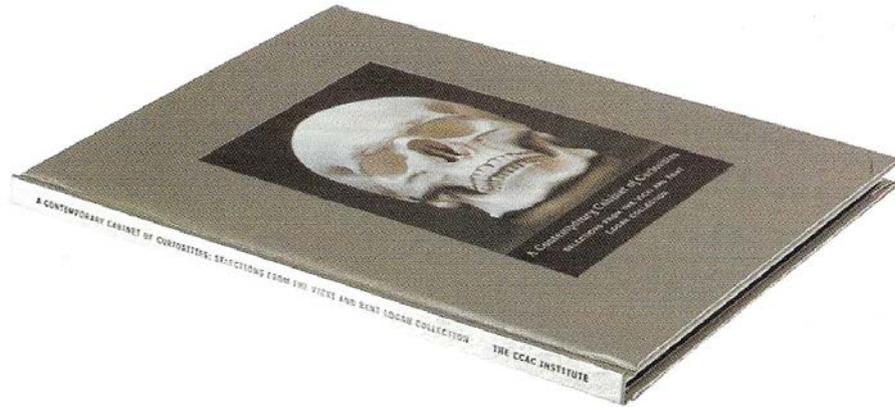


Figura 18 - Exemplo 08 de livro impresso

Tamanho: 235 x 184 mm

Número de páginas: 52

Este livro foi produzido para acompanhar uma exposição sobre a ideia por trás do “gabinete de curiosidades” - na verdade, o precursor do museu moderno. Para enfatizar a ideia de que essas coleções foram reunidas por seus próprios donos, o livro deve ser completado pelo leitor. As lâminas são um conjunto de adesivos, guardados em um envelope preso no verso da quarta capa e devem ser inseridos no livro pelo leitor. Nas páginas, há monocromos em cinza indicando aonde as imagens devem ser coladas. A tipografia mantém a ideia de coleção, ao usar um tipo feito sob encomenda (*New Clear Era*). Ornamentos tipográficos e ilustrações médicas antigas completam o vocabulário visual (FAWCETT-TANG, 2007, p.158).

Exemplo 09



Figura 19 - Exemplo 09 de livro impresso

Tamanho: 234 x 166 mm

Número de páginas: 134

Produzido para acompanhar uma exposição do artista *Marc Quinn* na *Tate Liverpool*, cada uma das seis seções do livro foi impressa em duas cores especiais e em papéis offset de várias cores. O produto é mais surpreendente do que o resultado geralmente alcançado no processo tradicional de impressão em quatro cores sobre papel branco. Dezoito lâminas coloridas em formato A5 foram intercaladas ao longo do livro, contrastando com a qualidade que ele apresenta de ser um livro de esboços e com o trabalho multicolorido. Os designers brincaram com as impressões de imagens em semitons comuns, abstratos, em pontos e em linha, o que deu à peça ainda mais energia. O livro finalizado é muito diferente de um catálogo artístico convencional, onde as imagens são acomodadas em grandes espaços abertos (FAWCETT-TANG, 2007, p. 159).

4.2 LIVROS DIGITAIS

A febre do *Kindle* e a chegada do *iPad* impulsionaram a criação e a distribuição de livros digitais. Segundo a Editora Abril (2011), só na *Amazon*, o catálogo já ultrapassa a marca de 750 mil títulos disponíveis para *Kindle*. Mesmo que a empresa não informe os números exatos, ela afirma que a venda de *e-books* já supera a de obras impressas. Para deslançar de vez, contudo, ainda falta aos livros digitais um formato único e popular. Enquanto isso não acontece, é possível utilizar os aplicativos capazes de ler diversos formatos ou, até mesmo, convertê-los para a extensão aceita no *e-reader* do próprio usuário. Opções não faltam, do simples arquivo .txt, html, PDFs com ou sem multimídia, o ePub, formato compatível com *iPad*, *iPhone* e com outros aparelhos que foi criado pelo *International Digital Publishing Forum* com a intenção de tornar-se um padrão multiplataforma (IDPF, 2011).

4.2.1 A Temática das Exposições nos Suportes Digitais

No caso específico do projeto para suporte digital, ao contrário do impresso, existem poucos livros sobre exposições de arte. Por outro lado, no suporte digital existem algumas alternativas diferentes para explorar a temática de exposições de arte, as mais populares sendo os sites e ‘museus virtuais’. Livros digitais sobre exposições de arte parecem ser praticamente inexistente, provavelmente porque esta ainda é uma área nova no mercado.

4.2.1.1 *Google Project*

O *Google* lançou neste ano uma ferramenta *online* que permite visitar virtualmente 17 importantes museus em todo o mundo e visualizar mais de mil obras de arte. Segundo o *Globo.com*¹, por meio da tecnologia *Street View* e de um veículo exclusivamente desenvolvido para o projeto, o *Google Art Project* fotografou em 360 graus o interior de lugares como o *MoMA*, de Nova York, o *Museu Van Gogh* (Figuras 20 e 21), em Amsterdã, a *Tate Britain* e a *National Gallery*, de Londres. O resultado é a possibilidade de percorrer essas galerias e museus, além de poder visualizar as obras com maior

1 GLOBO. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2011/02/01/google-cria-ferramenta-para-visitacao-virtual-de-museus-em-360-graus-923713687.asp#ixzz1Pgc9I2sB/>>

aproximação em relação ao que é permitido no museu físico, onde normalmente existem barreiras de proteção.

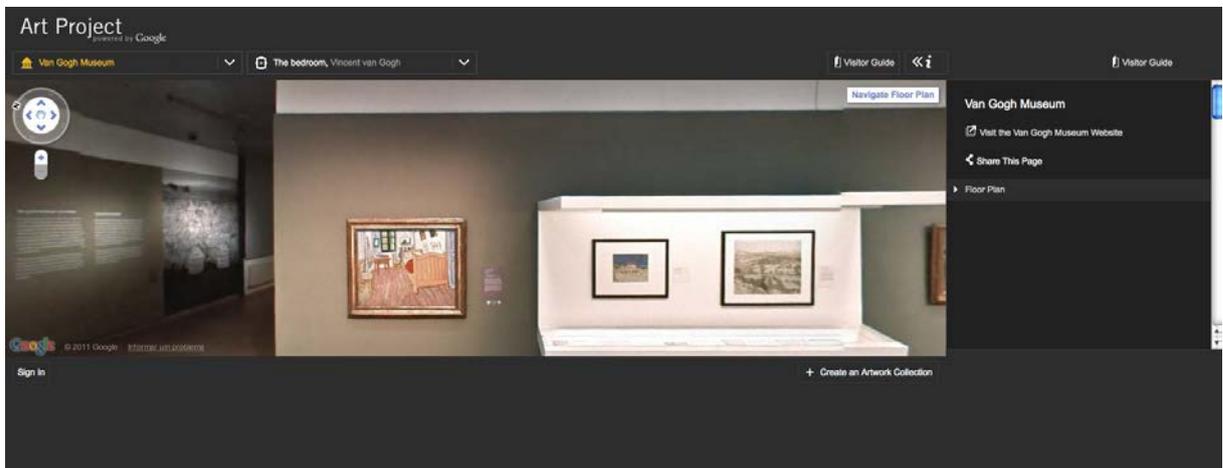


Figura 20 - Percorrendo o Museu Van Gogh

Fonte: *Van Gogh Museum: Art Project, powered by Google*

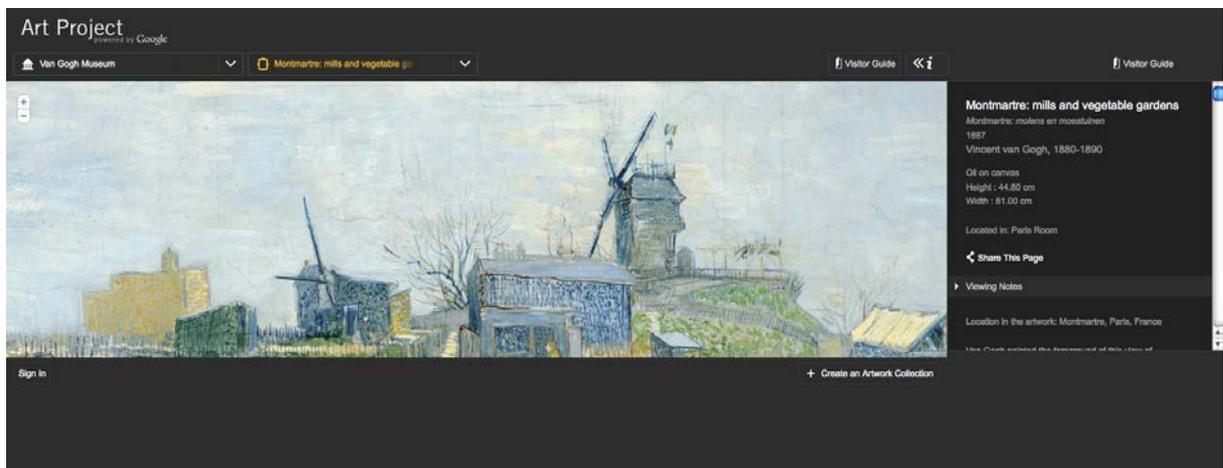
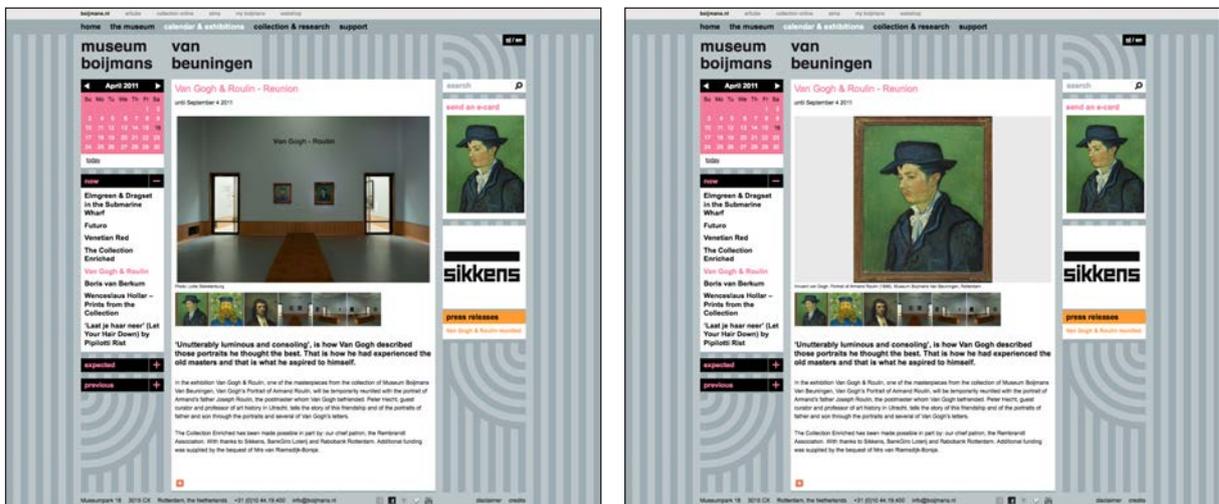


Figura 21 - Visualização de perto de uma obra de Van Gogh

Fonte: *Van Gogh Museum: Art Project, powered by Google*

4.2.1.2 *Museu Boijmans Van Beuningen*

No site do museu *Boijmans Van Beuningen* (Figuras 22 e 23) de Roterdão o internauta pode conferir novidades de exposições, agenda de eventos, como também visualizar o acervo de exposições já realizadas. A seguir, algumas imagens capturadas do site do museu, que correspondem a uma exposição de arte ali realizada. O internauta pode clicar nas imagens da galeria e ver ampliações tanto do espaço do museu onde elas estão expostas, quanto das próprias obras.

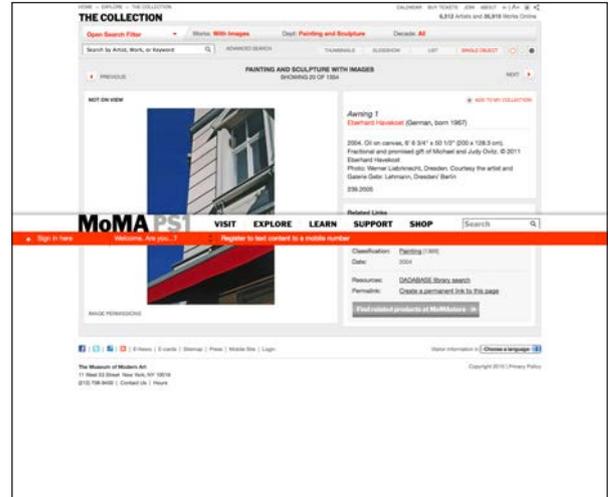
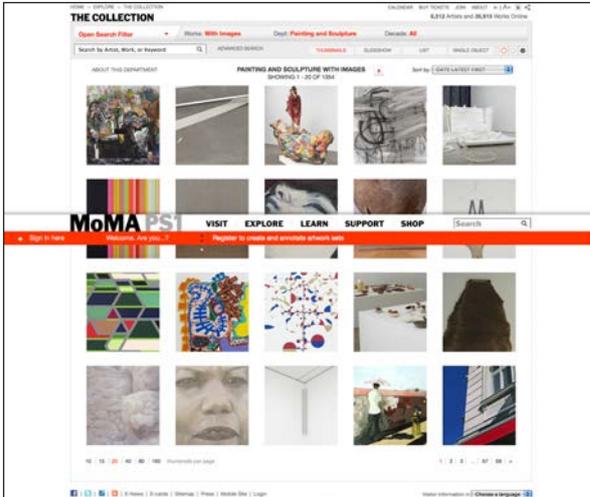


Figuras 22 e 23 - Navegação pelo site do museu e visualização de obras

Fonte: *Calendar & Exhibitions - Museum Boijmans Van Beuningen*

4.2.1.3 *Museu MoMA*

No site do *Museu de Arte Moderna* de Nova Iorque (Figuras 24, 25 e 26) o internauta pode checar a programação do museu, ter acesso a algumas exposições expostas, como também ter a possibilidade de interagir no site através de recursos que no suporte impresso seriam inviáveis, como visualizar vídeos sobre as exposições, sobre os artistas etc.



Figuras 24 e 25 - Navegação pelas coleções do MoMA

Fonte: MoMA - The Museum of Modern Art

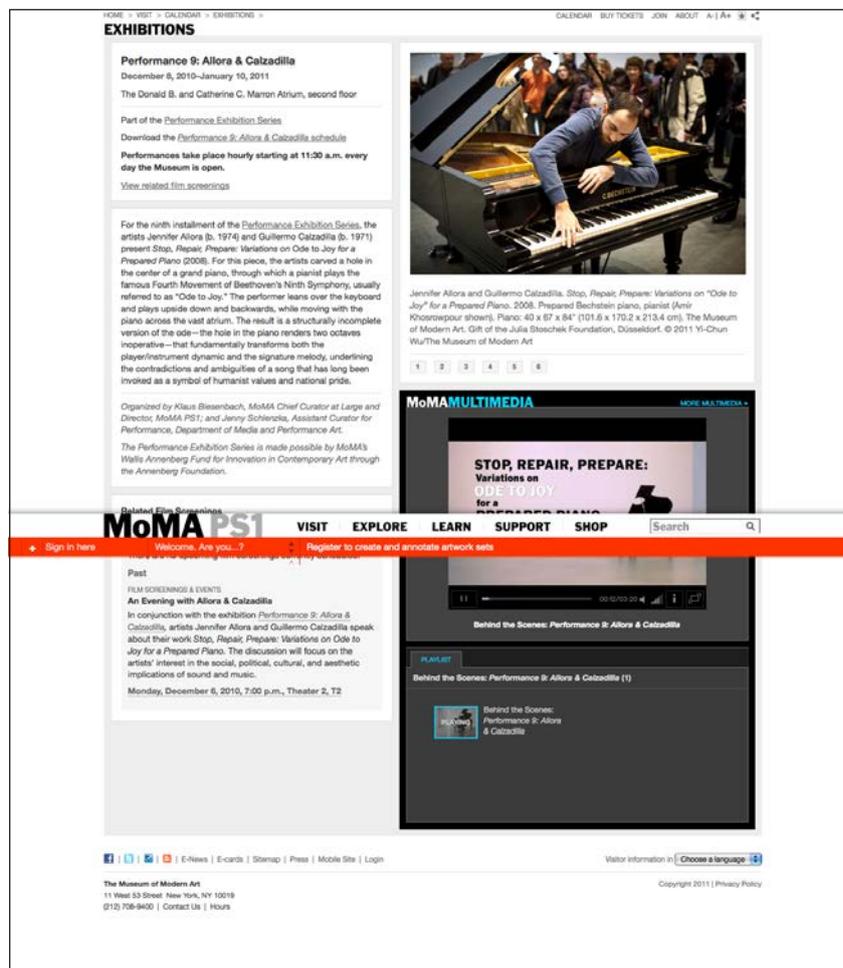
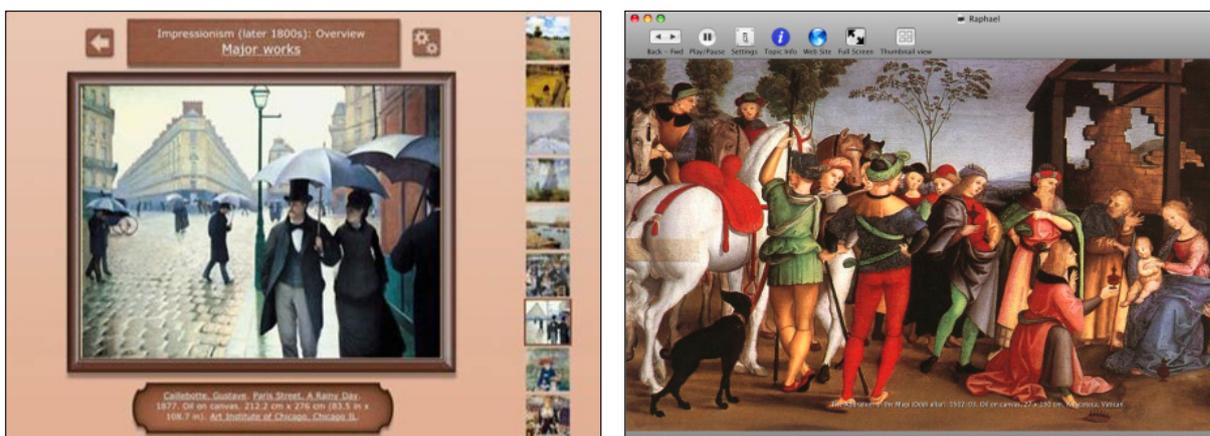


Figura 26 - Explorando áudio e vídeo no site do MoMA

Fonte: MoMA - The Museum of Modern Art

4.2.1.4 Aplicativo Art Authority

Este aplicativo foi produzido pela *Apple* e tem como objetivo simular uma galeria de arte portátil. Possui informações sobre artistas e suas obras: são mais de 1.000 dos maiores artistas do mundo ocidental, desde a antiguidade até hoje, mais de 50 mil pinturas e esculturas, organizado em oito salas (para cada período específico). O usuário escolhe um artista pelo próprio nome ou pelo movimento ao qual o artista pertence. Pode-se também pesquisar e comparar obras de diferentes artistas por título, assunto ou local (APPLE STORE, 2011). A seguir, algumas imagens capturadas para ilustrar esse aplicativo.



Figuras 27 e 28 - Interfaces do aplicativo *Art Authority*

Fonte: CNET Downloads

4.2.1.5 E-book da Cinderela²

Este *e-book* foi desenvolvido pela *iBigToy*³ e apresenta desenhos animados, mas a interação se limita a mudanças sutis no cenário. A história pode ou não ser narrada, mas com um toque na tela o leitor ativa as falas dos personagens relativas àquela cena.

2 Foram considerados para análise os e-books com temáticas variadas, não relacionados à exposições de arte especificadamente, visto que a existência destes últimos são praticamente inexistentes.

3 Maiores informações, <http://www.ibigtoy.net/index.php>



Figuras 29 e 30 - Interfaces do livro *Cinderela*

Fonte: *iBigToy*

4.2.1.6 *Will Warburto de George Gissing no formato ePub*

O exemplo neste caso analisado trata-se do romance *Will Warburto* de George Gissing no formato ePub. Em relação a este caso específico, observa-se (figura 31) que as páginas não apresentam ilustrações nem cores; há somente o texto em preto no fundo branco. Observa-se também uma navegabilidade no livro através de um menu que contém todos os capítulos do livro. Para ser direcionado a um capítulo específico, é preciso clicar no link respectivo do capítulo.

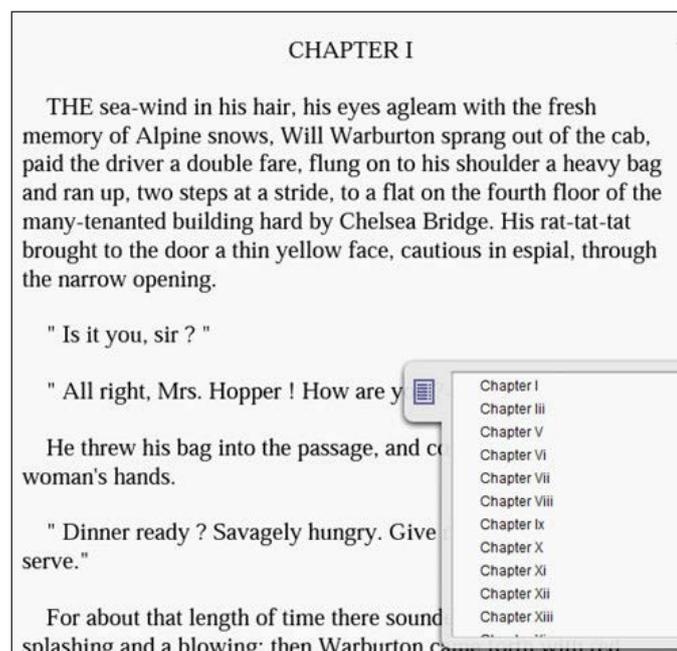
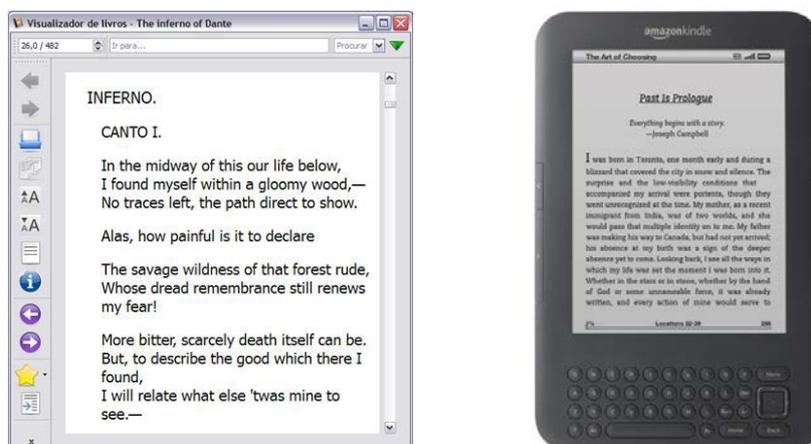


Figura 31 - *E-book Will Warburto de George Gissing no formato ePub*

Fonte: Editora Plus - Tudo sobre e-book

Os formatos em ePUB costumam seguir um *layout* semelhante ao do *e-book* de George Gissing analisado anteriormente. A seguir algumas imagens para ilustrar isso:



Figuras 32 e 33 - Diferentes plataformas para leitura de formato ePub

Fonte: InfoWester Notícias | Amazon

4.3 PLATAFORMAS PARA E-BOOKS

Nesta etapa do projeto, tem-se como objetivo fazer um levantamento abrangente de algumas plataformas existentes, englobando desde aparelhos portáteis de pequeno porte, como *smartphones*, até computadores pessoais do tipo *desktop*. A ideia não é realizar um levantamento total, visto que surgem novos equipamentos continuamente, mas verificar que alternativas existem no mercado e quais são as funcionalidades para, então, chegar a uma definição da melhor plataforma para este projeto. As plataformas para *e-books* são dispositivos portáteis (*e-readers*, *tablets* e *smartphones* principalmente) que permitem fazer a leitura de livros digitais (*e-books*). Estritamente, para ler um livro digital sempre é preciso ter um software específico: mesmo para o arquivo de texto simples, com extensão *.txt*, precisa ser lido no mínimo pelo sistema operacional ou, mais comumente, um editor de textos simples.

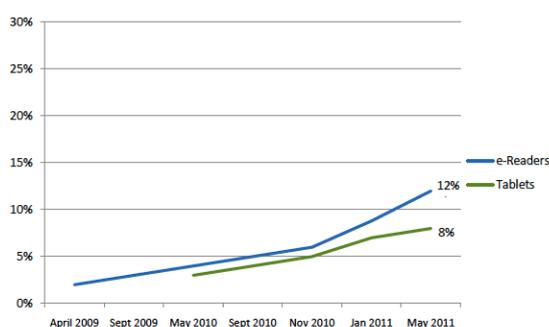
Para ler livros em html é preciso navegadores como os que se utiliza para acessar a Web (Internet Explorer, Firefox, Chrome, Safari, etc). Formatos mais específicos, como o DjView (*DjVuLibre: Open Source DjVu library and viewer*, 2011) ou o ePub (IDPF, 2011) requerem leitores dedicados, desenvolvidos especialmente para eles. O ePub é um dos formatos aceitos para serem lidos no *iPad*, como também o formato FOLIO.

Os *e-readers*, como o *Kindle* por exemplo, são projetados para permitir que os leitores façam o *download* e leiam livros e periódicos. Segundo *Pew Internet Project* (2011), a percentagem de adultos nos Estados Unidos que possui um leitor de livro eletrônico dobrou para 12% em maio de 2011 em relação aos 6% em novembro de 2010.

Esta é a primeira vez, desde que a *Pew Internet Project* começou a medir o uso de *e-readers* - em abril de 2009 -, que a posse deste dispositivo atingiu dois dígitos entre os adultos dos EUA.

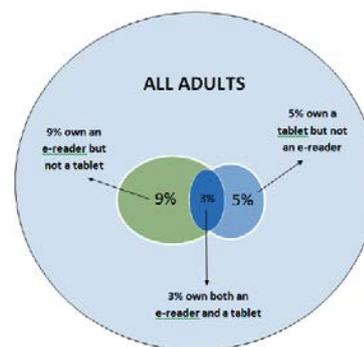
Já no caso dos *tablets* e os *smartphones*, aparelhos portáteis similares aos *e-readers*, são projetados a fim de proporcionar, além da possibilidade de *download* e de leitura de livros e periódicos, interatividade com a *Web*. Em relação ao mercado de vendas, segundo a *Pew Internet Project*, em maio de 2011, 8% dos adultos afirmaram possuir um *tablet*, como um *iPad*, *Samsung Galaxy* ou *Motorola Xoom*. Isto é aproximadamente o mesmo percentual de adultos que declararam possuir este tipo de dispositivo em janeiro de 2011 (7%), representando apenas um aumento de 3 pontos percentuais desde novembro de 2010.

Growth in e-reader and tablet ownership among U.S. adults



Source: The Pew Research Center's Internet & American Life Project, April 26-May 22, 2011 tracking survey. N=2,277 adults ages 18 and older. Interviews conducted in English and Spanish. Margin of error = +/- 2 percentage points.

Three percent of all adults own both an e-reader and a tablet



Source: The Pew Research Center's Internet & American Life Project, April 26-May 22, 2011 tracking survey. N=2,277 adults ages 18 and older. Interviews conducted in English and Spanish.

Figuras 34 e 35 - Relação de venda e de uso entre *e-readers* e *tablets*

Fonte: *Pew Internet Project* (2011)

Segundo uma outra pesquisa realizada pela *Pew Internet Project* nos Estados Unidos, quem frequentemente usa *e-readers* e *tablets* são adultos hispânicos, adultos com menos de 65 anos, curso superior e aqueles que vivem em famílias com renda de pelo menos 75.000 dólares anuais. Os pais também são mais propensos que os não-pais de possuir esses dispositivos.

Abaixo, uma tabela (Figura 36) com os dados percentuais de adultos de cada grupo que adquiriu um *e-reader* no período de Novembro de 2010 a maio de 2011:

Who owns e-readers

% of adults in each group who own an e-reader, in Nov. 2010 and May 2011

| | % of each group who owned an e-reader in Nov 2010 | % of each group who own an e-reader in May 2011 |
|-------------------------------|---|---|
| All adults in the U.S. | 6% | 12% |
| Gender | | |
| Male | 6 | 12 |
| Female | 6 | 11 |
| Parental status | | |
| Parent of child <18 | 6 | 16 |
| Not a parent of child <18 | 6 | 10 |
| Race/Ethnicity | | |
| White | 6 | 11 |
| African American | 5 | 8 |
| Hispanic | 5 | 15 |
| Age | | |
| 18-29 | 6 | 10 |
| 30-49 | 5 | 14 |
| 50-64 | 9 | 13 |
| 65+ | 4 | 6 |
| Education | | |
| Some high school | 5 | 3 |
| High school | 4 | 6 |
| Some college | 6 | 13 |
| College graduate | 8 | 22 |
| Household income | | |
| < \$30,000 | 4 | 4 |
| \$30,000 - \$49,999 | 3 | 13 |
| \$50,000 - \$74,999 | 6 | 13 |
| \$75,000+ | 12 | 24 |

Source: The Pew Research Center's Internet & American Life Project, April 26-May 22, 2011 tracking survey. N=2,277 adults ages 18 and older. Interviews conducted in English and Spanish.

Figura 36 - Dados percentuais de aquisição de *e-reader*

Fonte: *Pew Internet Project* (2011)

Abaixo, uma tabela (Figura 37) com os dados percentuais de adultos de cada grupo que adquiriu um *tablet* no período de Novembro de 2010 a maio de 2011:

Who owns tablet computers

% of adults in each group who own a tablet computer, in Nov. 2010 and May 2011

| | % of each group who owned a tablet computer in Nov 2010 | % of each group who own a tablet computer in May 2011 |
|-------------------------------|--|--|
| All adults in the U.S. | 5 | 8 |
| Gender | | |
| Male | 6 | 10 |
| Female | 4 | 6 |
| Race/Ethnicity | | |
| White | 4 | 7 |
| African American | 4 | 8 |
| Hispanic | 7 | 15 |
| Age | | |
| 18-29 | 6 | 12 |
| 30-49 | 6 | 9 |
| 50-64 | 4 | 8 |
| 65+ | 2 | 2 |
| Education | | |
| Some high school | 4 | 4 |
| High school | 3 | 5 |
| Some college | 4 | 10 |
| College graduate | 8 | 13 |
| Household income | | |
| < \$30,000 | 4 | 4 |
| \$30,000 - \$49,999 | 3 | 8 |
| \$50,000 - \$74,999 | 3 | 8 |
| \$75,000+ | 9 | 17 |

Source: The Pew Research Center's Internet & American Life Project, April 26-May 22, 2011 tracking survey. N=2,277 adults ages 18 and older. Interviews conducted in English and Spanish.

Figura 37 - Dados percentuais de aquisição de *tablet*

Fonte: *Pew Internet Project* (2011)

Com esses dados, percebe-se que os proprietários de *e-readers* cresceram em um ritmo mais rápido entre os adultos hispânicos do que entre os adultos brancos ou africano-americano. Além disso, a aquisição entre os adultos com idades entre 18-49 cresceu mais rapidamente do que qualquer outro grupo etário. Houve também um crescimento considerável de aquisição de *e-readers* - durante o período de novembro de 2010 e maio 2011, entre pessoas com curso superior, um quinto dos quais agora possuem estes dispositivos. Este grupo já estava ultrapassando outros adultos em novembro de 2010. Da mesma forma, enquanto a aquisição cresceu para todos os adultos com renda familiar de, pelo menos, 30.000 dólares por ano, os ganhos foram mais acentuados entre aqueles na categoria com renda familiar mais alta (75 mil dólares ou mais). Este grupo continua a superar todas as categorias de outros rendimentos por uma larga margem, com um em cada quatro adultos neste nível de renda familiar possui um *e-reader*.

Padrões demográficos similares de aquisição existem também para os *tablets*. No entanto, no caso dos *tablets*, os homens são agora um pouco mais propensos do que as mulheres a possuírem este tipo de dispositivo. Entre novembro de 2010 e maio de 2011, os maiores aumentos na aquisição foram entre os homens, quando comparados com as mulheres, adultos hispânicos em comparação com os adultos brancos e afro-americano, adultos na faixa etária de 18-29.

4.3.1 *Kindle*

O *e-reader Kindle* (Figura 38) foi lançado primeiramente nos Estados Unidos em 2007 pela *Amazon*. No Brasil foi lançado em 2009 e hoje seus modelos já têm a possibilidade de acesso à 3G, além de telefonia celular. Seu diferencial frente aos concorrentes é possuir tela sem luminosidade e a cor da página na tela imitar a de uma folha de papel.

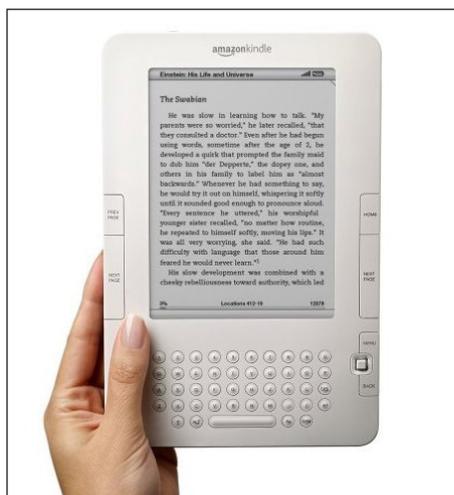
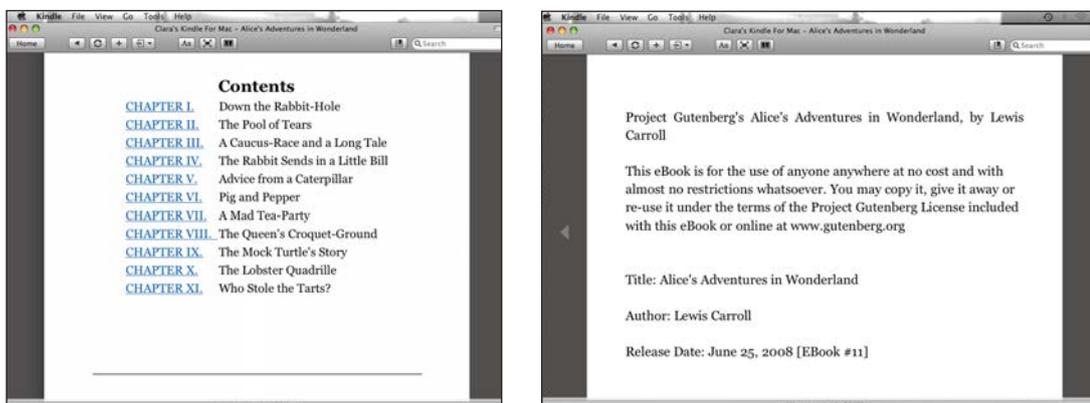


Figura 38 - Kindle

Fonte: Amazon

A mais recente versão do *Kindle* é o modelo *Kindle 3*, que supera uma falha (lentidão na virada de páginas) da maioria dos *e-readers*. Segundo a Editora Abril (2011), o aparelho consegue fazer a transição em 0,7 segundos, tempo similar ao gasto num livro de papel. Sua tela tem ótimo contraste e conexão *Wi-Fi*. Embora o *Kindle* não leia extensões de arquivo do tipo DOC, DOCX, RTF e HTML, apenas uma extensão própria, a *Amazon* recebe esses arquivos por e-mail, converte e disponibiliza por *Wi-Fi*. Os arquivos podem ser lidos então no formato AZW, específico para o *Kindle*, sendo possível a leitura de textos PDF, DOC e RTF desde que convertidos para a extensão MOBI (Figuras 40 e 41), comum nos *e-readers*. O maior defeito do *Kindle* é não ser compatível com ePub, formato que vem sendo cada vez mais aceito como um provável padrão para os *e-books* em geral. Entretanto, para a *Amazon* não interessa a venda de livros em formato ePub, pois esses podem ser copiados de uma plataforma para outra, gerando um problema para a empresa.

Em relação à usabilidade dos aparelhos da *Amazon*, suas principais vantagens são: o aumento da letra, possibilidade de horizontalização e verticalização da tela para leitura, pesquisa de termos em inglês através do dicionário *Oxford*, função de leitura sonora dos textos, aumentando a acessibilidade.



Figuras 39 e 40 - Simulador *Kindle* para *Mac* - extensão MOBI

Fonte: Autor

É possível ler também os livros utilizando um simulador *Kindle* em outros aparelhos:



Figura 41 - Simulador *Kindle* em outros aparelhos

Fonte: Amazon

4.3.2 *iPhone*

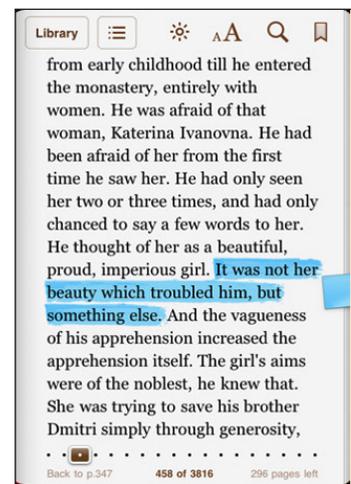
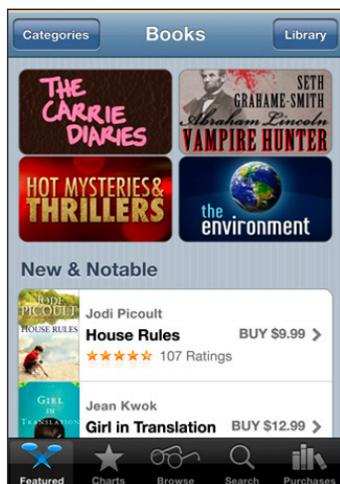
O *iPhone* (Figura 42) é um aparelho que agrega várias funções, como o uso comum de um telefone para chamadas telefônicas, envio de SMS, reprodução de música, leitura de textos, captura de imagens e vídeos através de câmera, acesso à internet, despertador, calculadora, plataforma de games etc. Sua primeira versão foi lançada em 2007 (*iPhone*), hoje está na quarta versão (*iPhone 4S*).



Figura 42 - iPhone

Fonte: Apple

A seguir, algumas imagens que ilustram a navegação pela biblioteca de livros (*iBook*) no *iPhone*, como também imagens da interface de leitura e suas funções, tais como acrescentar notas em trechos do texto:



Figuras 43, 44, 45 - Interfaces, navegação e usabilidade pelo *iBook* no *iPhone*

Fonte: Apple - iTunes

4.3.3 iPad

Mais recentemente, com a popularização dos *tablets*, tornou-se comum associar a leitura de livros digitais com o *iPad*. Entretanto, *tablet* não é sinônimo de *iPad*. Até hoje, já foram lançados vários modelos de *tablets*, por diversos fabricantes, e não somente pela *Apple*.

Com a mesma lógica de usabilidade, mobilidade e interatividade, porém em formato maior e vocacionado para o uso da internet e não como um telefone, a fabricante *Apple* desenvolveu o *iPad* (Figura 46).



Figura 46 - *iPad 2*

Fonte: *Apple*

O *iPad* não é um *laptop* ou *netbook*, nem *smartphone*. Pertence a uma nova categoria intermediária, que requer um novo tipo de *software* e de interface de usuário. É um aparelho de *touch screen* que roda o mesmo sistema operacional do *iPhone* (o iOS). Contudo, tratá-lo como um *iPhone* maior não é inteligente. O *iPad* é uma plataforma de produtividade e entretenimento como o *iPhone* nunca tentou ser, até porque é alvo para versões adaptadas de aplicativos que anteriormente só existiam para desktops (FITTIPALDI, 2010).

O primeiro *iPad* foi lançado em abril de 2010 nos Estados Unidos e segundo Yano (2010), em menos de três meses a *Apple* vendeu três milhões de iPads. A expectativa era de quatro milhões até o fim daquele ano. O *iPad* hoje está na sua segunda versão, *iPad 2*, lançado no Brasil em junho de 2011 (FITTIPALDI, 2010).

Segundo Antony Mayfield (FITTIPALDI, 2010), vice-presidente sênior de mídia social na agência *iCrossing*, ele acredita que o *iPad* é versátil como ferramenta de criação de conteúdo. “Estou surpreso com isso. É confortável de usar e, com o mouse e o teclado retirados do relacionamento com o computador, a relação com imagens e textos é direta e de algum modo mais íntima” (p.32).

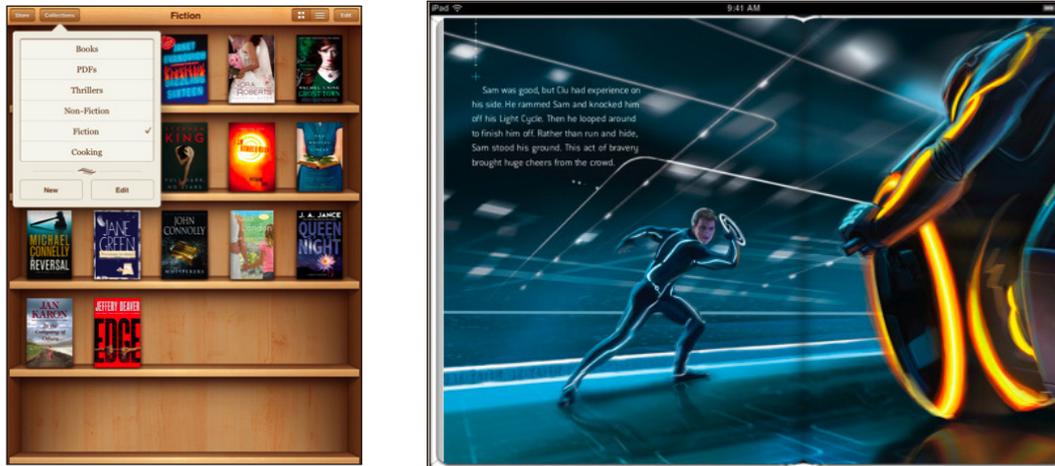
O *iPad* evoluiu a partir de um trio de naturezas diferentes - telefone, impressos e *Web*. Pode ser que ele crie uma nova corrente de design, mas não descarte nada, muito menos o design de impressos. A intenção é que a leitura no *iPad* seja tão natural quanto a leitura de um impresso. Um dos grandes desafios para o design visual para *iPad* (e também *iPhone*) é que ele funciona tanto em modo paisagem como em retrato. Assim, todo *layout* precisa ter uma orientação natural e os projetos precisam ser adaptáveis (FITTIPALDI, 2010).



Figura 47 - *Layouts* para o suporte digital e suporte impresso

Fonte: Computer Arts Projects, ed. 14, 2010

A seguir, duas imagens que ilustram a navegação pela biblioteca de livros (*iBook*) no *iPad*, como também imagens da interface de leitura:



Figuras 48 e 49 - Navegação pelo *iBook* e tela (páginas) de um livro no *iPad 2*

Fonte: Apple - iTunes

Além dos modelos mencionados, existem diversos outros *tablets* com pouca diferenciação entre as marcas. Segundo IKEDA (2010), houve uma explosão de lançamentos de equipamentos na feira da CeBIT⁴ em 2010. A grande maioria apresenta as mesmas funções de tela não reflexiva, funcionalidade e arquivos que podem ser lidos, diferenciando-se apenas pelo fabricante e preço. São exemplos de equipamentos disponíveis nos dias atuais:

ASSUS - EEE - PC 791



GALAXY TAB



MOTOROLA XOOM



Figuras 50, 51 e 52 - Modelos de *tablets*

Fontes: Hitechlive 2.0 | Sou mais android | Engadget

A seguir, uma tabela técnica (Figura 53) comparando as características funcionais dos principais *tablets* disponíveis no mercado:

| Tablets |  |  |  |  |  |  |  |
|--------------------------------|---|---|---|---|--|---|---|
| Tablets | iPad2 | iPad | Galaxy Tab 10.1 | Optimus Tab | Xoom | PlayBook | TouchPad |
| Fabricante | Apple | Apple | Samsung | LG | Motorola | RIM | HP |
| Tela (polegadas) | 9,7 | 9,7 | 10,1 | 8,9 | 10,1 | 7 | 9,7 |
| Sistema Operacional | iOS 4.3 | iOS 3.2 | Android 3.0 | Android 3.0 | Android 3.0 | BlackBerry | WebOS |
| Processador | Apple A5 1GHz dual core | Apple A4 1 GHz | Nvidia Tegra II 1 GHz dual core | Nvidia Tegra II 1 GHz dual core | Nvidia Tegra II 1 GHz dual core | 1 GHz dual core | Snapdragon APQ8060 1,2 GHz dual core |
| Memória | 16, 32 e 64GB | 16, 32 e 64GB | 16, 32 e 64GB | 32GB | 32GB | 16, 32 e 64GB | 16, 32GB |
| Rede Móvel | 3G HSPA | 3G HSPA | 4G HSPA+ | 3G HSPA | 3G com upgrade para 4G LTE | 4G HSPA+ LTE ou WIMAX | 3G HSPA |
| Câmera | 0,7 MP | Não tem | 3 MP | 5 MP (dual) | 5 MP | 5 MP | 1,3 MP |
| Dimensões⁽¹⁾ | 18,5 x 24,1 | 18,9 x 24,2 | 17,3 x 25,7 | 15 x 24,3 | 16,7 x 24,9 | 13 x 19,4 | 19 x 24 |
| Duração da bateria | 10h ^[2] | 10h ^[2] | 10h ^[2] | Não divulgado | 10h ^[2] | Não divulgado | Não divulgado |
| Preço | 499 a 829 dólares | 1399 a 2399 reais | 1700 reais | Não divulgado | 599 a 799 dólares | 500, 600 e 700 dólares | Não divulgado |

Figura 53 - Tabela comparativa - *tablets*

Fonte: *Strings Nerds*

4.4 ANÁLISE GERAL DOS CASOS

É importante perceber que se está longe de considerar o fim dos impressos. Claro que não se pode negar que o suporte impresso tem suas limitações: uma impressão de qualidade custa caro e a mancha gráfica não pode ultrapassar as dimensões do papel, por exemplo. Além disso, há a questão do desperdício, já que milhares de impressos são produzidos, distribuídos e jogados fora diariamente, com uma porcentagem muito pouco significativa indo para a reciclagem. O custo ambiental da produção de papel está longe de ser irrelevante.

Outra característica em relação ao suporte impresso é a qualidade sensorial do papel,

que ajuda a definir o objeto, ou seja, o produto editorial impresso tem textura, cheiro e envelhece com o tempo. Já o suporte digital corre no sentido contrário. Contudo, deve-se pensar também nos quesitos que dificultam a utilização do suporte impresso para enxergar que existem vantagens tanto em um suporte quanto em outro.

A portabilidade também é uma característica importante a ser considerada entre os suportes impresso e digital e, no caso dos livros digitais, é uma vantagem. Hoje, um leitor pode carregar numa plataforma móvel (como o *Kindle*, *iPhone*, *iPad* etc.) milhares de livros digitais, que possivelmente sempre estarão disponíveis para serem consultados a qualquer momento. Outra característica importante a analisar entre os dois suportes é quanto à armazenagem, o livro digital soluciona o problema gerado pela grande quantidade de material informacional produzido, em relação ao pouco espaço disponível para guardá-lo.

A essência, portanto, dessa convivência entre esses dois suportes está em aproveitar o que cada suporte oferece e utilizar da melhor maneira possível essas características singulares.

5 MATERIAIS E TÉCNICAS

Durante a revisão de bibliografia, constatou-se que a produção de livros impressos e mesmo digitais envolve muitos aspectos diferentes e que existe uma imensa quantidade de material a respeito do design editorial, sobretudo para o suporte impresso. Neste relatório só serão abordados aspectos considerados estritamente relevantes para o desenvolvimento do trabalho. Outros materiais e técnicas não serão abordados.

5.1 LIVROS IMPRESSOS

Segundo Bringhurst (2005, p.159),

um livro é um espelho flexível da mente e do corpo. Seu tamanho e proporções gerais, a cor e a textura do papel, o som que produz quando são viradas, o cheiro do papel, da cola e da tinta, tudo se mistura ao tamanho, à forma e ao posicionamento dos tipos para revelar um pouco do mundo em que foi feito. Se o livro se parecer apenas com uma máquina de papel produzida conforme a conveniência de outras máquinas, só máquinas vão querer lê-lo.

Os livros impressos são um produto resultante de um processo colaborativo. A tarefa do designer pode variar de um livro a outro, mas a produção do livro como um todo sempre envolverá o trabalho em equipe. O conhecimento básico dos materiais e das técnicas envolvidas dentro da indústria editorial fornece ao designer o seu contexto de trabalho e os conteúdos essenciais para que sua parte na equipe de produção de um livro seja realizada de modo sério e relevante.

Segundo Haslam (2010, p.9), “uma conferência da UNESCO em 1950 definiu um livro como: - uma publicação literária não periódica contendo mais de 48 páginas, sem contar as capas”. Haslam segue em seu livro definindo o que seria um livro impresso: “um suporte portátil que consiste de uma série de páginas impressas e encadernadas que preserva, anuncia, expõe e transmite conhecimento ao público, ao longo do tempo e do espaço” (p.9).

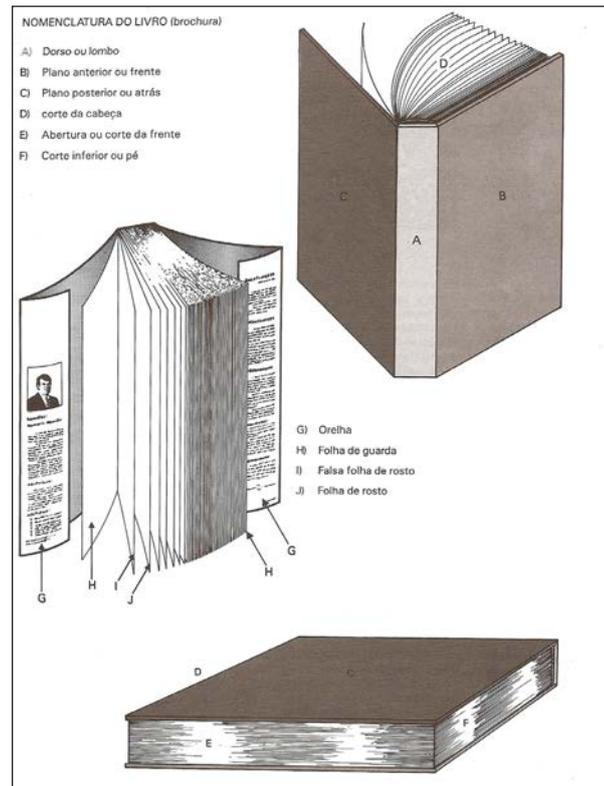


Figura 54 - Estrutura física comum dos livros (brochura)

Fonte: RIBEIRO, 2007, p.379

5.1.1 Estrutura dos livros impressos

Embora diversos elementos como o *layout*, a tipografia, o uso de imagens, a qualidade de impressão, o tipo de papel e o acabamento, combinem-se para oferecer uma sensação geral de um livro, é a capa que fica com a maior parte desse trabalho. De certo modo, quem cunhou a expressão “Não julgue um livro pela capa”, estava errado. Fawcett-Tang (2007, p.7), menciona o argumento do designer Alan Powers que “uma capa bem-sucedida possui uma forma escondida de erotismo, que se conecta a alguma parte indefesa da personalidade do comprador e diz: “Leve-me, eu sou seu”. Assim, além de sua função de proteger o conteúdo do livro, a capa é também um elemento que define sua personalidade e apela ao comprador para que o adquira.

Além da capa, Collaro (2007) e Ribeiro (2007) apresentam outros elementos que também fazem parte da estrutura física do livro:

- **Guardas:** páginas que servem de arremate na encadernação de um livro com capa dura ou flexível. São a primeira e última páginas da obra e protegem o miolo de possíveis defeitos na fase do acabamento e na junção das capas com o miolo;

- **Quarta capa:** cobre o livro externamente, costuma conter o número do ISBN⁵, código de barras, biografia do autor, imagem, opiniões da crítica especializada, lista dos outros títulos da coleção (quando tiver);

- **Lombada:** parte que une a capa com a quarta capa do livro. Costuma conter o título da obra, autor, logotipo da editora, imagem;

- **Brochura:** conjunto de folhas costuradas ou fresado, que recebe capa de papel cartão de alta gramatura colada diretamente no dorso;

- **Caderno:** folhas impressas que levam em seu conteúdo várias páginas impressas do livro na frente e no verso, que, quando dobradas, formam uma sequencia linear de numeração de páginas. Normalmente é composto em número de páginas múltiplo de quatro: 4, 8, 16, 32;

- **Miolo:** parte central do conteúdo físico ;

- **Bisagra:** parte flexível entre as duas capas laterais e a lombada da capa do livro;

- **Orelhas:** apêndices da capa que normalmente trazem informações sobre o autor e a obra;

5 ISBN: International Standard Book Number. Código de abrangência internacional destinado a facilitar a identificação e a localização de livros impressos em qualquer lugar do mundo. (Collaro, 2007, p.148)

Com a finalidade de organizar as informações contidas no livro, existem outros elementos que o compõem:

- **Ante-rostro ou falsa capa:** página que traz somente o título da obra. É sempre a primeira página ímpar do livro;
- **Contracapa ou página legal:** página que se encontra atrás da capa. Nela são impressos todas as informações legais do livro, tais como os direitos do autor;
- **Frontispício ou página de rosto:** estruturalmente, deve conter o nome do autor, o título em destaque (normalmente no centro óptico da página), o nome da editora e o ano de publicação;
- **Sumário:** é o nome dado à lista de títulos e subtítulos com as respectivas páginas em que figuram no texto principal. O sumário aparece no início do livro, e não deve ser confundido com o índice, que aparece sempre no final da obra;
- **Índice:** diferentemente do sumário, que relaciona os títulos e subtítulos pela ordem em que aparecem no livro, o índice relaciona termos, nomes e outros elementos em ordem alfabética;
- **Texto ou corpo da obra:** conteúdo do livro, que pode ser formado também por elementos visuais como imagens, ilustrações, infográficos;
- **Colofão:** é a página no final do livro em que aparece impresso o nome da gráfica impressora, juntamente com outras informações técnicas, como a data e o número de exemplares da edição.

5.1.2 Projeto Visual

Neste subcapítulo, serão abordados os itens importantes do projeto visual em relação à produção de livros impressos.

5.1.2.1 *Papel*

O papel é o elemento fundamental da materialidade do livro, compõe sua forma física, a superfície impressa e as páginas. Logo, a definição do papel a ser utilizado em um livro é fundamental para o projeto gráfico, como também é importante o conhecimento das propriedades físicas e os diferentes tipos de papel disponíveis no mercado.

Segundo Bann (2010, p.116), “o papel consiste basicamente em fibras vegetais (celulose) com diversos aditivos que controlam as características físicas, a capacidade de impressão e a estética do produto final”. A grande maioria dos papéis fabricados hoje em dia é feita a partir da pasta (polpa) da madeira, contudo, o próprio Bann (2010) afirma que há também outros tipos de materiais naturais que podem ser usados para a fabricação de papéis, como o algodão, bambu, linho, eucalipto etc.

Historicamente, o papel iniciou-se através da pasta de trapos, descoberta em 105 d.c por T' Sai Lun. Esta pasta era uma mistura do cozimento de roupas velhas, cascas de bambu e rede de pescar com água e cal. Com o tempo, houve mudanças nesse processo e também o surgimento de outras formas. Segundo Collaro (2007), existem hoje três métodos de produção de papel: o primeiro - já mencionado - que se refere à pasta de trapos, sendo que hoje são adicionadas a esta pasta fibras vegetais de algodão a fibras de madeira. Este método é usado quando necessária a produção de papéis com alta resistência mecânica (como embalagens, sacos, sacolas etc.). O segundo método, conforme Collaro (2007, p.120), é através da pasta química e se obtém

a partir de lascas de madeira de mais ou menos 10cm colocadas em grandes tonéis para cozimento em uma solução de soda cáustica, sulfito e sulfato a uma temperatura de 170°C, por 2 horas, para o desprendimento das fibras do material orgânico das árvores. Depois de desprendidas e separadas do material orgânico, conhecido como lixívia, as fibras são submetidas a um processo de lavagem e branqueamento. Depois passa por uma secagem. Para ser transformada em papel, recebe aditivos minerais e vegetais e água, é prensada, gerando uma camada cada

vez mais delgada. Dependendo do tipo de papel que se quer fabricar, ele recebe ou não uma cola de papel à base de resina.

O terceiro método de produção de papel é através da pasta mecânica. Collaro (2007, p.121) afirma que sua principal diferença em relação à pasta química é que a “matéria prima é obtida pela trituração de toras na fase inicial. Assim, obtêm-se um maior rendimento de papel, porém menor qualidade, já que a moagem provoca a quebra das fibras”.

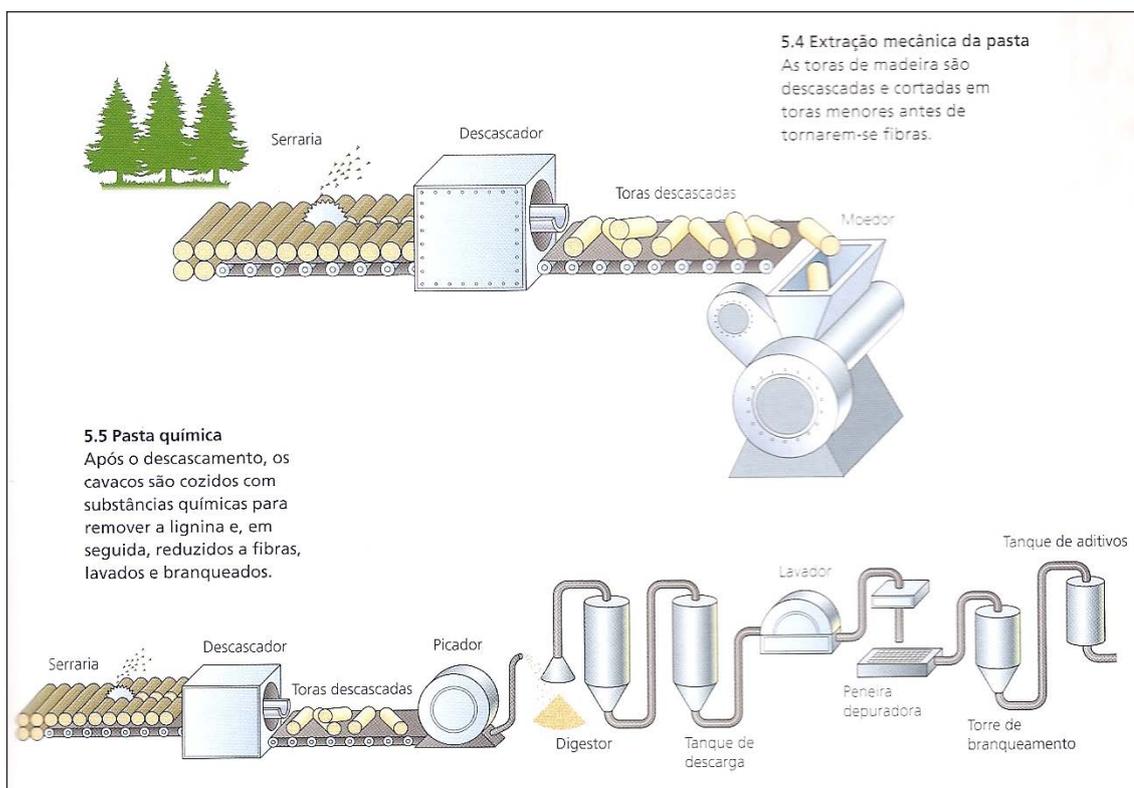


Figura 55 - Método mecânico e químico para obtenção de papel

Fonte: BANN, 2010, p.117

Os papéis têm classificações especiais conforme a sua própria gramatura (peso). No Brasil, o peso do papel é expresso em gramas por metro quadrado (g/m^2). O papel também é classificado conforme o seu peso: até 150 g/m^2 é classificado como papel mesmo; De 150 a 180 g/m^2 é classificado como cartolina e maiores do que 180 g/m^2 é classificado como cartão. Os pacotes no Brasil têm quantidades de folhas que variam em função da gramatura específica, ou seja, um pacote de papel *offset* de 90 g/m^2 contém 250 folhas, enquanto um pacote de cartão de 250 g/m^2 contém 125 folhas (COLLARO, 2007).

Segundo Ribeiro (2007, p.19), os papéis mais utilizados para livros são o *Bouffant*, Acetinado, Apergaminhado, Couchê, Bíblia e *Offset*. A seguir, um quadro com tipos de papéis que foram identificados como alternativas possíveis para serem usadas neste projeto:

Quadro 01 - Tipos de Papel

| Tipo de Papel | Descrição |
|---|---|
| Papel Acetinado | O papel acetinado é prensado em calandras, aparelho composto de pesados cilindros superpostos e aquecidos, perdendo um pouco de espessura. Permite melhor impressão de caracteres e ilustrações. (RIBEIRO, 2007) |
| Papel <i>Bouffant</i> | Papel leve, não acetinado, sendo pouco ou nada calandrado, conservando assim o seu acabamento áspero e desigual. Usado particularmente na impressão de livros. (RIBEIRO, 2007) |
| Papel Cartão <i>Supreme</i> | Cartão não-revestido, usado como suporte para capa de livros. (AMBROSE, 2009a) |
| Papel Couchê | Collaro (2006) considera o papel couchê (alto-brilho) ideal para impressos com predominância de imagens, visto que fornecem alta qualidade de impressão. É um papel de alta qualidade, encorpado e revestido com substâncias minerais para oferecer uma boa superfície de impressão, especialmente para meiotons em que a definição e os detalhes são importantes. Já o couchê fosco a sua superfície é sem brilho. |
| Papel <i>Curious Touch Soft Milk</i> | Papel de 300 g/m ² ideal para a maioria dos impressos. Possui uma finalização branca tátil que cria uma sensação adesiva suave quando tocada. Recomendado para uso com tintas secas por meio de pressão positiva. Para um acabamento brilhante, é preciso selar primeiro e depois aplicar verniz UV. (EDITORA EUROPA, ed. 26, p.63) Informações adicionais: http://www.curiousstory.com |

Quadro 01 - Tipos de Papel

| Tipo de Papel | Descrição |
|---|---|
| <p>Papel <i>Curious Touch</i> <i>Arches White</i></p> | <p>Papel algodão com 250g/m² com uma textura grossa e pesada que cria uma sensação artística e tátil. Ideal para texturizações pesadas, incluindo alto relevo. Não recomendado em acabamentos de <i>hot stamping</i> e é difícil de dobrar sem formar ondulações.(EDITORA EUROPA, ed. 26, p.63)</p> <p>Informações adicionais: http://www.curiousstory.com</p> |
| <p>Papel Flocado</p> | <p>Papel de capa especial produzido revestindo uma folha com um tipo de cola, inteira ou parcialmente, e então aplicando ao suporte um pó flocado tingindo, feito de restos de lã muito finos ou de pó de fibra vegetal. A flocagem foi originalmente criada para simular a tapeçaria e o brocado de veludo italiano. Hoje, essa técnica é utilizada para dar aos designs um toque decorativo, delicado e sofisticado. (AMBROSE, 2009a)</p> |
| <p>Papel <i>Offset</i></p> | <p>Produzido especialmente para impressão em <i>offset</i>. É usado em livros e jornais. Não reflete luz e a sua superfície uniforme está livre de felpas e penugem, pronto então resistir à ação da umidade, o que é de extrema importância em todos os papéis para a impressão pelo sistema <i>offset</i> em geral.</p> <p>(AMBROSE, 2009a; RIBEIRO, 2007)</p> |
| <p>Papel Vergê</p> | <p>Caracterizado por ter aparência artesanal, formação de folhas homogêneas, resistência das cores à luz, controle colorimétrico, além de ser adequado para impressão <i>offset</i>, tipografia, etc. Suas aplicações são para capas, cartões de visita, miolo, guarda de livros, etc.</p> <p>Fonte: http://portaldasartesgraficas.com/papel/tipos_papeis.htm</p> |

A decisão sobre o melhor papel para um produto editorial deve levar em conta vários fatores além das características do próprio papel (opacidade, textura, brilho, gramatura, cheiro etc.). A disponibilidade do papel na região em que o livro será produzido, seu preço (e o custo de transporte ou importação, quando é o caso), a adequação ao modo de impressão desejado, entre outros, são elementos fundamentais na escolha do papel.

5.1.2.2 *Formato*

O formato faz parte da aparência de um livro, sendo uma ferramenta importante na atração da atenção dos compradores em potencial. Um livro pode ter virtualmente qualquer formato e tamanho, mas conforme as questões de praticidade, estética e produção, torna-se necessário considerar cuidadosamente que o formato projetado seja conveniente à leitura e manuseio, além de economicamente viável. Segundo Haslam (2010), no aspecto técnico, o formato de um livro é determinado pela relação entre a altura e a largura da página. Assim, livros de diferentes dimensões podem compartilhar de um mesmo formato. Os livros costumam ser projetados em três formatos que são o retrato, formato em que a altura da página é maior que a largura; o paisagem, formato em que a altura da página é menor que a largura; e o quadrado, formato em que largura e altura são iguais. Existem também os formatos especiais, que são usados como elemento de estilo. Quando a utilização é bem sucedida, permite que o livro se destaque no ponto de venda e se torne um fator influenciador na compra.

A decisão sobre o formato depende do aproveitamento do papel, do tipo de conteúdo e público-alvo e do tempo de vida desejado para o livro (COLLARO, 2007). Quando se produz um livro, deve-se ter em mente algumas questões, tais como: capas duras são para livros em que se quer uma maior durabilidade, enquanto as capas moles protegem menos, e o preço também será diferente: capa dura é mais cara. Além dessas questões, o formato afeta o aproveitamento do papel, como também na impressão e pós-impressão. Em relação ao formato do papel, a relação está em seu rendimento: se em um determinado formato há um melhor aproveitamento em relação a um outro formato (Figuras 56 e 57), esse, então, deve ser o escolhido. A UNESCO, segundo Ribeiro (2007, p.422), também padronizou os formatos

de papéis: “o formato DIN⁶ [...] vem sendo adotado por inúmeros países, inclusive o Brasil, através da ABNT⁷. Esses formatos normalizados permitem o máximo aproveitamento, produção em série, uniformidade e outras vantagens.”

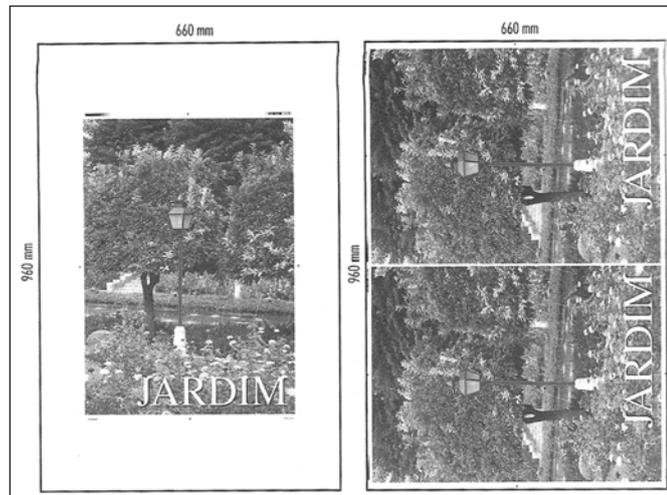


Figura 56 - Aproveitamento de papel

Fonte: COLLARO, 2007, p.123

6 Formato DIN: Denomina-se AO (841mm X 1189mm), os demais são sub-títulos: A1, A2, A3....

7 Associação Brasileira de Normas Técnicas

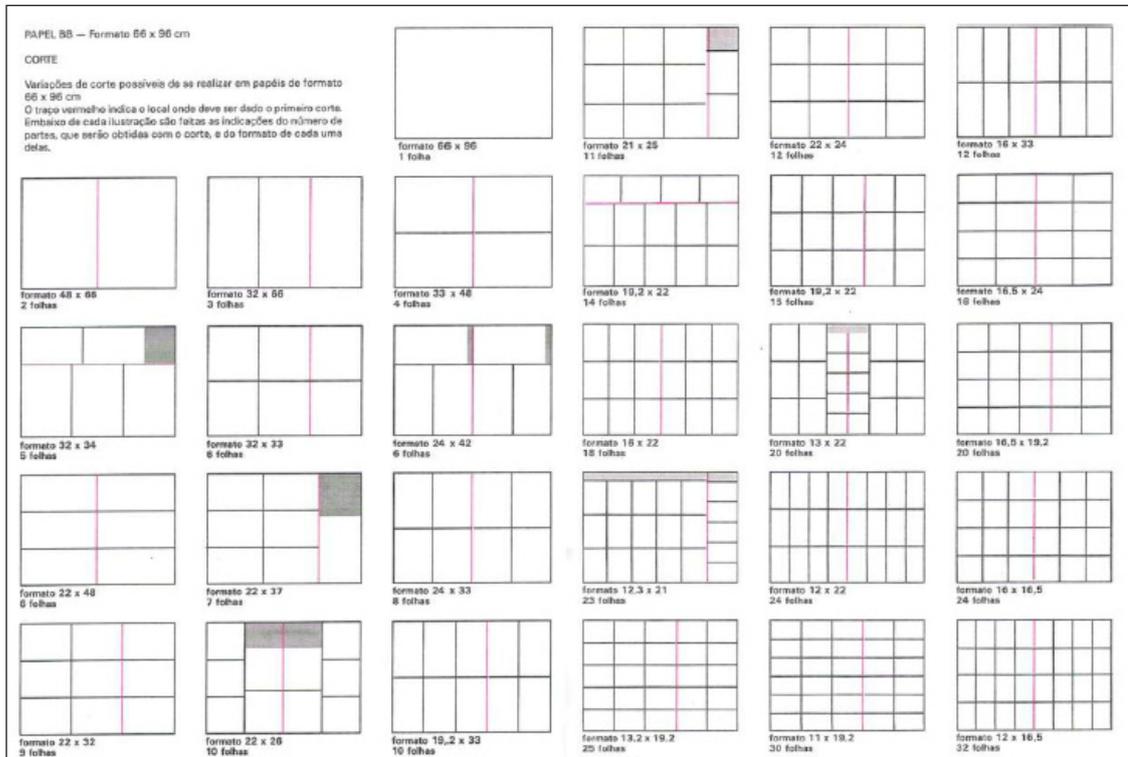


Figura 57 - Tabela de aproveitamento de papel - AA

Fonte: RIBEIRO, 2007, p.422

5.1.2.3 Cores e Tintas

O uso de cores em livros tem uma antiga tradição desde a Idade Média, na Europa Ocidental, quando os livros caligráficos eram copiados à mão. A primeira Bíblia impressa por Gutenberg, por exemplo, incluía letras capitulares vermelhas e os títulos também eram coloridos à mão.

Collaro (2007) define cor como uma composição de ondas magnéticas transmitidas pelo espaço que, quando captadas pelos olhos e transmitidas pelos nervos ópticos, causam certas impressões no cérebro, provocando sensações e reações diversas. Só é possível enxergarmos as cores quando existe luz no ambiente. Segundo Collaro (2007, p.19), foi Isaac Newton quem desenvolveu a teoria das cores. Em seus experimentos, o físico verificou

que a luz branca, quando incidida sobre um prisma, se divide em aproximadamente trinta cores, sendo predominantes o vermelho, o verde e o azul-violeta. Os nomes dessas cores, na língua inglesa (Red, Green, Blue), geraram a escala RGB. A escala

RGB é usada para produzir arquivos e imagens voltadas para a mídia digital, na qual as cores são emanadas e adicionam-se umas às outras para formar nova.

Esse experimento citado define o princípio da síntese aditiva: a soma de todas as radiações que transmite a sensação de se ver a luz branca. Em relação à síntese subtrativa, Collaro afirma que funciona de maneira oposta, “uma vez que as cores são percebidas por radiações eletromagnéticas refletidas por corpos que absorvem determinados comprimentos de onda”. (2007, p.19) O fato de enxergarmos um determinado corpo com uma certa cor se deve à absorção por parte da luz que incide sobre ele, refletindo somente um determinado comprimento de onda. Nesse sentido, um objeto branco, por exemplo, não absorve nenhum comprimento de onda e reflete todo o espectro visível. Já um objeto preto absorve toda a luz e não reflete nada.

Em teoria, se somarmos as três cores primárias da síntese subtrativa (magenta, ciano e amarelo), obteríamos o preto. Isso só não acontece porque não existem pigmentos suficientemente puros, então obtemos um cinza bem escuro. Por esse motivo, em produção gráfica, utiliza-se o preto como uma quarta cor. Essas quatro cores (tintas), ciano (C), magenta (M), amarelo (Y, para yellow) e preto (K) formam a escala CMYK, que é a base de praticamente toda a produção gráfica (COLLARO, 2007).

Além da escala CMYK, existem também as cores especiais, com destaque para a escala Pantone. Segundo Collaro (2007), estas cores são capazes de proporcionar uma qualidade superior à obtida pela seleção de cores na escala CMYK. Quando se quer reproduzir com mais fidelidade uma determinada cor, seja em áreas chapadas (100%), seja em retículas (em várias porcentagens), pode-se escolher uma determinada cor especial.

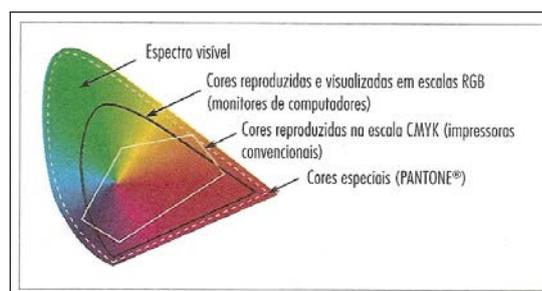


Figura 58 - Espectro visível das cores e as limitações de cada escala de cor combinada

Fonte: COLLARO, 2007, p.25

Em relação ao suporte digital, no caso da síntese aditiva em geral, as cores se formam a partir de fontes de luz. Já em relação à síntese subtrativa, a partir de luz refletida por uma superfície. É por isso que as cores na tela são mais vibrantes – elas são luz vindo diretamente para os olhos, enquanto a cor no papel (ou na tela de cinema, por exemplo) é luz refletida.

As tintas também fazem parte do processo para impressão. São graças a elas que podemos ver as cores impressas. Segundo Bann (2010), as tintas são formadas pela mistura de pigmentos (em pó) ou tinturas (líquidas), resinas, aditivos e líquidos. Baer (2004) acrescenta os tipos de tintas existentes para impressão. São elas: as tintas pastosas de alta viscosidade e as tintas líquidas, fluidas ou pouco viscosas.

Em relação ao processamento das tintas, diferentemente das imagens digitais, que são compostas pelas cores primárias vermelho, verde e azul (RGB, iniciais em inglês), as imagens impressas são formadas pelos tons primários vermelho, amarelo e azul. Na impressão comercial, o vermelho se torna magenta e o azul se torna ciano, para que se possa obter um espectro de cor mais amplo. Acrescentando o preto a tudo isso, têm-se o processo de impressão em quatro cores. O quadro 02 a seguir apresenta alguns tipos de tinta possivelmente relevantes para o projeto proposto:

Quadro 02 - Tipos de Tinta

| Tinta | Descrição |
|----------------------------|---|
| Tinta Fluorescente | Os pigmentos dessa tinta ficam com cores mais brilhantes após absorver a luz do sol. Diferente da tinta fosforescente, que cria um visual mágico, a tinta fluorescente simplesmente produz cores mais vibrantes e chamativas (EDITORA EUROPA, ed. 27, p. 63). |
| Tinta Fotocromática | Essa tinta é aplicada como uma quinta camada durante a impressão. À primeira vista ela parece um verniz claro, mas, quando exposta à luz direta do sol, os pigmentos reagem a cor (EDITORA EUROPA, ed. 27, p. 62). |

Quadro 02 - Tipos de Tinta

| Tinta | Descrição |
|-----------------------|---|
| Tinta Metálica | Uma tinta que tem partículas minúsculas de metal em sua composição, o que a deixa com aspecto semelhante à pintura metálica de automóvel (EDITORA EUROPA, ed. 27, p. 63). |
| Tinta Verde | Hoje, a maioria das gráficas tem boas políticas ecológicas e não produzem odores de produtos químicos pesados, como antigamente. Atualmente, há também tintas produzidas à base de soja, material que vem sendo cada vez mais usado no mercado (EDITORA EUROPA, ed. 27, p. 64). |

Em relação à secagem da tinta, este processo varia de acordo com a sua composição. Bann (2010) cita os principais métodos de secagem:

- Cura química: Solidificação da tinta com o uso de um catalisador aplicado antes da impressão, de luz ultravioleta ou infravermelha;
- Evaporação: Utilizada quando as tintas contêm solventes líquidos e água;
- Oxidação: Ocorre com o contato da tinta com o oxigênio do ar. Por ser lenta, normalmente é utilizada juntamente com a penetração;
- Penetração: Utilizada com papel ou cartão, consiste na absorção da tinta pelo papel;
- Secagem a calor: Utilizada em impressoras *offset*, em que o material é colocado em um forno, que remove os solventes da tinta.

5.1.2.4 *Tipografia*

Segundo McLuhan (1999, p. 184),

Com a tipografia, o princípio dos tipos móveis introduziu o meio de mecanizar qualquer artesanato pelo processo de segmentar e fragmentar a operação total. O que começara com o alfabeto, que separou os gestos, a visão e o som da palavra falada, atingiu um novo nível de intensidade com a xilogravura e, depois, com a tipografia. O alfabeto fez do fator visual o componente supremo, reduzindo a essa forma todos os demais fatos sensoriais da palavra falada. É o que ajuda a explicar por que a gravura em madeira e, mesmo, a fotografia, tiveram tão rápida aceitação no mundo letrado. Estas formas propiciam um mundo de gestos inclusivos e de disposições dramáticas necessariamente omitidas da palavra escrita.

A escrita é um meio de registrar as palavras, ou seja, uma variação da comunicação verbal em que a comunicação deixa de ser sonora para passar a ser visual. Os leitores precisam entender a forma e ao mesmo tempo o conteúdo de uma página impressa. Para ler, as pessoas primeiramente costumam varrer a página rapidamente com os olhos em toda a sua extensão para assim avaliar o tempo e esforço que será investido em relação ao seu interesse pelo assunto (Ambrose e Harris, 2009b). Segundo White (2006), a melhor fonte para um texto é aquela que é confortável de se ler, a ponto de tornar-se invisível, ou seja, o leitor não deve ficar consciente da existência da fonte no ato de leitura, ou do próprio fato de que está lendo, já que sua finalidade principal é o texto. Por outro lado, se a fonte é um elemento visual, ela carrega sua própria carga de informação e tem valor estético. Assim, a tipografia afeta o modo como o leitor compreende o conteúdo do texto. Além disso, as fontes também podem ser utilizadas como elementos visuais adicionais ou até mesmo independentes. Collaro (2007) afirma que a maneira como se dispõe um texto e a própria forma das letras tem uma forte influência sobre o resultado final. Recursos como textos, imagens e muitos outros elementos compõem o universo em expansão de uma manifestação artística específica e cada vez mais mista.

A evolução dos métodos de trabalho, associada a novas e mais eficientes máquinas de composição e impressão, permitiu um aperfeiçoamento também no desenho dos caracteres. Com esses elementos, criaram-se as condições para a primeira grande

revolução tipográfica, que permitiu a um número cada vez maior de pessoas, de classes sociais menos abastadas, o acesso à informação e à cultura (COLLARO, 2007).

Em relação ao critério de uso da tipografia, Francis Thibedeau analisou (em meados do século XVIII) a estrutura das letras e a partir disso as classificou por famílias fundamentais - grupos de letras com a mesma característica estrutural. Nesses estudos, Thibedeau analisou as hastes e as serifas dos caracteres e percebeu detalhes que até hoje são úteis quando se precisa escolher e avaliar caracteres para o suporte impresso.

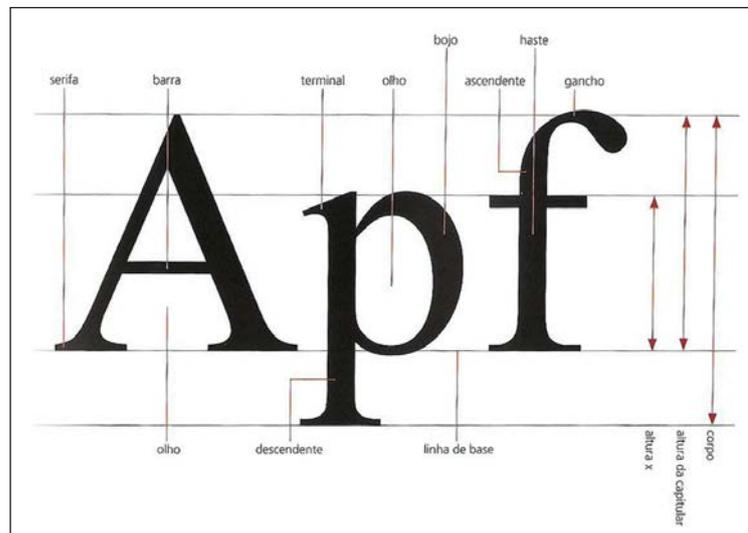


Figura 59 - Elementos fundamentais dos caracteres

Fonte: BANN, 2010, p.50

Quadro 03 - Famílias Tipográficas

| Família | Características | Exemplo |
|-----------------------|--|---|
| Romana Antiga | Alto grau de legibilidade, devido ao contraste entre seus elementos. | Times New Roman ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |
| Romana Moderna | Alto grau de legibilidade e de velocidade de absorção. | Bodoni ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |
| Egípcia | Alto grau de legibilidade e de velocidade de absorção. | Geometric Slabserif ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |

Quadro 03 - Famílias Tipográficas

| Família | Características | Exemplo |
|----------------------------|---|---|
| Lapidária ou Bastão | Simplicidade em suas formas (hastes de espessura quase uniforme e sem serifa), possuem alto grau de visibilidade. | <p>Helvética</p> <p>ABCDEFGHIJKLM</p> <p>abcdefghijklm</p> |
| Cursiva | Plasticamente as mais belas, porém baixa legibilidade e visibilidade. | <p><i>Dorchester Script</i></p> <p><i>ABCDEFGHIJKLM</i></p> <p><i>abcdefghijklm</i></p> <p>obs: nesse caso o corpo usado é 16 (as demais estão em corpo 12) para ser possível de fazer a leitura.</p> |

FONTE: COLLARO, 2007, p. 9-11

Além das formas do tipo, é fundamental levar em consideração o seu tamanho (corpo). Segundo Haslem (2010, p. 87), os tipos com menos de 14 pontos são considerados os ‘tamanho livro’. Os tipos com mais de 14 pontos são considerado ‘tamanho título’. White (2006, p.97) afirma que os textos costumam utilizar corpos entre nove e doze pontos. Em relação as variações de estilo, dependendo da família tipográfica escolhida, pode-se ter uma variedade de estilos, como bold (negrito), itálico, versalete etc. Bringhurst (2005, p.63) afirma que “uma família com todos esses elementos forma uma série hierárquica, que se baseia não só na ascendência histórica, mas na adaptabilidade geral e na frequência do uso”. Deve-se, portanto, seguir uma ordem hierárquica, para evitar uma quebra repentina no fluxo da leitura.

Outra questão importante a considerar é a relação entre corpo e largura de coluna. No design editorial, para selecionar um corpo para os textos é necessário levar em conta a largura da coluna. Uma boa relação entre a largura da coluna, o espaço entre colunas e o corpo de texto é essencial para a leitura fluir naturalmente. Segundo White (2006, p.99), corpo pequeno em colunas estreitas parece fora de escala. Quanto mais estreitas forem as colunas, menos espaço deve haver entre elas.

Bringhurst (2005, p.34) define que os comprimentos de linha entre 45 e 75 caracteres são considerados satisfatórios. Porém, cada caso exige um valor específico, logo, o autor sugere que se utilize uma linha com 20 a 40 vezes para o tamanho do tipo, ou seja, se há um texto com corpo doze (12pt), ficam mais satisfatórios com, no mínimo, 240pt de largura.

Em relação aos títulos, estes são considerados elementos fundamentais, pois servem como elementos de localização para o leitor, além de captar a atenção para o conteúdo a ser apresentado. White (2006, p.109) afirma que “os leitores potenciais estão à procura de informação - e o título é o primeiro sinal que eles procuram. As fotos podem atraí-los, mas é o título que na verdade os informa”. A escolha de uma tipografia para os títulos deve responder a duas questões, de significado e de clareza. Quando é possível entendê-los perfeitamente nos dois casos, então a escolha está boa. Segundo White (2006, p.112), a fonte do título deve ser legível, mas também “tem que chamar a atenção, parecer interessante. [...] Use qualquer tipo, desde que se destaque do texto pela forma, peso, contraste de cor e que seja apropriado ao caráter da publicação”.

5.1.2.4.1 *Alinhamentos*

A maneira como um texto é disposto numa página é chamado de alinhamento, um elemento importante no projeto editorial de um livro. Segundo Ambrose e Harris (2009b), existem dois tipos de alinhamentos - horizontal e vertical - e cada um desses dois tipos tem cinco tipos básicos de alinhamentos (Figuras 60 e 61).

| | | | | | |
|--|---|--|--|---|---|
| <p>Alinhado à esquerda/irregular à direita</p> <p>Este tipo de alinhamento oferece pontos de entrada fáceis de encontrar e espaçamento entre palavras uniforme. Entretanto, pode formar lacunas feias ao final das linhas. Aplica-se a todos os elementos textuais, particularmente o corpo de texto.</p> | <p>Alinhado à direita/irregular à esquerda</p> <p>Este estilo tem um espaçamento entre palavras uniforme, mas o ponto de entrada muda a cada linha, podendo deixar lacunas feias no início das linhas. Aplica-se a textos curtos, como subtítulos e legendas.</p> | <p>Centralizado</p> <p>O alinhamento centralizado tem espaçamento entre palavras uniforme, mas o ponto de entrada muda a cada linha. Também pode formar lacunas feias no início e ao final das linhas. Aplica-se a pequenos blocos de texto, como chamadas e títulos.</p> | <p>Alinhado ao topo</p> <p>Esta é a forma mais comum de alinhamento de texto e oferece um ponto de entrada lógico e fácil de ser encontrado.</p> | <p>Alinhado à base</p> <p>Este alinhamento coloca o texto no ponto de saída da página. Por ser alinhado à direita, a leitura de uma linha para a outra é mais difícil, razão pela qual é mais usado para títulos secundários e legendas.</p> | <p>Centralizado</p> <p>O alinhamento centralizado vertical combinado com o centralizado horizontal cria uma forma simétrica agradável que pode ser usada para inserções de textos pequenos, como chamadas e títulos.</p> |
| <p>Justificado</p> <p>O texto justificado oferece pontos de entrada fáceis de encontrar e espaçamento entre palavras variável, o que pode formar lacunas no meio do bloco de texto – os chamados “caminhos de rato”. Este alinhamento se aplica ao corpo de texto.</p> | <p>F o r ç a d o</p> <p>Este tipo de alinhamento tem pontos de entrada fáceis de encontrar e espaçamento entre palavras variável, o que pode formar lacunas ou caminhos de rato. A justificação de uma só palavra ou de linhas curtas pode ser apropriada para títulos, mas não para a última linha de um parágrafo.</p> | <p>O uso de diferentes alinhamentos horizontais pode criar novos problemas de espaçamento, como caminhos do rato e lacunas. Entretanto, kerning e espaçamento entre palavras e letras podem ser usados para melhorar a aparência do bloco de texto.</p> | <p>Justificado</p> <p>O texto justificado é espalhado para preencher verticalmente a caixa de texto. Pode ser configurado com qualquer alinhamento horizontal e é normalmente utilizado para fazer com que o texto alcance a mesma altura de uma imagem em um grid.</p> | <p>Vertical e horizontal</p> <p>Tipo justificado vertical e horizontalmente preenche toda a caixa de texto. Pode ser usado para garantir uma cobertura uniforme dos espaços, mas pode resultar em lacunas e caminhos de rato.</p> | <p>Estes exemplos mostram como o texto pode ser apresentado por meio da utilização de diferentes tipos de alinhamento vertical. Eles podem ser combinados com alinhamentos horizontais para criar uma série de diferentes possibilidades de apresentação. Entretanto, é importante garantir que a leitura do texto permaneça fácil.</p> |

Figura 60 e 61 - Tipos de alinhamentos

Fonte: AMBROSE; HARRIS, 2009, p.92-94

5.1.2.5 Mancha e Layout

Segundo Ribeiro (2007, p.375-376),

a mancha gráfica é o espaço a ser utilizado pela composição. Está em relação íntima com as margens da obra. Há processos mecânicos e matemáticos para o estabelecimento das margens, que por sua vez dão origem à mancha gráfica. Esses processos atendem a uma lógica, porém nada impede que o artista faça prevalecer o seu bom gosto sobre as convenções preestabelecidas, determinando as margens a puro sentimento.

A mancha gráfica refere-se então à área limite de impressão de um projeto gráfico. A mancha poderá ser emoldurada por margens brancas, que são as áreas que não recebem a impressão, ou receber impressão total ou parcialmente, ou seja, até os limites do papel. Os impressos que recebem impressão por toda sua extensão, sem limites de margem, são chamados de impressos ‘sangrados’.

Para definir a mancha gráfica, é necessário considerar que

estabelecer as dimensões gerais de uma página é em grande parte uma questão de somas e limites. Nesse âmbito, é normalmente suficiente - e melhor - que a harmonia estrutural seja a mais implícita que imposta. [...] As páginas flexionam-se e viram-se; suas proporções fluem e refluem em relação à forma subjacente (BRINGHURST, 2005, p.161).

Percebe-se com essa afirmação, a importância de se levar em consideração questões matemáticas no processo de criação da mancha gráfica, a fim de auxiliar para um resultado de *layout* mais harmonioso, visível e agradável de ser lido. Contudo, Bringhurst também afirma que a matemática não está presente para complicar o projetista, mas sim para “garantir o prazer daqueles que gostam de examinar o que estão fazendo, o que fizeram e o que farão, talvez na esperança de fazê-lo ainda melhor” (BRINGHURST, 2005, p.161).

5.1.2.5.1 Seção Áurea

A mancha gráfica pode ser definida por várias formas, entre elas, pela seção áurea. Segundo Bringhurst (2005, p.171), a seção áurea é “a relação simétrica feita de partes assimétricas. Dois números, formas ou elementos incorporam a seção áurea quando o menor está para o maior assim como o maior está para a soma dos dois. Isto é, $a : b = b : (a+b)$ ”.

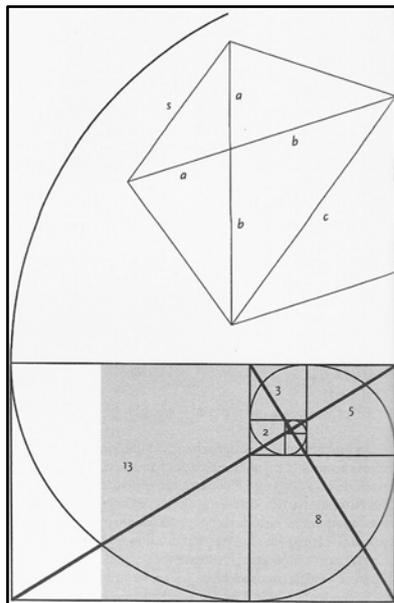
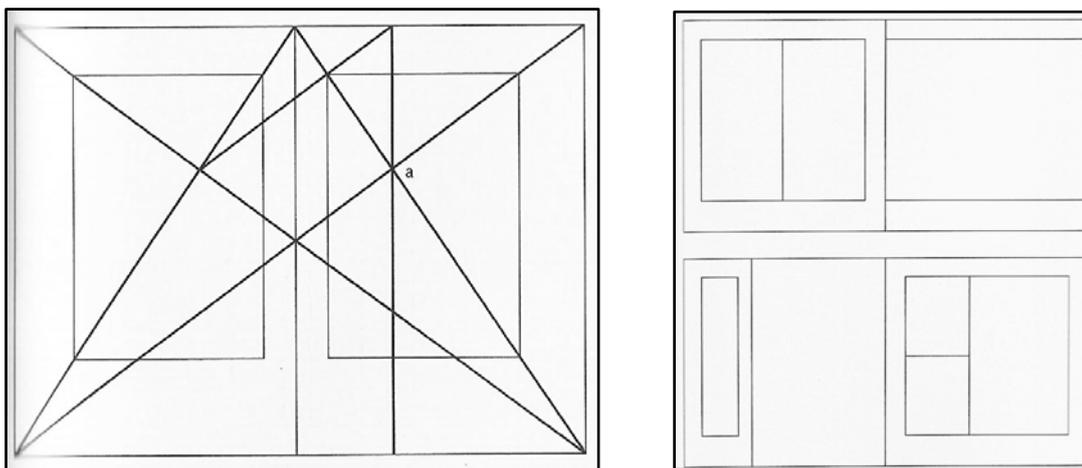


Figura 62 - Seção Áurea

Fonte: BRINGHURST, 2005, p.172

O conhecimento e aplicação da seção áurea no design editorial auxilia na construção da mancha gráfica, dividindo a página em retângulos com a chamada “proporção áurea - proporção de ouro” e proporcionando a sensação de conforto visual.



Figuras 63 e 64 - Criação de manchas gráficas

Fonte: BRINGHURST, 2005, p.185-189

5.1.2.5.2 *Série de Fibonacci*

Outra forma de se definir a mancha gráfica é aplicando os princípios da série de Fibonacci. Segundo Ribeiro (2007, p.157),

a série de Fibonacci - 0:1:1:2:3:5:8:13:21:34:55:89:144:233:377 - foi construída de maneira que cada número é a soma dos dois números precedentes e está sempre em relação proporcional com o número anterior e o seguinte. Relação esta que estabelece o Número de Ouro. A primeira relação, 0:1, se apresenta no traçado de uma simples linha, sem a oposição de uma contramassa para equilibrá-la. [...] O princípio do número de ouro como regulador de uma composição é aplicado com auxílio de diagonais e perpendiculares a estas diagonais, estabelecendo-se o chamado traçado regulador.

Isso significa que a série de Fibonacci se aproxima do que é considerado o ponto de equilíbrio - o número áureo. Este número é utilizado no princípio de Vitruvio, que diz: “para que um todo, dividido em partes desiguais, pareça harmonioso, é preciso que exista, entre a parte pequena e a maior, a mesma relação que entre a grande e o todo” (RIBEIRO, 2007, p.157).

Ou seja, de uma maneira geral, as leis matemáticas da proporção são valiosas para proporcionar que os elementos do design mantenham uma relação entre eles capazes de produzir uma solução homogênea, harmônica. Contudo, vale acrescentar que o uso das leis matemáticas não é suficiente para produzir algo criativo.

5.1.2.5.3 *Simetria e Assimetria*

Para organizar um *layout*, deve-se também levar em consideração tanto a transmissão da mensagem quanto a sua forma, que deve ser agradável aos olhos do leitor. Segundo Hulburt (2002), o equilíbrio é essencial para o sucesso de um design, tanto simétrico quanto assimétrico. Sobre a utilização da simetria em *layouts* gráficos, White (2006) afirma que a rigidez da simetria implica em seriedade, reflexão, credibilidade e importância. Por isso, “funciona bem em documentos legais, contratos e material rígido que precisa obedecer a formatos escritos, como jornais acadêmicos”. Em contrapartida, a organização assimétrica é mais flexível e descontraída. É possível, então, dar um tratamento criativo a certos elementos, mantendo, ao mesmo tempo, a consistência e o ritmo geral do design (WHITE, 2006, p.89). Assim, para decidir qual tipo de *layout* será utilizado para uma página ou para um produto editorial completo, é necessário analisar que tipo de produto editorial se está criando, além de levar em consideração o que se deseja transmitir ao leitor.

A partir da definição dos princípios básicos da mancha gráfica mencionados acima, a construção do *layout* se torna muito mais fácil. Contudo, também é necessário considerar o comportamento visual diante de um *layout*, ou seja, a direção comum que os olhos percorrem para ler uma página. Segundo Ambrose e Harris (2009b, p.14), “qualquer página tem elementos ativos e passivos devido à natureza do conteúdo e à maneira como enxergamos a página - o modo como o olho varre a página para localizar a informação. Para Ambrose e Harris (2009), diante de uma nova página de informação, o olho humano formado nas culturas ocidentais habitualmente procura uma entrada no lado superior esquerdo, varrendo a página na diagonal para baixo até o canto inferior direito, sempre em busca de palavras-chave ou ponto de interesse.

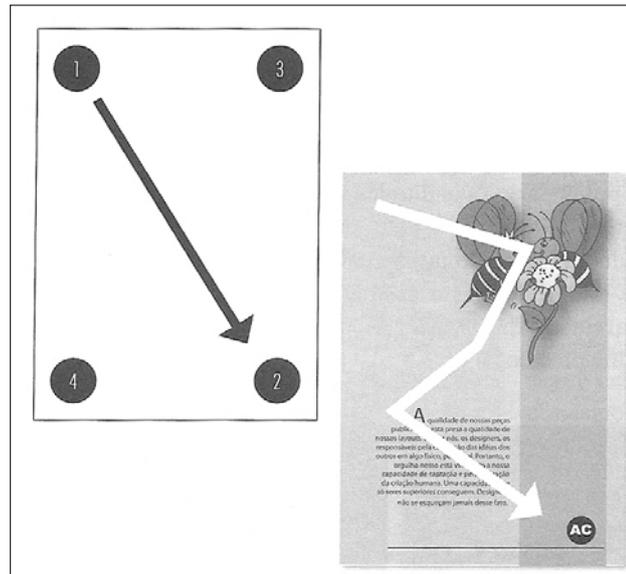


Figura 65 - Zonas ópticas da página

Fonte: COLLARO, 2007, p.49

5.1.2.5.4 A imagem inserida no layout

Um *layout* bem planejado e estruturado deve conter elementos que se relacionam entre si de forma equilibrada, harmoniosa, coerente etc. Em relação às imagens especificadamente, White (2006, p.144-155) sugere alguns itens a serem considerados no momento de inserção de uma imagem no *layout*. São elas:

- Dar destaque à imagem tanto em tamanho quanto em localização;
- Dar às imagens o tamanho de sua importância, mas deve-se evitar ampliar uma foto só para preencher o espaço disponível;
- Juntar imagens pequenas e formar um bloco de impacto para tirar o máximo partido da força combinada, em vez de salpicar a página com imagens isoladas. Os leitores potenciais costumam olhar primeiro os elementos não verbais; assim, se o recurso impressiona à primeira vista, será registrado e poderá tornar o livro mais interessante;

- Usar palavras que dirijam o observador para o que o criador quer que ele perceba. Cada um interpreta uma imagem de um próprio jeito. Portanto, é aconselhável explicar cada imagem com palavras;
- Colocar as imagens em cima do texto que se refere a elas. As imagens despertam curiosidade e emoção, por isso, aconselha-se a usar como gancho para mergulhar os leitores no tema abordado. As pessoas costumam olhar primeiro as imagens, depois procuram a explicação embaixo delas;
- Grande é igual a importante, pequeno igual a sem importância. Procurar ampliar as fotos o suficiente para que os detalhes apareçam com clareza, quando o propósito delas é informar;
- Dividir uma imagem em segmentos para enfatizar a multiplicidade de elementos assim como a sua complexidade, mas preservando a evidente interdependência do assunto.

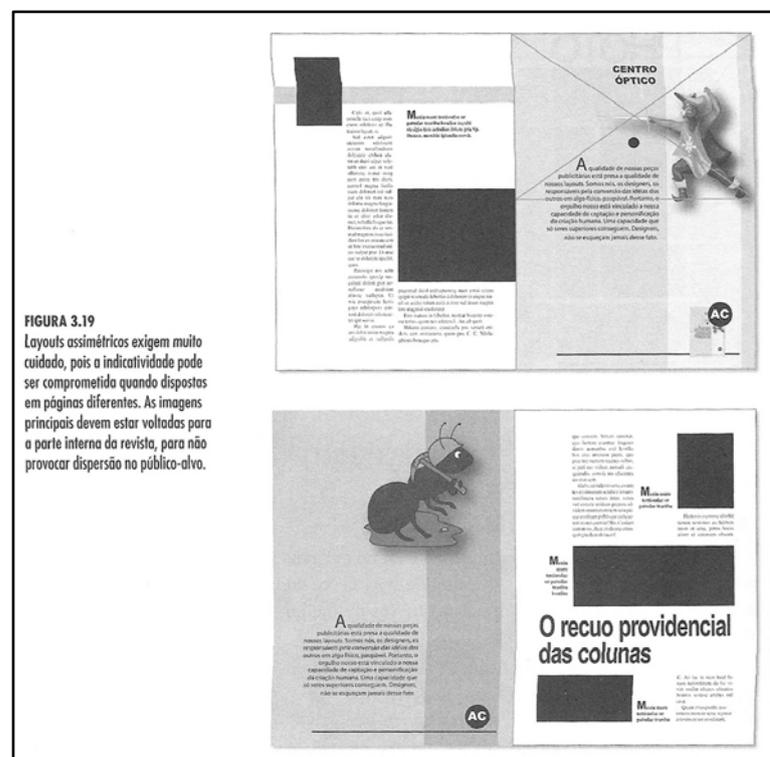


Figura 66 - Exemplo de aplicação de imagens no layout

Fonte: COLLARO, 2007, p.46

5.1.3 Produção Gráfica

Neste subcapítulo, serão abordados os itens importantes da produção gráfica em relação à produção de livros impressos.

5.1.3.1 Impressão

Segundo Bann (2010, p.8),

a impressão evoluiu em movimentos desiguais: de vários séculos sem progresso - o Gutenberg de 1456 ficaria à vontade em uma gráfica dos anos 1850 - para um curto período com inúmeros avanços tecnológicos.

Desde nossos ancestrais mais antigos, não é incomum a preocupação em registrar os feitos e anseios. Antigamente, isso era feito por meio de desenhos, depois por meio de ícones que os simbolizavam. Com o passar do tempo, o mundo começou a transformar-se no que é hoje quando começou a se preocupar em tornar o conhecimento acessível ao maior número de pessoas possível.

Hoje em dia, existem diversos processos de impressão, cada um com as suas determinadas características e aplicações. Dentro dessa variedade, os processos de produção utilizados no design gráfico e na indústria gráfica, para colocar tintas sobre o papel, podem ser utilizados de várias maneiras a fim de produzir resultados criativos, como manipular os canais de cor e as chapas de impressão, fazer o *overprint*, ou uma impressão vazada ou alterar a ordem em que as cores da escala são impressas. Segundo Ambrose e Harris (2009a), tanto o impacto como o potencial criativo de um projeto podem ser realçados quando você controla o processo criativo, em vez de deixar que ele o controle.

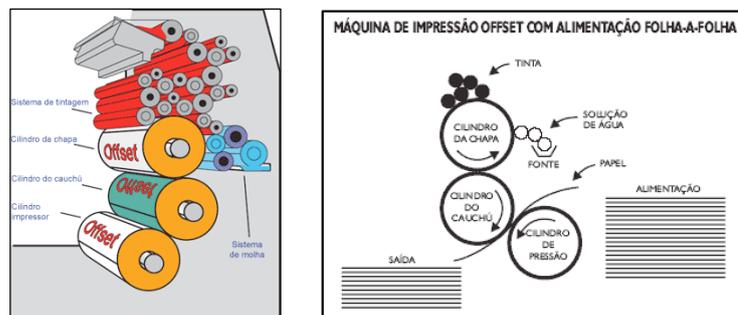
A seguir, são descritos os principais processos de impressão que podem ser utilizados na produção de livros semelhantes ao proposto neste trabalho, além de alguns tipos de acabamentos.

5.1.3.1.1 Impressão Offset

Originária da litografia, foi criada pelo Johann Alois Senefelder (1771 - 1834). O processo de impressão *offset* utiliza uma chapa metálica tratada para transferir um desenho através de uma blanqueta de borracha para o suporte. O *offset* é um processo rápido e de altas tiragens que produz resultados consistentemente regulares. Alimentadas por folhas, as impressoras *offset* em geral têm quatro cores. As impressoras *offset* rotativas utilizam um rolo de papel contínuo, o qual permite um maior volume de impressão. Segundo Bann (2010, p.91),

gráficas em geral usam impressoras de seis cores para imprimir as quatro cores de processo (ciano, magenta, amarelo e preto), reservando as outras duas para a impressão de uma quinta cor (normalmente uma cor Pantone, que não é alcançada com a escala CMYK) e uma selagem ou revestimento em verniz, a fim de adicionar brilho ou um efeito fosco à imagem e protegê-la contra fiação durante o acabamento.

Hoje em dia a impressão *offset* é o processo mais utilizado, porque permite uma variedade de produtos impressos, desde a cartões de visita, a revistas, jornais e livros proporcionando uma qualidade boa de impressão, além de ser um processo rápido.



Figuras 67 e 68 - Processo Impressão Offset

Fonte: PAG

5.1.3.1.2 Impressão Digital

Diferentemente da impressão *offset*, a impressão digital não necessita de uma chapa metálica tratada e, por isto, o custo e o tempo inicial de impressão são menores. Em contrapartida, o seu custo por cópia é maior, visto que o seu funcionamento é baseado em um feixe de laser, que projeta a imagem a ser impressa, e um toner, de onde vem a tinta em pó (ambos os materiais são de alto custo).

Em relação à qualidade, segue no sentido contrário ao seu custo. A impressão digital ainda é inferior à *offset*. Em resumo, por enquanto, os principais diferenciais da impressão digital são o baixo custo para pequenas tiragens e os prazos mais curtos. Essas vantagens, infelizmente, diminuem à medida que se aumenta a tiragem.



Figura 69 - Processo de Impressão Digital

Fonte: XEROX

5.1.3.2 Acabamentos

Os materiais usados para produzir um projeto de design podem receber inúmeros e diferentes acabamentos. Este subcapítulo abordará alguns deles.

5.1.3.2.1 Encadernação

Com o advento da impressão, no Ocidente, a encadernação se tornou crescentemente um complemento da gráfica. Segundo Bann (2010, p.144),

a maneira como as publicações são encadernadas, e com quais materiais, tem um grande impacto na aparência e nas características táteis - e, portanto, no valor percebido - de qualquer trabalho comercial. Essa decisão também influencia o custo total de um trabalho de impressão e determina se ele é ou não economicamente viável.

As escolhas de encadernação têm influência direta na durabilidade de uma publicação.

A encadernação com costura ou a encadernação com cola são métodos mais duráveis do que a encadernação sem costura, por exemplo. Atualmente existem diversos tipos de encadernações. Ambrose e Harris (2009c, p. 134-144) selecionaram algumas encadernações frequentemente usadas para os produtos editoriais, em especial os livros:

Quadro 04 - Tipos de Encadernação

| Encadernação | Descrição |
|--|---|
| Costura <i>Singer</i> | A encadernação costurada pode dar um toque decorativo, uma vez que há muitas espessuras e cores de linha disponíveis e diversos padrões de costura podem ser aplicados. |
| com <i>wire-o</i>, espiral de metal e de plástico | A encadernação com <i>wire-o</i> é caracterizada por uma garra dupla metálica que atravessa perfurações especiais em uma das bordas da publicação. As garras metálicas opostas atravessam as perfurações feitas em uma das bordas das folhas e se juntam para encadernar as páginas. A principal vantagem desse método de encadernação é que ele possibilita que a publicação abra completamente. A lombada também fica visível. Deve-se tomar cuidado com imagens impressas além da margem interna do documento, pois o perfurador pode prejudicar a estética. |
| com espiral metálica | Uma espiral metálica é inserida, da parte superior à inferior (ou vice-versa), nas perfurações ao longo de uma das bordas das páginas. Esse processo é demorado, mas mantém as páginas unidas de forma mais segura. |
| com espiral de plástico | Segue o mesmo princípio da encadernação com <i>wire-o</i> , mas utiliza plástico e não fios metálicos. |
| com <i>wire-o</i> exposto e oculto | A encadernação com <i>wire-o</i> tem duas versões: uma com <i>wire-o</i> exposto e outra com <i>wire-o</i> oculto, embora ambas sejam essencialmente iguais. Esses tipos de encadernação utilizam um <i>wire-o</i> localizado dentro da sobrecapa para unir as páginas de uma publicação e se caracterizam pelo anel duplo da espiral. Ambos os métodos possibilitam que a publicação abra completamente, e que tenha uma lombada para títulos e informações. |

FONTE: AMBROSE; HARRIS, 2009c

5.1.3.2.2 Dobra

Collaro (2007) define dobras como sendo uma sobreposição de uma parte de suporte (papel) sobre outra. São utilizadas para organizar as informações do impresso e para definir a forma de apresentação do mesmo. Existem diversos tipos de dobra (Quadro 05). Algumas delas, segundo Ambrose e Harris (2009) e a Editora Europa (ed. 25, p. 50-52, 2009) são:

Quadro 05 - Tipos de Dobra

| Dobra | Descrição |
|-----------------------|---|
| Dobra Enrolada | Uma dobra enrolada é composta de uma série de dobras-vale paralelas dobradas umas sobre as outras. Quando o leitor abre um documento com uma dobra enrolada, o conteúdo é gradualmente revelado, página por página. Assim, a dobra sanfona funciona como uma lenta revelação. Para um documento extenso ou um suporte rígido, os painéis devem ser de larguras sucessivamente maiores a fim de que se encaixem confortavelmente. Entretanto, como com uma dobra-sanfona, o conteúdo contido em uma peça com dobra enrolada precisa ser lido como uma série de páginas duplas e em um modo contínuo. |
| Dobra Francesa | Dobra francesa é uma folha impressa em um lado e dobrada vertical e horizontalmente para formar um caderno de quatro páginas não-refilado. Uma dobra francesa também pode ser encadernada na forma de livro para dar maior volume às páginas da publicação. O caderno é costurado pela lombada para que as bordas frontal e superior permaneçam dobradas e não-refiladas. A borda superior é refilada durante o processo de encadernação, mas a frontal é mantida selada, formando uma cavidade. A parte interna também pode ser impressa. |

Quadro 05 - Tipos de Dobra

| Dobra | Descrição |
|----------------------|--|
| Dobre Gate | Utilizada à exaustão pelas gravadoras de discos, as dobras gate também são utilizadas como extensão de capas de livros e revistas. O lado interior é feito para ser dobrado para fora, ficando menor que o lado externo. |
| Dobra-Janela | Dobra-janela é uma folha com quatro painéis disposta na publicação de modo que os painéis à esquerda e à direita sejam dobrados para dentro e se juntem na lombada sem se sobreporem. |
| Dobra-Sanfona | Uma dobra-sanfona consiste em duas ou mais dobras paralelas que vão em direções opostas e se abrem. Esse método de dobras permite que muitas páginas sejam dobradas em uma publicação de tamanho menor. Com um documento com dobra-sanfona pode ser aberto de ambos os lados, a partir de qualquer ponto, é necessário que o conteúdo seja coerente tanto quando ele for aberto como quando for uma série de páginas duplas separadas. |

FONTES: AMBROSE; HARRIS, 2009 | EDITORA EUROPA, ed. 25, 2009

O processo de dobras pode ser feito através das dobradeiras, que são máquinas especiais para dobrar papéis.

5.1.3.2.3 Verniz

Um entre diversos acabamentos, o verniz é um composto incolor aplicado a materiais impressos para proteger o suporte contra desgaste, manipulação ou resíduos, ou para aprimorar a aparência visual de um projeto e seus elementos e para aperfeiçoar seu visual. Eles podem ser serigráficos, foscos ou brilhantes, além de poder ser aplicados em tinta seca ou úmida. Porém, quando aplicado na primeira, tende a ser menos absorvido (EDITORA EUROPA, ed. 25).

A seguir, um quadro (Quadro 06) com os principais tipos de verniz no mercado:

Quadro 06 - Tipos de Verniz

| Verniz | Descrição |
|-------------------------------|---|
| Acetinado (ou sedoso) | Um verniz acetinado é uma opção intermediária entre o verniz brilhante e o fosco, fornecendo algum realce mas não tão opaco quanto um acabamento fosco. |
| Brilhante | Um verniz brilhante reflete a luz e é frequentemente utilizado para realçar a aparência de fotografias ou outros elementos gráficos em brochura, pois aumenta a nitidez e a saturação das imagens. |
| Fosco (ou mate) | Em geral, o verniz fosco é utilizado em páginas com muito texto para difundir a luz, reduzir o brilho e assim aumentar a legibilidade. Fornece um acabamento liso mas sem brilho para a página impressa. |
| Perolado | Verniz que reflete sutilmente inúmeras cores para produzir um efeito luxuoso. |
| Verniz UV | O envernizamento em UV é um dos processos que mais destacam as cores. Elas ficam mais ricas e fortes, especialmente se o verniz é aplicado em apenas alguns elementos. |
| UV Totalmente Sangrado | O tipo mais comum de todos os vernizes UV. Produz alto brilho. |
| Verniz UV de reserva | O verniz é aplicado para destacar áreas discretas de um projeto impresso, tanto visualmente como por meio de uma textura diferente. O efeito verniz UV de reserva pode ser maximizado se aplicado sobre uma impressão laminada fosca. |

Quadro 06 - Tipos de Verniz

| Verniz | Descrição |
|---|---|
| Verniz UV de reserva texturizado | As texturas podem ser criadas com o verniz UV para proporcionar uma qualidade tátil a um projeto impresso. Os exemplos de efeitos de verniz UV texturizado incluem textura de areia, couro, pele de crocodilo e relevo. |

FONTE: AMBROSE; HARRIS, 2009

5.2 LIVROS DIGITAIS

Muitas pessoas adoram publicações impressas. Elas são convenientes, portáteis e podem ser lidas em qualquer lugar. No entanto, não se pode negar que o suporte impresso tem suas limitações: uma impressão de qualidade custa caro e a mancha gráfica não pode ultrapassar as dimensões do papel, por exemplo. Além disso, há a suposta questão do desperdício, já que milhares de exemplares são impressos, distribuídos e jogados fora diariamente, com uma porcentagem muito pouco significativa indo para a reciclagem. O custo ambiental da produção de papel está longe de ser irrelevante.

Na virada da década de 1980 para 1990, falava-se em livros disponíveis em CD (*Expanded Books*). A popularização da internet também facilitaria a reprodução em formatos simplificados de muitas obras, através do *download* de arquivos de texto ou mesmo em páginas HTML e, com o tempo, PDF. Hoje existe uma grande variedade de livros disponíveis na *Web* para serem lidos na própria internet, como também em *desktops* (com a utilização de *softwares* que possibilitam a leitura desses arquivos, por exemplo). No site *Project Gutenberg*⁸ é possível encontrar uma enorme quantidade de obras, em diversas línguas, com uma grande variedade de formatos (HTML, TXT, ePub etc.), possibilitando a leitura dos livros digitais em várias plataformas como, por exemplo, no próprio site (*Web*), como também a possibilidade de serem baixados para *desktops*, plataformas móveis (*Kindle*, por exemplo).

A seguir, algumas imagens capturadas do site *Project Gutenberg* para ilustrar essas possibilidades mencionadas de leitura de livros digitais.

8 Disponível em: <<http://www.gutenberg.org/>>

Romeo and Juliet by William Shakespeare

Download | Bibrec | QR Code | Facebook | Twitter

Read This Book Online

Read this ebook online...

Download This eBook

| Format | Size | Mirror Sites |
|--------------------|--------|--------------|
| Generated HTML | 202 kB | |
| Epub (no images) | 86 kB | |
| Kindle (no images) | 127 kB | |
| Plucker | 94 kB | |
| QOO Mobile | 123 kB | |
| Plain Text UTF-8 | 165 kB | |

Available Formats

Web site copyright © 2003-2010 Project Gutenberg Library Archive Foundation - All Rights Reserved

Figura 70 - Variedade de formatos disponíveis. Ex. Obra *Romeo and Juliet*

Fonte: *Project Gutenberg*

ACT I. Scene I. Verona. A public place.

Enter Sampson and Gregory (with swords and bucklers) of the house of Capulet.

Samp. Gregory, on my word, we'll not carry coals.
 Greg. No, for then we should be colliers.
 Samp. I mean, an we be in choler, we'll draw.
 Greg. Ay, while you live, draw your neck out of collar.
 Samp. I strike quickly, being moved.
 Greg. But thou art not quickly moved to strike.
 Samp. A dog of the house of Montague moves me.
 Greg. To move is to stir, and to be valiant is to stand.
 Therefore, if thou art moved, thou runn'st away.
 Samp. A dog of that house shall move me to stand. I will take the wall of any man or maid of Montague's.
 Greg. That shows thee a weak slave; for the weakest goes to the wall.
 Samp. 'Tis true; and therefore women, being the weaker vessels, are ever thrust to the wall. Therefore I will push Montague's men from the wall and thrust his maids to the wall.
 Greg. The quarrel is between our masters and us their men.
 Samp. 'Tis all one. I will show myself a tyrant. When I have fought with the men, I will be cruel with the maids- I will cut off their heads.
 Greg. The heads of the maids?

ACT I. Scene I.
 Verona. A public place.

Enter Sampson and Gregory (with swords and bucklers) of the house of Capulet.

Samp. Gregory, on my word, we'll not carry coals.
 Greg. No, for then we should be colliers.
 Samp. I mean, an we be in choler, we'll draw.
 Greg. Ay, while you live, draw your neck out of collar.
 Samp. I strike quickly, being moved.
 Greg. But thou art not quickly moved to strike.
 Samp. A dog of the house of Montague moves me.
 Greg. To move is to stir, and to be valiant is to stand.
 Therefore, if thou art moved, thou runn'st away.
 Samp. A dog of that house shall move me to stand. I will take the wall of any man or maid of Montague's.
 Greg. That shows thee a weak slave; for the weakest goes to the wall.
 Samp. 'Tis true; and therefore women, being the weaker vessels, are ever thrust to the wall. Therefore I will push Montague's men from the wall and thrust his maids to the wall.
 Greg. The quarrel is between our masters and us their men.
 Samp. 'Tis all one. I will show myself a tyrant. When I have fought with the men, I will be cruel with the maids- I will cut off their heads.
 Greg. The heads of the maids?
 Samp. Ay, the heads of the maids, or their maidenheads. Take it in what sense thou wilt.
 Greg. They must take it in sense that feel it.
 Samp. We they shall feel while I am able to stand; and 'tis known I am a pretty piece of flesh.
 Greg. 'Tis well thou art not fish; if thou hadst, thou hadst been

Figuras 71 e 72 - Formato HTML e TXT- Leitura no próprio site - Obra *Romeo and Juliet*

Fonte: *Project Gutenberg*

WITH PERMISSION. ELECTRONIC AND MACHINE READABLE COPIES MAY BE DISTRIBUTED SO LONG AS SUCH COPIES (1) ARE FOR YOUR OR OTHERS PERSONAL USE ONLY, AND (2) ARE NOT DISTRIBUTED OR USED COMMERCIALY. PROHIBITED COMMERCIAL DISTRIBUTION INCLUDES BY ANY SERVICE THAT CHARGES FOR DOWNLOAD TIME OR FOR MEMBERSHIP.>>

ACT I. Scene I. Verona. A public place.

Enter Sampson and Gregory (with swords and bucklers) of the house of Capulet.

Samp. Gregory, on my word, we'll not carry coals.
 Greg. No, for then we should be colliers.
 Samp. I mean, an we be in choler, we'll draw.

Figura 73 - Formato ePub - Obra *Romeo and Juliet by Shakespeare*

Fonte: *Project Gutenberg*

Apesar de aparelhos como o *Apple Newton MessagePad*, de 1993, terem introduzido os livros digitais, foi somente por volta de 1998 que os primeiros leitores físicos dedicados à leitura dos livros digitais surgiam, como o *SoftBook* e o *Cybook*, transformando, pela primeira vez, os livros digitais em algo realmente portátil (POP News, 2010).

Com a chegada dos *e-readers*, abriu-se um mundo de novas possibilidades para os designers editoriais. No entanto, ainda é cedo para fazer previsões sobre o impacto que o formato digital terá no mundo editorial. Tudo ainda é muito novo, e as editoras estão fazendo todo tipo de experimento. Isso cria uma situação confusa para os leitores, pois as versões digitais das publicações são muito diferentes umas das outras, o que dificulta o estabelecimento de um vocabulário visual (que permita diferenciar os produtos editoriais digitais dos outros tipos de produto digital) e gestual (os modos com que o usuário interage com as interfaces, seja através de instrumentos, como mouse, ou de toque, nas telas *touch screen*) padrão.

Chartier (1999) explana as relações entre livro e objeto e a interação com o leitor e afirma que no caso dos livros digitais, torna-se complicado empregar e ainda falar no livro como um objeto. É fato que existe propriamente um objeto, que é a tela sobre a qual o texto eletrônico é lido, mas, para ele, este objeto não é mais manuseado diretamente, imediatamente, pelo leitor. Percebe-se que nesse novo suporte editorial, a interação entre leitor e livro muda. Chartier (1999, p.9) vai mais além e afirma que a relação também entre o texto e autor se altera:

aquele que escreve na era da pena, produz uma grafia diretamente ligada a seus gestos corporais. Com o computador, a medição do teclado, que já existia com a máquina de escrever, mas que se amplia, instaura um afastamento entre o autor e seu texto.

Em um livro impresso, tem-se a qualidade sensorial do papel, que ajuda a definir o objeto, ou seja, o produto editorial impresso tem textura, cheiro e envelhece com o tempo. Já os livros digitais correm no sentido contrário (não é possível saber o peso do livro, sentir a textura do papel e muito menos cheirá-lo). Contudo, deve-se pensar também nos quesitos que no suporte impresso se tornam impossíveis de utilizar (sons, animações), para perceber que existem vantagens tanto em um suporte quanto em outro.

Em 1999, Chartier previu o que hoje são os livros digitais. Sua previsão era de que futuramente a multimídia permitiria ter em um mesmo suporte a recepção do texto, de imagem e do som. Atualmente, muitos livros digitais dispõem dessas características. É uma maneira de aproveitar os recursos que um suporte tem, enquanto noutro se torna impossível (o papel tem textura, cheiro, peso, mas não tem como abrigar imagens em movimento, ou som). Além disso, no caso dos livros digitais, é possível manipular os textos e imagens de forma mais dinâmica e interativa do que nos livros impressos.

Uma outra vantagem dos livros digitais é a capacidade de portabilidade. Hoje, um leitor pode carregar numa plataforma móvel (como o *Kindle*, *iPhone*, *iPad* etc.) milhares de livros, que possivelmente sempre estarão disponíveis para serem consultados a qualquer momento. Nem mesmo a dependência de corrente elétrica é necessária. Enquanto a bateria estiver carregada, o leitor consegue ler um livro. Além disso, o leitor pode ler em qualquer lugar, seja em casa, seja na rua, como também em aviões, em pleno voo. Referindo-se a Mauro Dorfman, o caderno *Donna da Zero Hora* dominical (26/06/2011) diz que o “consumidor de literatura só concretizou o plano de ler a trilogia *Millenium*, de *Stieg Larson*, quando comprou a versão eletrônica. No papel, são três volumes que somam quase duas mil páginas”. (p.10) Exageros à parte, a afirmação aponta, mais uma vez, para a vantagem de portabilidade que os livros digitais têm em relação aos impressos. As pessoas podem carregar livros de milhares de páginas e sempre carregar o mesmo peso (que é apenas o da plataforma móvel que o leitor utiliza para ler os livros).

Outro fator importante do livro digital está no preço. Como tanto o custo de produção quanto da entrega é menor, um livro digital de alto padrão, como os encontrados em sites especializados, pode chegar nas mãos do leitor por um preço bem inferior, ou até mesmo, de graça. O custo maior se concentra na aquisição de uma plataforma de leitura digital, para ter acesso e ler o livro digital. Porém, nada impede de ler os livros sem um leitor específico para livros digitais, já que existem aplicativos que podem ser baixados gratuitamente para os computadores, que estão bastante mais disseminados pela sociedade (embora seja preciso reconhecer que ainda existam muitas pessoas sem acesso a esse bem).

sAlém da portabilidade e do preço, um outro atrativo em relação aos livros digitais são os *softwares* capazes de lê-los, em tempo real, e ainda convertê-los a uma mídia sonora, como o MP3, criando *audiobooks* (um grande aliado para as pessoas multitarefadas, já que enquanto elas fazem outras atividades, ainda podem ao mesmo tempo ‘ler’ um livro. Outras pessoas privilegiadas com os *audiobooks* são as de deficiência visual, como também as não-alfabetizadas).

Em relação à armazenagem, o livro eletrônico soluciona o problema gerado pela grande quantidade de material informacional produzido, em relação ao pouco espaço disponível para guardá-lo. A famosa pergunta: “Que livro você levaria a uma ilha deserta?” atualmente permite uma resposta mais rica. Pode-se afirmar a intenção de levar uma pequena biblioteca armazenada num único dispositivo digital de leitura, desde que se somem, para concretizar a ideia, baterias altamente duráveis ou recarregáveis com energia solar. Outra vantagem do livro em seu novo suporte é a possibilidade de armazenar inúmeros textos no computador e transferi-los de um aparelho para outro. Além de uma pequena biblioteca portátil, outra maior fica armazenada em casa ou no trabalho. Por outro lado, no momento atual existem muitos formatos e plataformas que são incompatíveis entre si, e a falta de um padrão dificulta essa mudança de um aparelho para o outro.

Por fim, em contrapartida, Chartier (1999, p.128) afirma que

a partir do momento em que se transforma [...] um livro em um texto eletrônico acessível em uma tela, [...] parece que se pode dispensar a conservação do objeto original, já que o texto, de qualquer modo, subsiste.

Hoje em dia se sabe que não isso não é verdade, ou seja, os dois suportes - impresso e digital - têm usos diferentes, com características e possibilidades diferentes, mas um não anula o outro. Pelo contrário, complementam-se. Por isso, faz sentido fazer o projeto de um mesmo livro para os dois suportes. A essência, portanto, dessa convivência entre os dois suportes está em aproveitar o que cada suporte oferece e utilizar da melhor maneira possível essas características singulares.

5.2.1 Tela

No caso dos livros digitais, não se lida com papéis, mas sim com um outro elemento que poderia ser comparado ao que é o papel para os livros impressos. Esta-se falando das telas (de computadores, *tablets*, *smartphones*, *e-readers* etc.)

Hoje no mercado tecnológico existem milhares de suportes para leitura. Torna-se praticamente impossível descrever todos eles nesse projeto. Porém, é possível levantar algumas características de telas de alguns deles, para orientar o projeto:

| | iPad | Samsung Galaxy | Kindle | MacBook Air | iMac | iPhone |
|-------------------------|-------------------|----------------|------------------|---------------------|---------------------------|--------------|
| Dimensões (centímetros) | 24,2 x 18,9 x 1,3 | 19 x 12 x 1,1 | 19 x 12,3 x 0,85 | | | 11,5x6,1x1,1 |
| Tamanho (polegadas) | 9,7 | 7 | 6 | 11,6 / 13,3 | 21,7 / 29 | 3,5 |
| Resolução (pixels) | 1024 x 768 | 1024 x 600 | 800 x 600 | 1366x768 / 1440x900 | 1920 x 1080 / 2560 x 1440 | 320x480 |
| Proporção | 4:3 | | 4:3 | 16:9 / 16:10 | 16:9 | 3:2 |

Figura 74 - Especificações de tela de alguns suportes para leitura

Fonte: LIGABUE, 2011

A seguir, três figuras (75, 76 e 77) que ilustram as resoluções de tela mais comuns, com a cor de cada tipo de resolução indicando a relação da exposição.

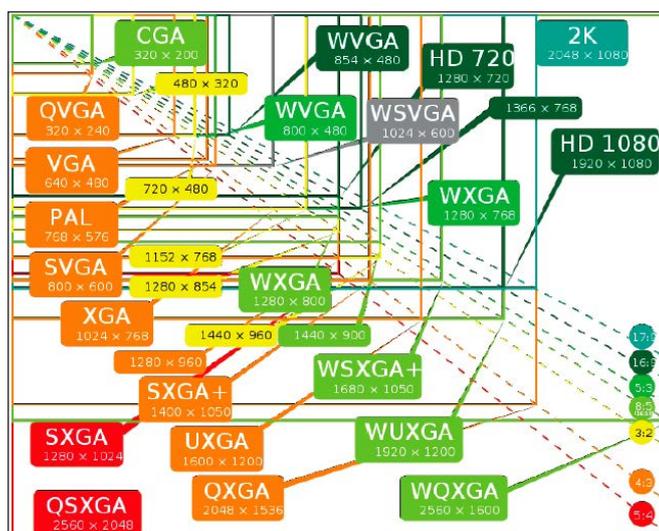
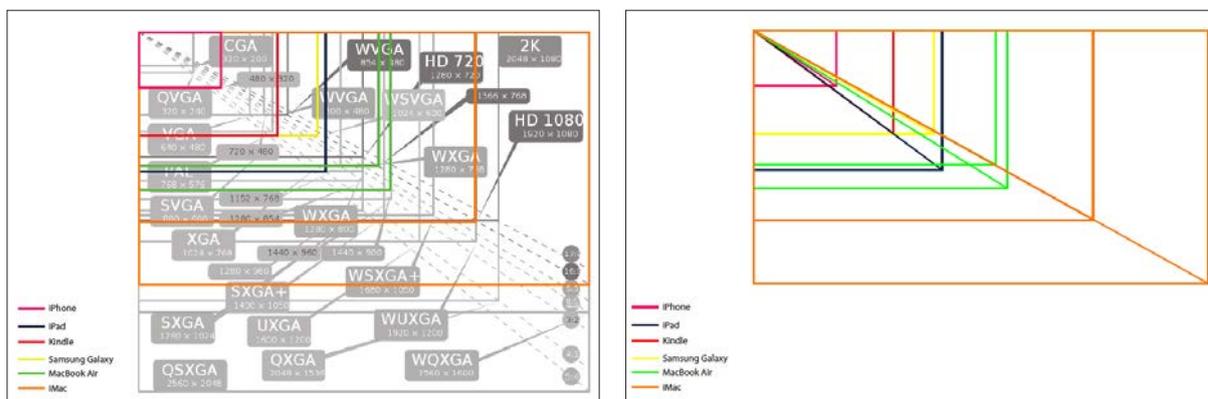


Figura 75 - Resoluções de telas mais comuns

Fonte: WIKIPEDIA, 2011



Figuras 76 e 77 - Resoluções de telas mais comuns

Fonte: LIGABUE, 2011

O formato, que no suporte impresso diz respeito às proporções de corte do papel, definidas pelo designer, no suporte digital está pré-definido. Também já estão definidas as resoluções das telas, que dependerão dos tipos de monitores, que poderão suportar um ou mais tipos de resoluções. Segundo o site *Os 10 mais* (2009)⁹, as dez resoluções de monitores mais comuns são:

1. 1024×768 - 38.52%
2. 1280×800 - 17.46%
3. 1280×1024 - 14.50%
4. 1440×900 - 6.90%
5. 800×600 - 5.12%
6. 1680×1050 - 4.83%
7. 1152×864 - 3.14%
8. 1920×1200 - 1.53%
9. 1280×768 - 1.46%
10. 1280×960 - 1.08%

Observando estes dados, percebe-se que o *iPad* possui a resolução com maior número de usuários (38.52%), enquanto que o *Kindle* está na quinta posição (5.12%). Sugere-se que, nesse quesito, os usuários preferem lidar com resoluções maiores.

9 Disponível em: <<http://www.osdezmais.com/tecnologia/as-10-resolucoes-de-monitor-mais-comuns/>>

5.2.2 Identidade Visual

A criação de uma interface digital de visualização para um livro enfrenta algumas restrições, como a área física (da tela) na qual a maioria das pessoas irá visualizar o design. Enquanto o formato do livro impresso pode ser definido pelo designer, o formato da tela onde o leitor vai ler o livro digital não é algo que possa ser controlado por quem projeta o livro em si. A seguir, serão abordados aspectos estritamente relevantes ao trabalho em relação à produção de livros digitais.

5.2.2.1 *Layout*

Referindo-se ao suporte digital, é possível também utilizar leis matemáticas, como as lógicas da Seção Áurea e da Série de Fibonnaci, a fim de auxiliar na criação de um *layout* equilibrado, harmônico etc.

Em adição, no caso do suporte digital também é necessário entender como os olhos percorrem para ler uma tela. Segundo Ambrose e Harris (p.18, 2009b), as pessoas examinam uma tela digital da mesma maneira que fazem com uma página impressa. Eles também afirmam que algumas pesquisas - a respeito do modo como as pessoas leem em suportes digitais - mostraram que as pessoas tendem a ler as telas seguindo um padrão em forma de F, ou seja, o leitor passa os olhos rapidamente pelo topo da tela, da esquerda para a direita, em duas faixas, e então segue para baixo à medida que avança na busca por algo relevante. Em termos de design, isso significa que as principais informações e pontos de entrada devem localizar-se no âmbito do padrão F a fim de aumentar as chances de capturar a atenção do leitor.

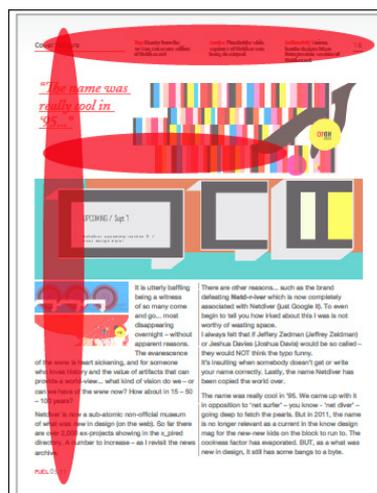


Figura 78 - Varredura visual em telas

Fonte: Autor

A barra superior do padrão F representa a varredura inicial da esquerda para a direita feita pelo leitor, que se estende por toda a página. A segunda varredura, um pouco mais abaixo da primeira, é mais abrupta e forma o traço do F. Por fim, o leitor desloca a visão rapidamente para baixo, formando a haste do F.

Essa é uma regra geral, que apenas serve como guia. É possível, na prática, ocorrerem outros tipos de varredura, dependendo principalmente do *layout* que preenche a tela como um todo e do tipo de conteúdo apresentado em cada área. Por exemplo, se há algum elemento que chame mais atenção numa zona que não é a primeira a ser vista, possivelmente esse elemento atrairá a visão alterando a hierarquia da visualização da página. Por isso, essa noção de varredura é apenas uma referência, mas não é algo que deve ser considerado infalível.

Em relação ao suporte impresso, tem-se uma longa história, ao longo da qual desenvolveu formatos e regras que já foram testados e experimentados muitas vezes, o que condicionou os hábitos de leitura e de visualização dos usuários ao longo de gerações. Essas tradições foram herdadas pela mídia digital, levando os designers a criar páginas que, com frequência, se parecem com um artigo impresso, a fim de que o conteúdo seja facilmente acessado pelos leitores. Entretanto, readaptações conforme o suporte são essenciais para aproveitar do melhor modo possível as características de cada suporte. Por exemplo, se no suporte impresso existe um infográfico complexo, no suporte digital

pode-se acrescentar ainda mais informações a este infográfico, ou permitir que o leitor o modifique, através da interatividade. Imagens em movimento e áudio se tornam uma opção também. O ideal, portanto, na convivência entre o suporte impresso com o digital, é sempre adaptar de forma que se aproveite os recursos de cada suporte da melhor forma possível.

5.2.2.2 *Interface*

O suporte digital oferece várias oportunidades para os designers romperem as fronteiras do suporte impresso pelo uso do som, animação e vídeo. Contudo, a tipografia e as imagens continuam sendo elementos fundamentais para os projetos editoriais. Com uma variedade cada vez maior de elementos de página à disposição no mundo digital, a organização dos elementos na superfície de visualização (a tela) torna-se ainda mais importantes.

Deve-se ter em mente a criação de uma interface intuitiva e que possa também funcionar no formato paisagem e/ou retrato, para ser possível a manipulação, em plataformas móveis, que permitem girar a tela conforme o conforto e preferência do próprio do leitor.

Segundo Nielsen (1993), as interfaces de usuário devem ser simplificadas, tanto quanto possível, uma vez que cada recurso adicional ou item de informação em uma tela é mais uma coisa para aprender, para, possivelmente, não compreender, e para pesquisar quando se olha para algo que se deseja. Além disso, interfaces devem corresponder a tarefa dos usuários da maneira mais natural possível, de tal forma que o mapeamento entre conceitos do computador e conceitos do usuário tornam-se tão simples e fáceis de navegar.

Cybis (2003) sugere algumas especificações fundamentais para o design de uma boa interface:

- **Consistência:** Vinculado à utilização da mesma regra de *layout* para distribuir os elementos da interface nas telas e a empregar o mesmo conjunto de cores, as mesmas fontes, enfim, o mesmo estilo pelas diferentes telas digitais. Este é um aspecto central para a identidade visual do produto editorial digital;

- **Condução:** Está relacionado à definição de títulos para cada tela, como também à definição de funções de ajuda de forma acessível, agrupamento de informação de modo claro e lógico;

- **Compatibilidade:** Vinculado ao emprego de unidades de medidas usuais à população-alvo (por exemplo, temperatura em graus *Celsius*, distância em quilômetros etc.).

5.2.2.2.1 Usabilidade

Segundo Nielsen e Loranger (2007) a usabilidade na interface digital é um atributo de qualidade relacionado à facilidade do uso de algo, ou seja, uma interface deve ser ágil a fim de que o usuário (no caso específico deste projeto, o leitor) consiga aprender facilmente a utilizar e recordar, sem dificuldades, como interagir satisfatoriamente com o produto editorial.

Antes de projetar e avaliar a usabilidade de uma interface digital, é importante ter noções de ao menos um dos métodos existentes de avaliação de usabilidade. Entre estes métodos, os chamados heurísticos são importantes para serem considerados. Nielsen, por exemplo, resume estes métodos heurísticos em dez regras básicas, a fim de auxiliar no processo de projeção, de avaliação da usabilidade da interface, além de ajudar na solução de possíveis problemas, tornando uma interface com boa usabilidade.

A seguir, um quadro (Quadro 07) com as dez regras básicas segundo Nielsen (1993):

Quadro 07 - Dez Regras básicas dos Métodos Heurísticos

| Regra | Descrição |
|---|--|
| 1 - Visibilidade do <i>status</i> do sistema | <p>O usuário deve ser sempre informado sobre o que está acontecendo (durante o uso do sistema), através de alguma resposta dada em um prazo razoável.</p> |
| 2 - Mapeamento entre sistema e o mundo físico | <p>Tarefas comuns devem ser fáceis de serem feitas e as informações presentes na interface devem seguir as convenções (padrões) que o usuário já está familiarizado.</p> |
| 3 - Liberdade e controle ao usuário | <p>A interface deve transmitir ao usuário a certeza de que ele está no comando: o usuário deve também ter controle de suas próprias ações na interface (por exemplo, se quiser parar uma ação, ele pára, se quiser voltar a uma ação anterior, ele volta, etc.); deve existir um feedback, ou seja, o usuário deve ter o conhecimento do que está acontecendo.</p> |
| 4 - Consistência e Padrões | <p>Deve-se criar interfaces que tenham os mesmos tipos de linguagem, como também padrões (de cor, tipografia, etc.) como um todo; os elementos semelhantes inseridos na interface devem possuir entre eles as mesmas funções, como também os elementos diferentes devem possuir diferentes funções. Nielsen também sugere manter um layout simples e limpo, sendo apenas mostrado o que é relevante, como também apenas destacar o que é necessário.</p> |
| 5 - Suporte para o usuário reconhecer e poder recuperar-se dos erros | <p>O sistema deve alertar claramente o usuário quando ele estiver cometendo processos de risco (causadores de problemas/erros). Também é importante sugerir alternativas de soluções para resolvê-los. Nos dois casos mencionados, sugere-se o uso, pelo sistema, de uma linguagem simples, clara e precisa.</p> |

Quadro 07 - Dez Regras básicas dos Métodos Heurísticos

| Regra | Descrição |
|--|---|
| 6 - Reconhecer em vez de memorizar | Deve-se evitar que o usuário precise memorizar muitas informações usadas durante uma etapa para outra, evitar informações muito longas. Dividi-las, caso precisar. |
| 7 - Flexibilidade e eficiência de uso | O usuário deve ter diversas maneiras para cumprir uma tarefa, tendo a chance de escolher a que melhor se enquadra a ele. Deve-se, também, ter maneiras de atalhos nas ações que os usuários costumam fazer mais frequentemente. |
| 8 - Design estético e minimalista | Deve-se evitar a adição de informações irrelevantes ou praticamente desnecessárias. |
| 9 - Prevenção de erros | Deve-se impedir o máximo possível a ocorrência de erros. |
| 10 - Ajuda e documentação | O sistema deve ser auto-explicativo e auxiliar o usuário para que ele seja capaz de resolver algum problema sozinho. Para isso, poderia-se usar algum campo de ajuda, em forma de tutorial. |

FONTE: NIELSEN, 1993

Através dessas regras heurísticas de usabilidade mencionadas anteriormente, surgiram os métodos para avaliá-las, com o intuito de identificar possíveis erros (que não eram atendidos nas regras de heurísticas de usabilidade) presentes na interface. A intenção, com isso, é reduzir ainda mais a quantidade de problemas. Segundo Nielsen (1993, p.146), esses métodos de avaliação envolvem um grupo de pessoas especialistas em interfaces que irão avaliar se as interfaces criadas se adequam às necessidades propostas ou não. O resultado dessa avaliação dará uma lista de problemas de usabilidade da interface. Assim, o uso desses métodos de avaliação heurística auxilia na criação de interfaces com boa qualidade de usabilidade. Comparando as facilidades oferecidas pelo livro eletrônico e pelo impresso percebe-se que a tecnologia da informática garante alguns recursos impossíveis no

exemplar de papel. O livro eletrônico dispõe de mecanismos de busca de palavras, hipertexto e anotações que permitem ver o texto na horizontal ou vertical e acomodá-lo numa posição confortável para canhotos e ampliação do corpo das letras conforme desejado, facilitando ou até permitindo a leitura por pessoas com deficiência visual. Essas são algumas das diversas características positivas em relação à usabilidade do texto eletrônico.

Cybis, Betiol e Faust (2010) apresentam uma lista de itens para o desenvolvimento de interfaces que contemplem não só o uso, como o bom entendimento do usuário. Abaixo segue uma lista dos principais itens que são contemplados para o desenvolvimento de interfaces por esses autores:

Quadro 08 - Itens para o desenvolvimento de Interface

| Itens | Descrição |
|--|--|
| Condução | Favorece principalmente o aprendizado e a utilização da interface para novos usuários. |
| Convite | Permite ao usuário identificar o estado ou o contexto em que se encontra a interação. Uma boa interface sempre apresentará, por exemplo, títulos claros para tela, janelas de diálogo, informações claras e indicativas. |
| Agrupamento e distinção entre itens | Busca a "intuitividade" da interface e visa propiciar facilidade aos usuários novos e experientes. |
| Agrupamento e distinção por localização | Apresenta a organização das informações da interface. |
| Agrupamento e distinção por formato | Permite ao usuário perceber similaridades ou diferenças entre informações. |
| Feedback imediato | Relacionada com a repetição do trabalho. |

Quadro 08 - Itens para o desenvolvimento de Interface

| Itens | Descrição |
|--------------------------|--|
| Legibilidade | Diz respeito à facilidade da leitura (brilho do caractere, contraste letra/fundo, tamanho da fonte, entre palavras, entre linhas, enfim, a relação de clareza do texto). |
| Carga de trabalho | Relacionada com a repetição do trabalho. |
| Brevidade | Abrange a concisão que a interface deve ter e as ações mínimas que o usuário deverá fazer para chegar onde deseja na interface. |
| Adaptabilidade | Interface que permita ao usuário a liberdade e domínio para realizar tarefas de várias maneiras. A interface deve propor aos leitores diversas possibilidades, permitindo flexibilidade e consideração da experiência do usuário, como o fornecimento de atalhos para usuários experientes e caixas de diálogo para iniciantes. |
| Gestão de erros | Diz respeito a todos os mecanismos que podem evitar erros do usuários em determinadas tarefas. Com isso, faz-se com que haja proteção contra os erros. Um exemplo é na própria digitação que o software corrige, e a orientação do usuário quanto ao erro se cometido, proporcionando a qualidade das mensagens de erros e correção dos erros. |
| Compatibilidade | Refere-se à similaridade de diferentes sistemas, por exemplo, como os operacionais (Android e iOS). |

FONTE: CYBIS; BETIOL; FAUST, 2010

5.2.2.2.2 Navegabilidade

Segundo Fawcett-Tang (2007), quando um leitor escolhe um livro, ele geralmente o folheia primeiro para ter uma ideia de como foi organizado. Um livro digital, entretanto, não pode ser folheado, sendo necessário garantir que o leitor tenha outros recursos para compreender a estrutura geral do livro.

Depois de se ter uma ideia da arquitetura de conteúdo e da organização dos elementos na interface, é necessário pensar sobre como o usuário irá navegar nela. O sistema de navegação fornece um conjunto de elementos de tela que permitem ao usuário mover uma página para outra, por exemplo. O design de navegação deve comunicar a relação entre os *links* que um livro, por exemplo, contém, para que os usuários entendam as opções que eles têm para navegar num sistema digital (site, livros digitais etc.). A navegação, portanto, é responsável por essa ‘direção’ que orientam os usuários a decidirem determinadas ações.

Segundo o site *Web Design, User Interface Design & Navigation Design | Starberry*¹⁰, há vários elementos a considerar na decisão sobre o design de navegação, como: ser acessível, ou seja, ser fácil de navegar; ser intuitivo, para isso, por exemplo, coloca-se links claros, que mesmo um usuário que nunca esteve nessa interface, consiga saber, antes mesmo de clicar no *link*, para onde será direcionado; ser entendido, ou seja, se há imagens como parte da navegação, deve-se levar em consideração o fato do usuário poder ler alguma informação a respeito dessas imagens. Isso fará uma grande diferença na otimização e assistência do usuário quando ele estiver olhando essas imagens. Por fim, quando se planeja um produto editorial para o suporte digital, deve-se ter em mente alguns requisitos, como proporcionar uma navegabilidade intuitiva e considerar a importância de ter uma hierarquia de navegação que faça uso total da tela como suporte de leitura (FITTIPALDI, 2010).

Outros pontos interessantes de se levar em conta para a criação de um livro digital com uma boa navegação é trazer alguns elementos à tela, tais como, por exemplo, um ícone que mostre o menu, que corresponde ao índice de um livro impresso, do livro

10 Disponível em: <<http://www.starberry.tv>>

que está sendo lido, permitir consultas a um dicionário integrado; colocação de notas pessoais na margem do texto; buscas no texto integral, para saber, por exemplo, em que momento aparece pela primeira vez a menção a alguém ou alguma coisa; a inserção de um marcador e a consulta a notas explicativas.

5.2.2.2.3 *Affordances*

Antes de abordar este item relacionado aos livros digitais, é importante entender o seu significado. Gibson (1979/1986), foi quem desenvolveu primeiramente a teoria da *affordance*, que se refere às propriedades acionáveis entre o mundo e um ator (a pessoa ou animal). Para Gibson, *affordances* são um relacionamento. Elas são parte da natureza: elas não têm de ser visíveis, conhecidas, ou desejáveis. Gibson (p.138-139 *apud* Günther, 2003, p.7) se diferencia dos gestaltistas, afirmando que:

o conceito de *affordance* é derivado destes conceitos de valor, convite e demanda, mas com uma diferença crucial. A *affordance* de algo não muda na medida em que as necessidades do observador mudam. O observador pode ou não perceber ou atender às *affordances* necessidades, mas, a *affordance*, sendo invariável, sempre está ali para ser percebida. Uma *affordance* não está sendo atribuída a um objeto pelas necessidades do observador e seu ato de perceber. O objeto oferece o que faz porque é o que é. Certamente, nós definimos o que é em termos de física ecológica ao invés de física física, e por isto há significado e valor desde o início.

Donald Norman também foi muito importante para o estudo das *affordances*. Na realidade, depois das tentativas de Gibson para explicar como um animal interagia com o seu ambiente, foi Norman quem primeiro trouxe ao design a teoria das *affordances*. Ele se apropriou do termo *affordances* no contexto de interação homem-máquina para se referir a possibilidades de ação que são facilmente perceptíveis por um ator. Entendido dessa forma, o conceito depende não só das capacidades físicas de um ator, mas também de seus objetivos, planos, valores, crenças e experiências passadas. Se um ator caminhou em direção a uma sala com uma poltrona e uma bola de beisebol, a definição original das *affordances* de Gibson permite que o ator possa jogar a cadeira e sentar-se sobre a bola de beisebol, porque é, em tese, possível. A tese de Norman define que é possível captar a probabilidade de que o ator vá se sentar na cadeira e jogar a bola de beisebol, pois as *affordances* desses objetos 'sugerem' como se deve interagir com

eles. Por exemplo, o tamanho e a forma de uma bola de beisebol, obviamente, encaixa-se muito bem na mão e a sua textura a torna perfeita para jogar. Além disso, o usuário pode também trazer experiências passadas de como utilizar esses objetos (através de semelhanças, como outras bolas, por exemplo) quando avalia uma nova *affordance*. (NORMAN, 2006)

Miller (*apud* AZEVEDO; NOVAIS, 2009, p.7) define o termo *affordance* adaptando para o suporte digital:

No contexto da Internet, *affordances* tomam a forma não de propriedades materiais ou nichos ecológicos, mas de propriedades de informação e interação que podem servir a certos usos cognitivos e comunicativos particulares.

5.2.2.3 Cor

Basicamente, os objetivos fundamentais das cores no suporte digital são chamar a atenção do leitor, indicar aspectos da interface, facilitar a memorização, criar planos de fundo e direcionar a leitura. Ou seja, no que diz respeito à sua função, as cores têm as mesmas finalidades nos livros digitais e impressos. O que difere é que no suporte impresso usa-se as cores em CMYK¹⁰, enquanto que no suporte digital usa-se em RGB¹¹.

Há muitos estudos sobre como aplicar cores nas interfaces digitais. Segundo Bastos, Farina e Perez (2006), primeiro é necessário criar a interface em preto e branco, para depois de feito e testado, aplicar as cores. E para aplicar as cores, deve-se ter em mente que para proporcionar ao leitor uma melhor memorização, deve-se utilizar no máximo sete cores ao mesmo tempo (BASTOS, FARINA e PEREZ *apud* Kulpa, 2009, p.36).

Em relação a que cores adicionar à interface, Nielsen e Loranger (2007) afirmam que uma interface com fundo branco proporciona a máxima legibilidade para um texto escuro. É por isso que o branco ainda é a cor mais usada no suporte digital, mesmo que possua um intenso brilho, causando problemas ao leitor que permanece demasiadamente em contato visual com a tela.

11 Ciano (C), Magenta (M), Amarelo (Y, para Yellow) e Preto (K). Maiores informações na seção 5.1.2.3

12 Red (R), Green (G), Blue (B). Maiores informações na seção 5.1.2.3

Esse aspecto tem sido melhorado nas telas mais recentes, sendo que algumas, como a do *Kindle*, evitam a luminosidade para assemelhar-se o máximo possível às páginas impressas. Nielsen e Loranger (2007) também afirmam que o uso da cor vermelha deve ser utilizada no intuito de chamar a atenção ou sinalizar algum perigo. Contudo, aconselha-se a não usá-la em áreas muito grandes, como no caso de um fundo inteiro de uma página, pois é uma cor que domina.

Já para Jackson, Macdonald e Freeman (1994 *apud* Kulpa, 2009) a cor mais indicada para o fundo de interfaces é o cinza, pois por ser acromática, minimiza o contraste entre a cor mais escura e a cor mais clara presentes na interface, diminuindo o cansaço visual ao se passar de uma interface para a outra. Em relação ao amarelo, é uma cor boa para indicar atividade, movimento. Já a cor verde (mais visível das três cores primárias do código RGB) sugere-se usar quando se pretende apresentar rapidamente uma informação, enquanto que a cor azul é indicada para usar como fundo quando junto com cores vivas, pois por seu comprimento de onda ser curto, o olho humano tem dificuldade em focalizar as informações, portanto, não é indicada para detalhes finos (BASTOS, FARINA e PEREZ *apud* Kulpa, 2009).

Portanto, para garantir conforto do usuário diante de uma interface, aumentar a eficiência da transmissão da informação, facilitar na memorização dos elementos chaves de uma interface, é importante considerar o uso correto das cores.

5.2.2.4 *Tipografia*

Segundo Bringhurst, 2005, p.210),

assim como as florestas, os campos e os jardins, as páginas podem absorver - e irão retribuir - a atenção que lhes for dispensada. Entretanto, muita tipografia não é mais composta para a página, mas para a tela de um computador. A tela pode vibrar com suas cores fúidas, mas os melhores monitores têm resoluções lastimáveis (algo em torno de 140dpi: menos de 6% da norma corrente para as impressoras a laser e menos de 6% da norma para as compositoras digitais profissionais [typesetters]). Quando o texto é apresentado grosseiramente, o olho sai a procura de distração, coisa que não falta na tela do computador.

O trecho referido alerta para a necessidade de se precaver no momento de escolher que tipografia usar, como também de como dispô-la no *layout*, pois, caso o designer fracasse nesse quesito, o leitor facilmente se dispersará. Este é um caso particularmente provável de acontecer, visto que o leitor está diante de uma tela digital (de um computador, *tablet*, *smartphone* etc.), suporte que abriga diversas alternativas, como o acesso à Internet ou à qualquer outro material mais divertido e mais bem apresentado.

Ao contrário dos livros impressos, que são formados por folhas de papel, do ponto de vista do leitor os livros digitais ‘existem’ em telas, e estas emitem luz aos olhos dos leitores. Considerando também os tipos de resoluções das telas, que têm uma qualidade muito aquém da qualidade que o papel pode proporcionar quando recebe algum texto impresso, a escolha tipográfica sofre uma forte mudança na passagem do suporte impresso para o digital. É preciso analisar e adequar a escolha dos tipos as possibilidades existentes na área da tipografia digital. Bringhurst (2005, p.210) afirma que

Caracteres sobrescritos, subscritos, notas de rodapés, notas finais, notas laterais, todos desaparecem. Na luz agressiva e na resolução grosseira da tela, esses acessórios textuais são difíceis de ver. Pior ainda: põem a perder a indispensável ilusão de velocidade, de modo que são substituídos por *links* e pelos saltos de hipertexto. Assim, todos os subtextos podem ter o mesmo tamanho e os leitores têm a liberdade de pular de texto para texto como uma criança zapeando a TV.

Outro elemento importante para se levar em conta são os chamados *hints*, que são instruções específicas para ajustar o modo como uma fonte é rasterizada e exibida na tela. No caso de uma fonte, por exemplo, aparecer insatisfatória em baixas resoluções, é aconselhável verificar o *hinting*. De maneira geral, existem dois tipos de *hints*: os chamados genéricos, que se aplicam em toda a fonte, e os específicos, que são aplicados em caracteres individuais (BRINGHURST, 2005).

Segundo Ambrose e Harris (2009b), existem algumas fontes que são consideradas seguras para o uso no suporte digital, pois são fontes que apresentam baixo contraste entre seus elementos construtivos, interiores abertos, terminais sólidos e serifas retas ou sem serifa.

A seguir, um quadro (Quadro 09) com alguns exemplos de possíveis tipos para o suporte digital:

Quadro 09 - Tipografia para suporte digital

| Fonte | Características | Exemplo |
|--------------------------|---|--------------------------------|
| Andale Mono | Não possui serifa (exceto a letra 'L' em caixa baixa que possui serifa reta), possui baixo contraste, interiores abertos. | ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |
| Arial MT | Não possui serifa, possui baixo contraste. | ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |
| Courier New PS MT | Possui serifa reta, possui baixo contraste. | ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |
| Georgia | Possui serifa reta, possui baixo contraste. | ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |
| Impact | Não possui serifa, possui baixo contraste | ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |
| Times New Roman | Possui serifa, possui baixo contraste. | ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |
| Verdana | Não possui serifa, possui baixo contraste, interiores abertos. | ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm |

FONTES: AMBROSE; HARRIS, 2009 | BRINGHURST, 2005

6 DESENVOLVIMENTO

Esse capítulo apresenta o desenvolvimento do modelo parcial de livro de exposições no restaurante *La Pampa* para os suportes: impresso e digital.

6.1 PROJETO CONCEITUAL

Neste subcapítulo será apresentado o conceito do projeto, que foi estabelecido a partir principalmente da definição da temática do livro (abordado no subcapítulo 3.3.1.2 desse trabalho) e da identidade visual do restaurante *La Pampa*.



Figura 79 - Identidade Visual - Logotipo do restaurante *La Pampa*

Fonte: *La Pampa*

Pensar na identidade do restaurante *La Pampa* (de donos argentinos) requer pensar em questões relacionadas ao regional, ao pampa, a qualidades argentinas etc., que definem elementos que são importantes para criar um conceito para o livro das exposições de arte que acontecem no *La Pampa*. Ter uma identificação com o restaurante é essencial, pois a proposta não foi projetar um catálogo de vários artista sem que houvesse uma relação entre eles e entre o espaço das exposições. Portanto, tem-se um cuidado para que tanto a identidade do restaurante, quanto a dos artistas dialoguem harmoniosamente entre si.

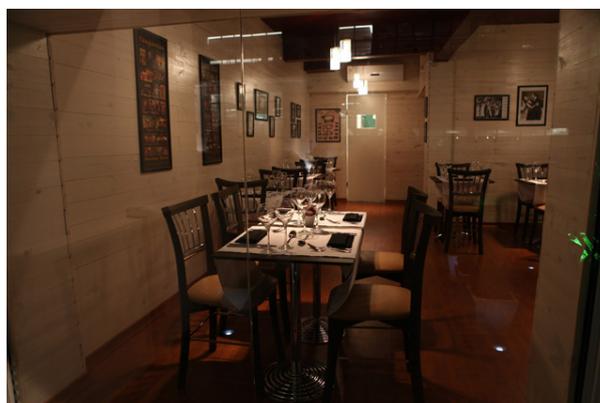


Figura 80 - Espaço das exposições

Fonte: *La Pampa* - Fotógrafo Nathan Carvalho

A seguir, um esquema com palavras-chaves (em vermelho) que surgiram assim que o conceito foi sendo gerado, levando em consideração os elementos como suporte (impresso e digital) e a temática do livro.

Presença de vários tipos de obras (pintura, desenho, cerâmica, instalação, vídeo etc.) já expostas no restaurante como também já feitas na carreira do artista em questão.

Remete a

FLEXIBILIDADE

Adequar os diferentes tipos de obras em cada suporte. Enquanto no suporte impresso a quantidade de obras é mais restrita (somente são colocadas as obras expostas no restaurante, enquanto que no suporte digital também são colocadas as obras já feitas na carreira artística do artista em questão), algumas obras são melhor reproduzidas em um suporte do que noutro. Por exemplo: reprodução de cerâmicas no suporte digital - possibilidade de reprodução em 3D - vista em 360º da peça.

ADAPTABILIDADE

Os vários tipos de obras devem se adaptar tanto ao conceito do livro, quanto à identidade (visual, etc.) do restaurante. Além disso, diferentes tipos de obras devem se adaptar ao suporte ao qual estão sendo reproduzidos.

VERSATILIDADE

Vários tipos de obras, vários artistas abordados: facilidade de se adequarem tanto nos dois suportes quanto com a identidade do restaurante.

Logo, tanto o suporte impresso quanto no digital deve haver

FLEXIBILIDADE

questão: colocar todas as obras no livro? Solução: Suporte Impresso só as expostas no restaurante e no Suporte Digital aproveitar a flexibilidade desse suporte de poder colocar todas as obras já produzidas na carreira do artista, sem gastos com impressão e sem comprometer a estrutura do livro (peso, tamanho, etc.).

ADAPTABILIDADE

Os vários tipos de obras devem se adaptar ao suporte no qual está sendo reproduzido.

VERSATILIDADE

A ideia de parceria entre os livros nos dois suportes determina que o projeto procure unificar a identidade visual do volume impresso e da obra digital, facilitando a identificação de um com o outro. Para que não seja preciso alterar o padrão cromático e a tipografia de um suporte para o outro, é preciso que esses elementos se adequem aos dois suportes, o que demanda um projeto versátil.

Valorização dos trabalhos dos artistas

Remete a

SIMPLICIDADE

Para valorizar os trabalhos dos artistas o livro nos dois suportes deve ter um layout simples, limpo, para não interferir na reprodução das obras (fidelidade na reprodução). O mais importante é reproduzir as obras da forma mais real possível.

MINIMALISMO

Seguindo a mesma linha da simplicidade, quanto menos detalhes, enfeites, melhor. Menos é mais: o que deve ser reproduzido são as obras dos artistas.

Valorização do espaço de exposições

Remete a

ADAPTABILIDADE | FLEXIBILIDADE | HARMONIA | VERSATILIDADE

Deve-se levar em consideração a referência à identidade visual do *La Pampa* e evitar conflitos entre as estéticas das obras e da identidade visual do espaço de exposições (que é forte) - criar uma harmonia entre obras, local das exposições e o livro nos dois suportes.

Figura 81 - Geração do conceito

Fonte: Autora

A ideia de parceria entre os livros nos dois suportes determina que o projeto procure unificar a identidade visual do volume impresso e da obra digital, facilitando a identificação de um com o outro. Para que não seja preciso alterar o padrão cromático e a tipografia de um suporte para o outro, é preciso que esses elementos se adequem aos dois suportes, o que demanda um projeto flexível, versátil. Isso reforça o conceito, pois remete às palavras-chaves do projeto: adaptabilidade, flexibilidade, versatilidade, simplicidade.

Para ilustrar a importância de cada um desses conceitos, criou-se a ilustração abaixo, no estilo ‘nuvem de conceitos’:

minimalismo adaptabilidade
flexibilidade harmonia
simplicidade
versatilidade
identidade suporte

Figura 82 - Ilustração no estilo ‘nuvem de conceitos’

Fonte: Autora

Visto que para este Trabalho de Conclusão de Curso não serão produzidos os volumes impresso e digital completos, mas modelos parciais, era importante definir um artista para servir de referência para a construção do modelo. O artista escolhido foi o Paulo Porcella.

Os motivos pelos quais este artista foi escolhido para o modelo parcial do livro são o artista apresentar uma variedade significativa de técnicas (pintura, desenho, cerâmica etc.) facilitando o processo de exploração dos dois suportes: impresso & digital, tais como controle de reprodução de cores (suporte impresso), utilizar imagens em movimento e sons (suporte digital). Além disso, o artista em questão possui uma vasta quantidade de obras já feitas, motivo maior para explorar o formato digital, que poderá ser colocada mais obras do artista como um parceiro para o suporte impresso. Outro motivo também importante para a sua escolha foi o fato do artista ter sido escolhido para expor no mês de aniversário do restaurante. A inauguração da exposição foi realizada no dia de aniversário

de um ano do restaurante *La Pampa*.

Definido o conceito do livro nos dois suportes e identificado um artista para servir de referência para o projeto do modelo, foi possível iniciar a etapa prática do TCC, partindo-se então para a geração de projeto.

6.2 PROJETO DOS MODELOS IMPRESSO E DIGITAL

Esse subcapítulo apresenta as definições para a criação do modelo parcial de livro de exposições no restaurante *La Pampa* para os suportes: impresso e digital.

6.2.1 Modelo parcial de livro de exposições no *La Pampa* - suporte impresso

Neste subcapítulo serão definidos os elementos utilizados para a criação do livro no suporte impresso.

6.2.1.1 *Papel*

O papel é o material básico que constitui o miolo de um livro. No caso do livro de exposições do restaurante *La Pampa* o processo de impressão escolhido é o *offset*, com quadricromia. Em princípio, será descartado o uso de papéis especiais, devido ao seu elevado custo. O papel couchê, apesar de não ser especialmente caro, costuma ter um brilho (mesmo o couchê fosco apresenta algum brilho), o que dificulta a visualização das obras impressas conforme a iluminação incide sobre o papel.

Em relação à temática, seria bastante compatível com o uso do papel reciclado, que remete à natureza e não prejudica o meio ambiente. Porém, esse tipo de papel também tornaria o livro mais caro, e algumas gráficas não o imprimem com facilidade. Além disso, o reciclado atrai a atenção para si mesmo, e no caso desse projeto, pretende-se dar ênfase à reprodução fiel das imagens.

Portanto, o papel escolhido para o miolo do livro para este projeto foi o *offset*. O papel *offset* é simples e portanto compatível com os conceitos do projeto. Tem baixo

custo e é adequado para a reprodução de imagens em quadricromia, bem como para a boa visualização em diferentes condições de iluminação. A gramatura selecionada para a impressão do livro é a de 150g/m², o que permite que ele possa ser manuseado e folheado com facilidade, fazendo com que o conteúdo seja valorizado, além de evitar que a mancha gráfica de uma página apareça na outra (ou seja, evita o efeito de translucidez do papel offset em gramaturas menores). Dada a previsão do número de páginas, essa gramatura também levaria a uma boa espessura final do livro e dá uma certa rigidez. Uma gramatura maior pode causar incômodo ao leitor devido à dificuldade de manusear as páginas e ao peso final do livro. Para a capa, a possibilidade mais viável, em termos de custo e qualidade, além de ser afim ao conceito (pois remete à harmonia) é a utilização de capa dura com plastificação prolan fosco para proteção.

6.2.1.2 *Formato*

Foram pensadas diversas possibilidades de formato que o livro pode adotar. O primeiro fator que se deve analisar é em relação ao tamanho ideal para o tipo de livro que está sendo projetado. No caso deste projeto, o tamanho deve favorecer a reprodução das imagens e também o manuseio do volume. Não é preciso, entretanto, que o livro seja fácil de transportar, que caiba em bolsas ou bolsos.

Então, para a diretriz formal do conceito, relacionado ao *layout* como também à ergonomia no suporte impresso, foi escolhido o formato quadrado. Sua escolha foi baseada na versatilidade, flexibilidade e adaptabilidade que este formato tem em relação principalmente à disposição das imagens das obras dos artistas reproduzidas nas páginas: as imagens das obras podem ser posicionadas na vertical ou horizontal sem conflito com o formato quadrado.

Para chegar a uma dimensão apropriada para o formato escolhido, fez-se alguns testes tanto de *layout* (dispor algumas imagens em *layout* quadrado e observar em qual se proporciona uma boa visualidade, uma boa área de respiro), e testes de manipulação de volumes com diferentes formatos para observar e sentir quais seriam as melhores dimensões em termos ergonômicos (para segurar, ler). A partir disso, chegou-se à dimensão de 23cm x 23cm.

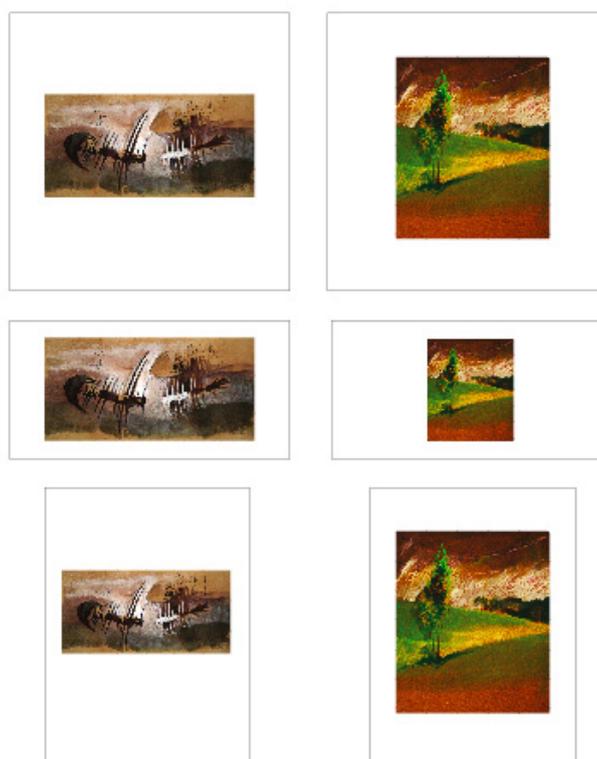


Figura 83 - Testes de *layout*

Fonte: Autora

A seguir, um quadro resumo (Quadro 10) ilustrando os quesitos mais relevantes que foram levados em consideração para a definição do formato.

| | |
|---|---|
| <p>Maior flexibilidade no <i>layout</i></p> | <p>Favorece tanto as imagens dispostas na vertical quanto na horizontal.</p> |
| <p>Valorizar a exposição das obras</p> | <p>Favorece tanto as imagens dispostas na vertical quanto na horizontal.</p> |
| <p>Dimensão prática de ser manuseada</p> | <p>Favorável na disposição do <i>layout</i> e na questão ergonômica (manipular, ler o livro).</p> |

Quadro 10 - Formato

Fonte: Autora

6.2.1.3 Cor

As imagens coloridas são um aspecto central para o livro de exposições no restaurante *La Pampa*. Por isso, é importante definir quais cores e escalas cromáticas se adequam melhor ao conceito e ao conteúdo do livro. Lembrando, novamente, que a ideia é que o projeto gráfico seja minimalista e limpo, não entrando em concorrência com as imagens, além de remeter aos pampas e às cores da identidade do restaurante *La Pampa*. Portanto, para este projeto, optou-se por uma paleta com o mínimo de cores possíveis, para privilegiar as imagens das obras, que são o foco do livro. As cores e escalas cromáticas podem servir para apresentar algum detalhe importante, tanto em relação ao restaurante em si, quanto às imagens do livro. Não devem tampouco interferir na legibilidade dos textos.

Determinados estes requisitos, o estudo de cores foi baseado em cores que remetessem tanto ao restaurante *La Pampa* (principalmente a sua identidade visual e a sua arquitetura local) quanto às obras lá expostas. É interessante notar que obras expostas lá sempre têm afinidade com o espaço, afinidade que se deve ao trabalho minucioso da curadora, que seleciona as obras que mais se assemelham ao espaço de exposições, para então tornar harmônica a relação entre as obras e o restaurante. Para então criar essa harmonia no livro, optou-se por uma proposta em que o livro contasse com uma única cor, mas que pudesse ser utilizada toda sua escala. Por exemplo, se a cor especificada for verde, essa será a única cor (além do preto e do branco que sempre farão parte do padrão cromático) utilizada no livro, podendo variar o tom para mais escuro ou claro. Essa proposta de utilizar uma única cor permite também a criação de uma coleção do livro, por exemplo em volumes anuais, cada qual utilizando uma cor que o diferencia dos demais.

A seguir, uma figura (Figura 84) representando as cores utilizadas no modelo.

| | | |
|---|---|--|
|  |  |  |
| C 0 | C 93 | C 0 |
| M 0 | M 29 | M 0 |
| Y 0 | Y 100 | Y 0 |
| K 100 | K 19 | K 0 |

Figura 84 - Padrão cromático do modelo

Fonte: Autora

Para possíveis coleções, pensou-se numa paleta de cores (além do preto e do branco) afim ao restaurante *La Pampa* (principalmente afim com a sua identidade visual e com a arquitetura local). Vale lembrar que a paleta pode sofrer alterações, visto que não se tem informações sobre as outras obras e artistas que futuramente estarão sendo expostos no restaurante. É uma paleta preliminar para visualizar principalmente a questão de ser afim ao restaurante.

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|--|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| C 56 | C 35 | C 21 | C 28 | C 18 | C 16 | C 19 | C 00 | C 07 |
| M 63 | M 89 | M 100 | M 77 | M 38 | M 25 | M 33 | M 18 | M 09 |
| Y 75 | Y 87 | Y 100 | Y 83 | Y 43 | Y 47 | Y 80 | Y 85 | Y 37 |
| K 77 | K 54 | K 15 | K 27 | K 6 | K 03 | K 07 | K 00 | K 00 |

Figura 85 - Padrão cromático para outras coleções

Fonte: Autora

6.2.1.4 Tipografia

Foi feito um levantamento de algumas famílias tipográficas que atendessem aos conceitos de flexibilidade, legibilidade, leiturabilidade, adaptabilidade, além de ser neutra, a fim de neutralizar qualquer predominância de estilo (tanto do restaurante como de um artista, por exemplo). As fontes mais adequadas ao conceito do projeto são aquelas com o traço simples e limpo, com boa legibilidade e boa leiturabilidade. Tendo em vista estas definições, a Figura 86 apresenta um estudo de fontes sem serifas para os textos do corpo do livro.



Figura 86 - Estudo de fontes sem serifa

Fonte: Autora

A partir desse estudo, fez-se a escolha da fonte a ser utilizada no livro: Myriad Pro. A escolha se baseia no fato de que ela atende aos requisitos mencionados anteriormente, possui uma versão especial para web que funciona bem na tela, o que permite a utilização da mesma fonte nos suportes impresso e digital (atendendo, então, à questão de flexibilidade e adaptabilidade entre os dois suportes - palavras chaves do conceito do projeto). Além disso, a fonte possui um kerning equilibrado, que conduz a um resultado elegante sem a necessidade de correções, bom espaçamento entre as letras etc. A seguir, a representação da fonte escolhida (Myriad Pro) no tamanho 12pt:

Myriad Pro Regular 12pt
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z
The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Importante salientar que além das características já mencionadas, essa fonte apresenta uma variedade significativa (regular, itálico, semibold, semibold itálico, negrito, negrito itálico, condensada, condensada itálico, negrito condensando, negrito condensando itálico). Para esse projeto, além da regular para os textos, foi utilizada semibold

para os títulos e em alguns casos itálico para palavras estrangeiras.

Myriad Pro Itálico 12pt

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Myriad Pro Negrito 12pt

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

As figuras a seguir ilustram a aplicação da fonte e detalham a entrelinha utilizada em cada caso e a porcentagem de CMYK.

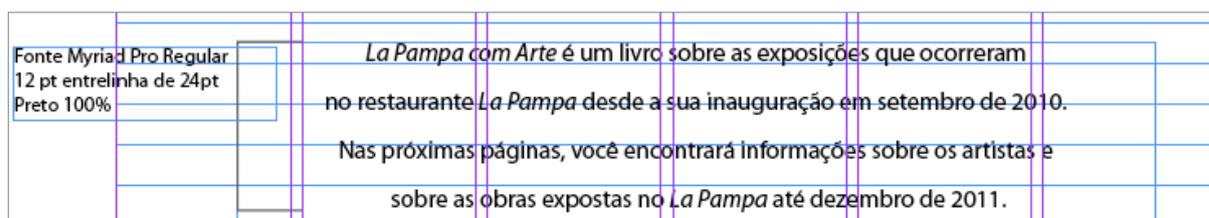


Figura 87 - Aplicação da fonte nas páginas do editorial e de apresentação do *La Pampa*

Fonte: Autora

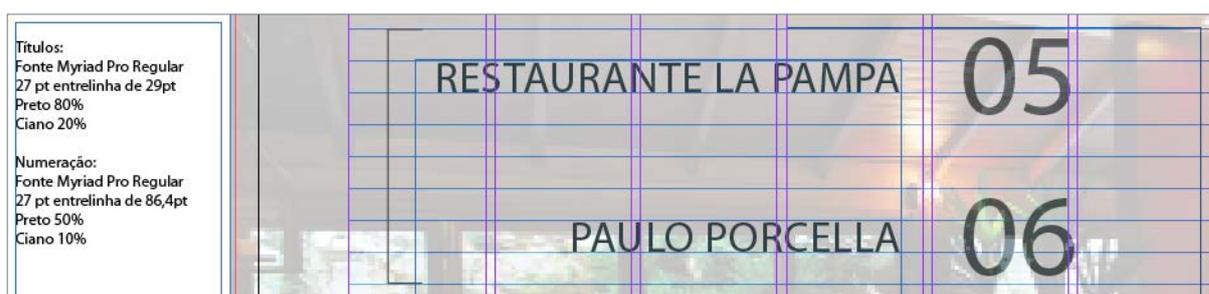
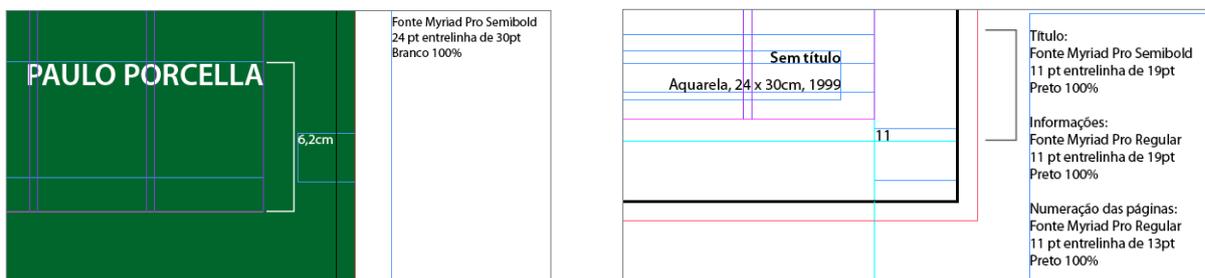


Figura 88 - Aplicação da fonte no sumário do livro

Fonte: Autora



Figuras 89 e 90 - Aplicação da fonte na página capa do artista e em legendas das obras

Fonte: Autora

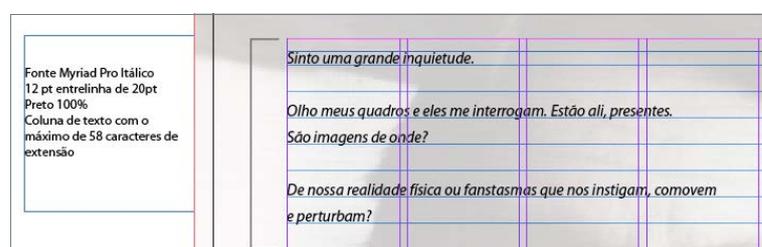


Figura 91 - Aplicação da fonte na página do artista

Fonte: Autora

6.2.1.5 Estrutura geral do livro impresso

No subcapítulo 5.1.1 Estrutura do livro, foram abordados os elementos fundamentais da estrutura de um livro. A partir disso, determinou-se a estrutura geral do projeto que será composto de:

- I. Capa (Ilustrativa; Título do livro)
- II. Lombada (Ilustrativa; Título do livro)
- III. Guarda (Papel em branco mais pesado colado no verso da capa dura)
- IV. Folha de Rosto (Título do livro)
- V. Apresentação (Editorial)
- VI. Sumário (Conteúdo do livro - Nomes dos artistas)
- VII. Corpo

a. Apresentação do restaurante *La Pampa*: surgimento do restaurante no mercado gastronômico, descrição do restaurante, endereço, como também comunicar sobre a relação do restaurante com a arte.

b. Perfis dos artistas: nestas páginas é apresentado o perfil de cada artista que expôs no restaurante *La Pampa* no período coberto por um determinado volume da coleção. Primeiramente há uma página - sangrada com uma cor do padrão cromático - com o nome do artista, que demarca uma nova seção do livro e, portanto, delimita e destaca cada artista, para melhor localização de cada um no livro. Após essa página introdutória, há um breve texto do ou sobre o artista, acompanhado com uma foto do artista. Por fim, os trabalhos do artista expostos no restaurante são reproduzidos nas páginas seguintes. Cada imagem possui uma legenda com informações técnicas da obra (nome da obra, técnica utilizada, dimensão e data de criação);

VIII. Final (Informações para contato)

IX. Contra-capa (Ilustrativa; Logotipo do La Pampa; Código de barras e número ISBN)

Importante também acrescentar que, por se tratar de um material referente ao restaurante *La Pampa*, com o objetivo de divulgar as obras já expostas no restaurante, não deverão ser inseridas páginas comerciais, nem editoriais patrocinados. Poderá ser inserida alguma peça comercial somente na contracapa da publicação, desde que referente ao patrocínio de indústria gráfica ou outras entidades significativa que por ventura venham a patrocinar o livro (e as outras edições que forem criadas).

6.2.1.6 Mancha e Layout

Uma escolha adequada de *grid* e organização hierárquica das informações é decisiva para um bom resultado visual. Seguindo o conceito atribuído anteriormente, o *layout* deve ser minimalista e versátil. As páginas principais do livro são aquelas onde se encontram as obras, de modo que deve constar um espaço maior para dispor cada imagem, de modo que se destaque visualmente sobre a página. Por isso, é importante que ela esteja em uma posição central na página, não necessariamente no centro geométrico mas nunca próxima de alguma margem, por exemplo. Além da imagem, cada página desse tipo deve conter uma explicação (legenda) próximo da imagem. Seguindo a hierarquia de informações, as instruções para elaboração da técnica devem permanecer em um bloco único, e não é necessário que estejam em lugar de destaque, mas que o leitor as encontre quando necessitá-las.

Para a criação do *layout*, partiu-se primeiramente para a definição do centro óptico da página (Figura 92).

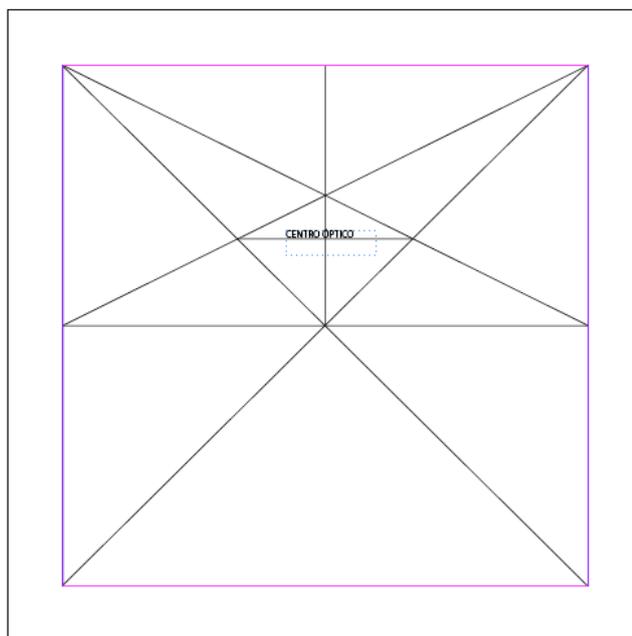


Figura 92 - Definição do centro óptico da página (23 x 23cm)

Fonte: Autora

Definido o centro óptico, partiu-se para a criação do grid. Foi criado um *baseline grid* - *grid* de base - começando pela margem da base (a 2cm do início da folha), com 6 colunas e 2 mm de *gutter* (intervalo/calha de coluna).

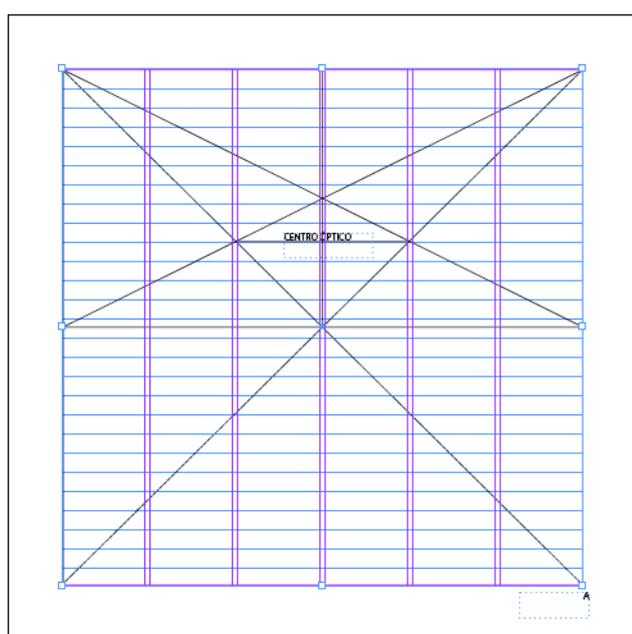


Figura 93 - Construção do *grid*

Fonte: Autora

A numeração das páginas se encontra na parte inferior da página (direita - frente, esquerda - verso) e está representada pela letra A na Figura 93.

A seguir, algumas figuras para ilustrar o processo de criação dos *layouts* do miolo do modelo do livro.

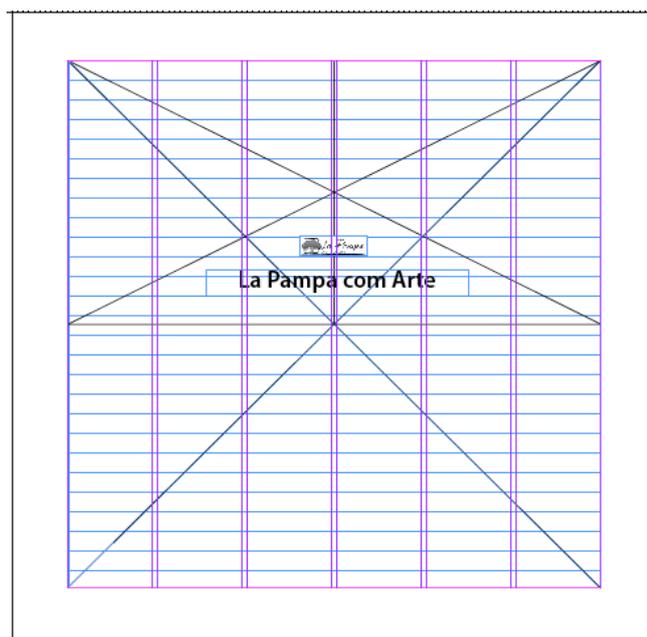


Figura 94 - Construção do *layout* - Folha de rosto

Fonte: Autora

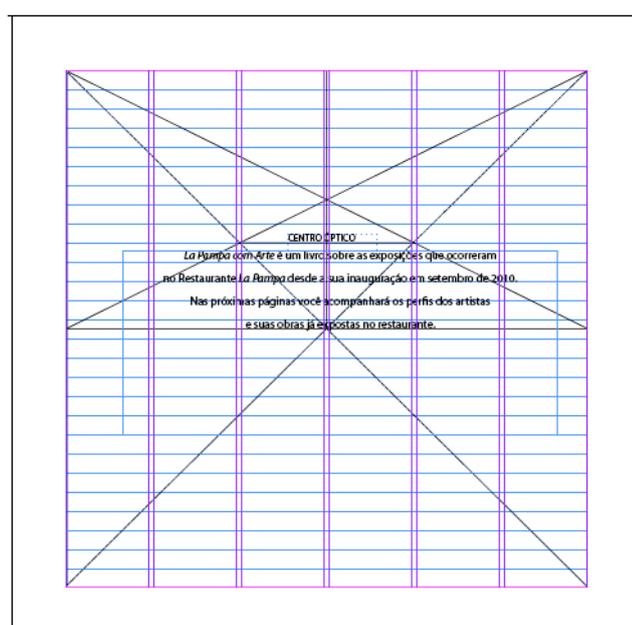


Figura 95 - Construção do *layout* - Apresentação (Editorial)

Fonte: Autora

| | | | |
|----------------------|----|-----------|-----|
| RESTAURANTE LA PAMPA | 05 | ARTISTA E | 78 |
| PAULO PORCELLA | 06 | ARTISTA F | 93 |
| ARTISTA B | 33 | ARTISTA X | 108 |
| ARTISTA C | 48 | ARTISTA Y | 123 |
| ARTISTA D | 63 | ARTISTA Z | 138 |

Figura 96 - Construção do *layout* - Sumário

Fonte: Autora

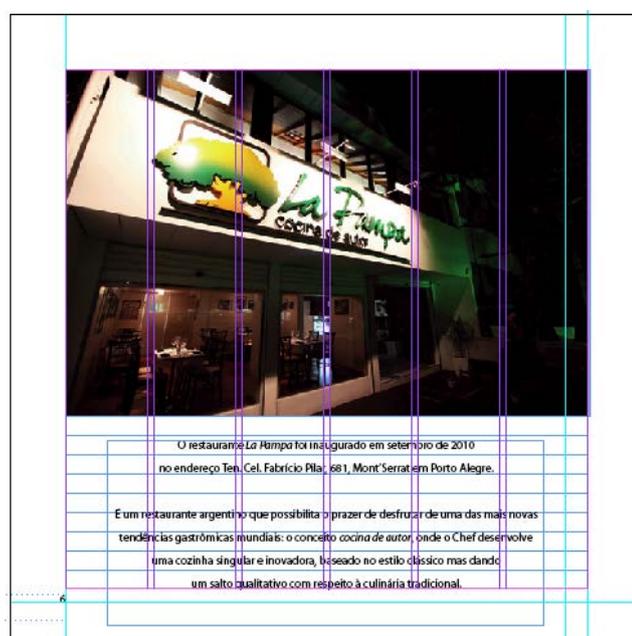


Figura 97 - Construção do *layout* - Apresentação do restaurante

Fonte: Autora



Figura 98 - Construção do *layout* - Capa Artista

Fonte: Autora

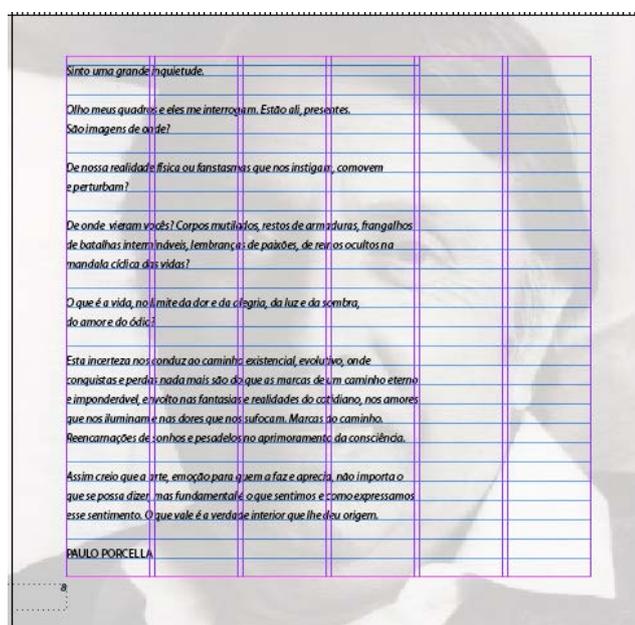


Figura 99 - Construção do *layout* - Perfil do artista

Fonte: Autora



Figura 100 - Construção do *layout* - reprodução da obra
Fonte: Autora

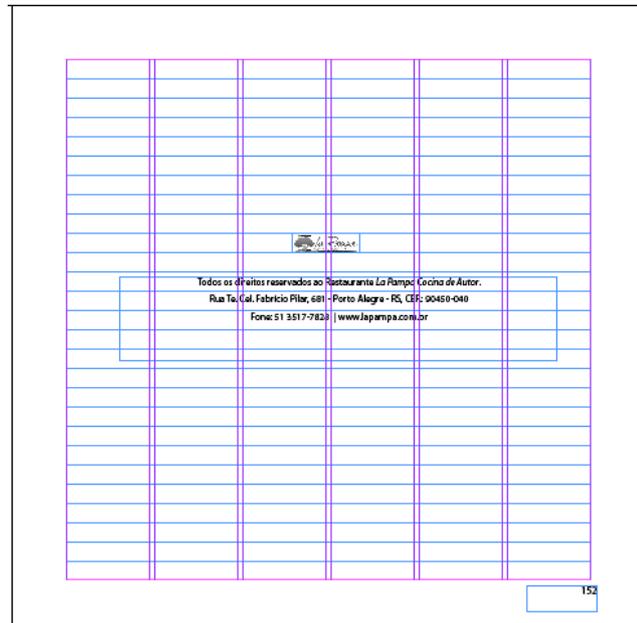


Figura 101 - Construção do *layout* - Página final
Fonte: Autora

A seguir, algumas figuras para ilustrar as manchas gráficas para as páginas introdutórias do livro.

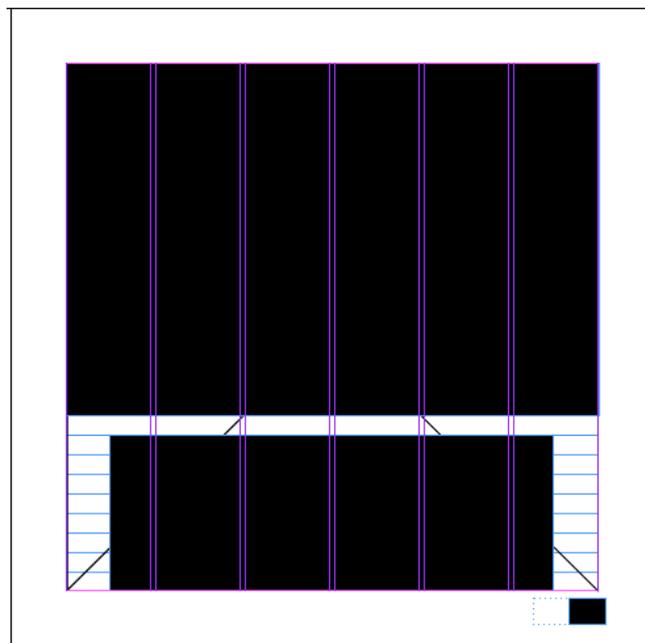


Figura 102¹³ - Mancha gráfica - Apresentação do restaurante *La Pampa*
Fonte: Autora

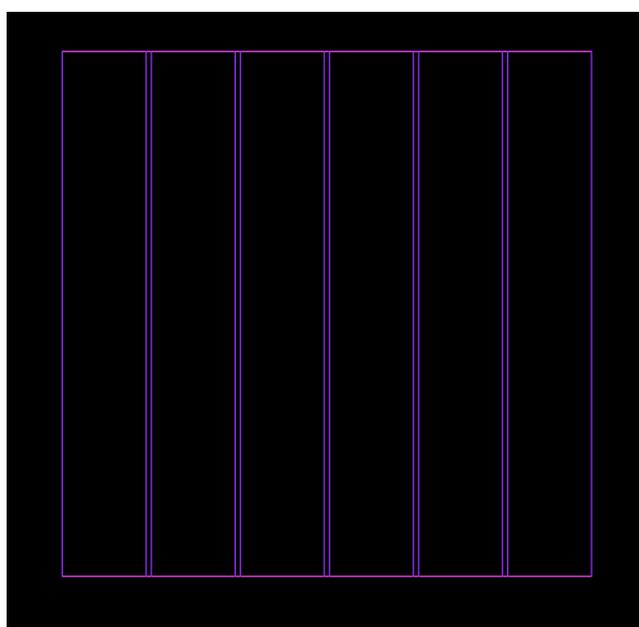


Figura 103 - Mancha gráfica - Sumário | Perfil do artista: capa e apresentação do artista
Fonte: Autora

13 A numeração das páginas para as páginas de verso encontra-se à esquerda, seguindo o mesmo padrão da numeração das páginas de frente - à direita, que é ilustrada nas figuras das manchas gráficas.

A seguir, algumas figuras para ilustrar as possíveis manchas gráficas para as páginas destinadas às obras dos artistas.

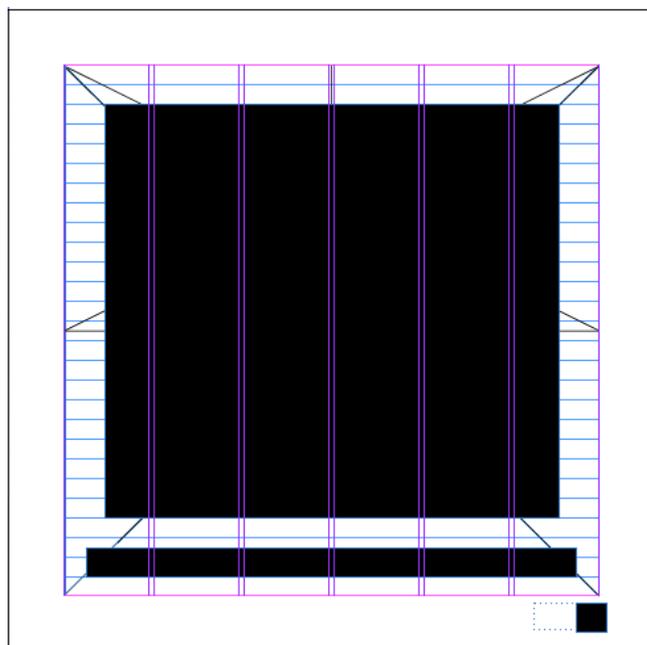


Figura 104 - Mancha gráfica

Fonte: Autora

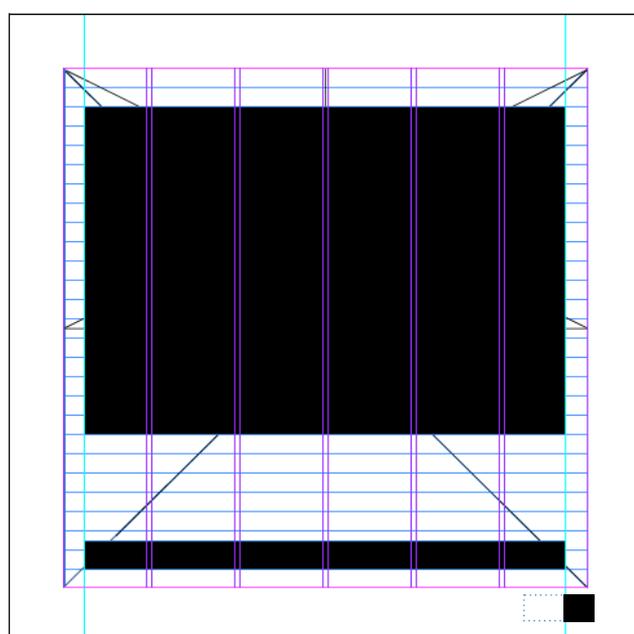


Figura 105 - Mancha gráfica 2

Fonte: Autora

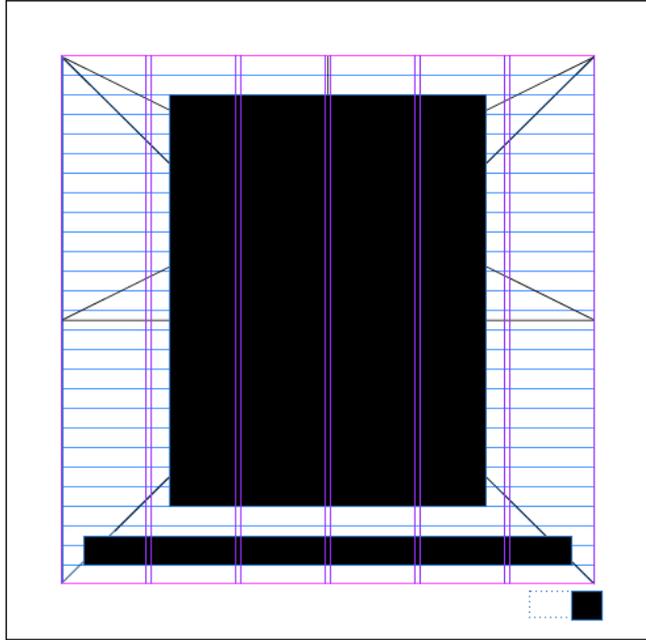


Figura 106 - Mancha gráfica 3

Fonte: Autora

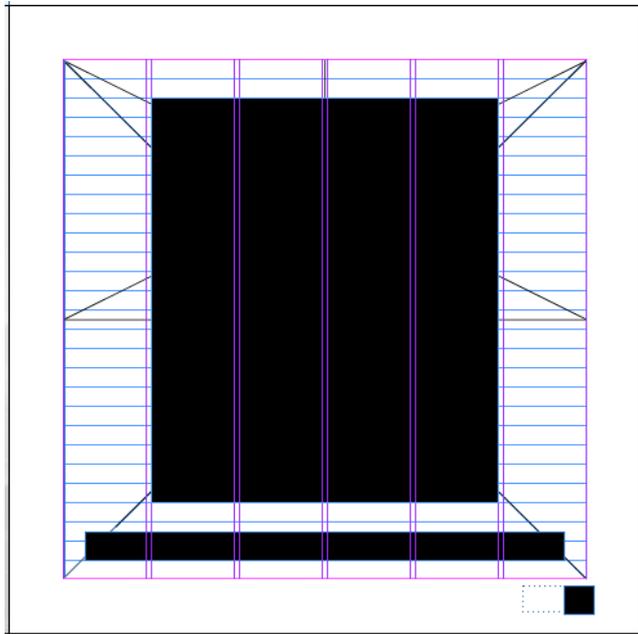


Figura 107 - Mancha gráfica 4

Fonte: Autora

A seguir, as Figuras 108 e 109 que ilustram a aplicação da mancha gráfica (construção do *layout*) nas páginas de reprodução das obras.

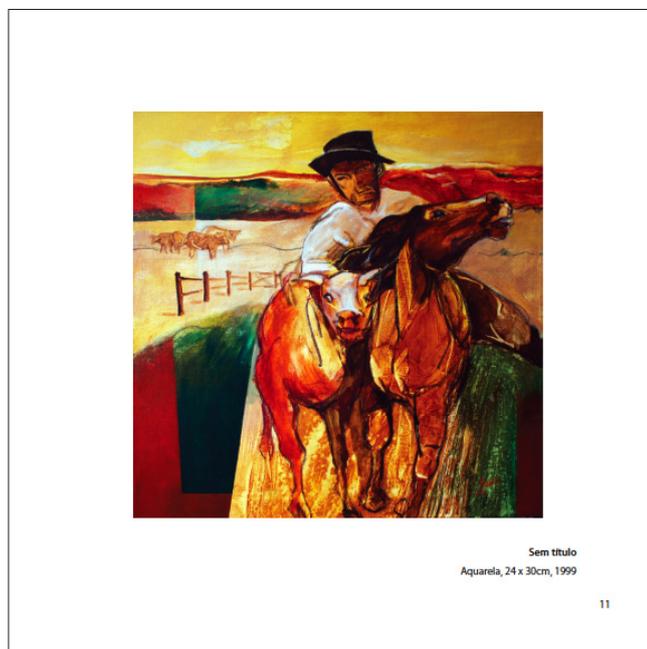


Figura 108 - Construção do *layout* - Capa

Fonte: Autora

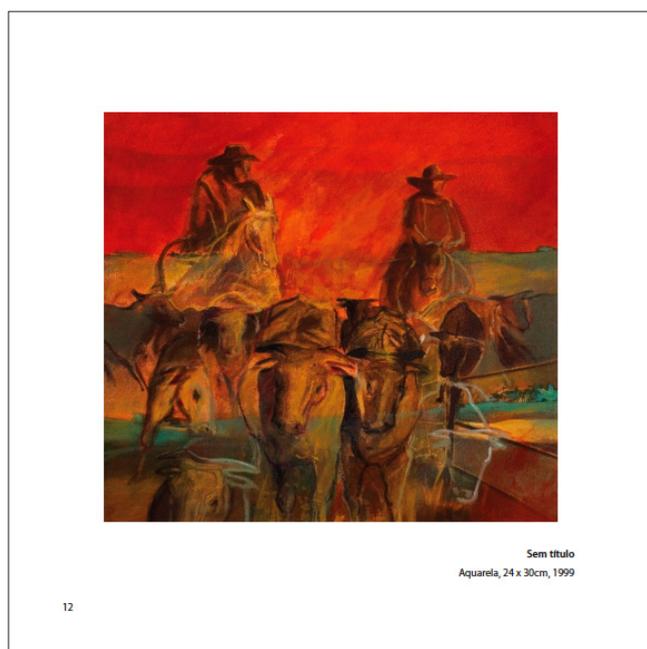


Figura 109 - Construção do *layout* - Quarta capa

Fonte: Autora

A seguir, as figuras 110 e 111 ilustram o *layout* respectivamente da capa e da quarta capa do livro.

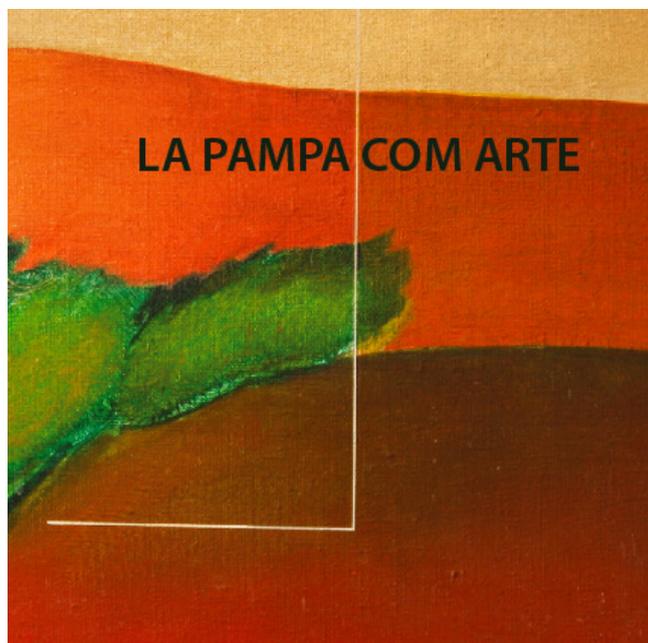


Figura 110 - *Layout* - Capa
Fonte: Autora



Figura 111 - *Layout* - Quarta capa
Fonte: Autora

A seguir, a planificação da capa além do seu desenho técnico com cotas e especificações gerais (tipografia utilizada).

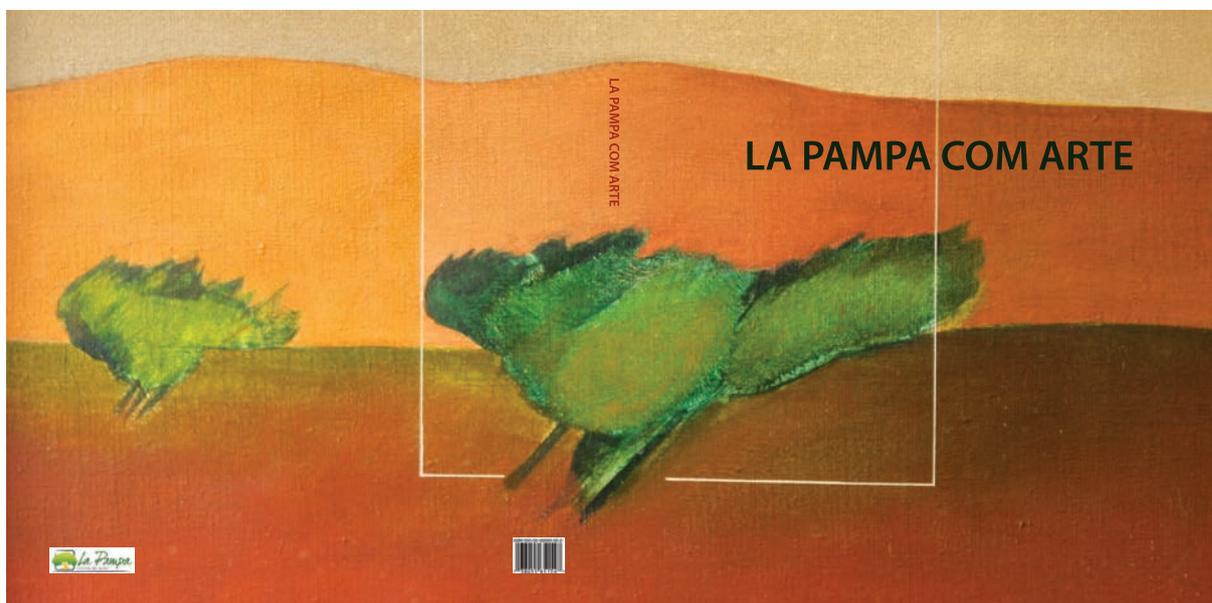


Figura 112 - Capa planificada

Fonte: Autora

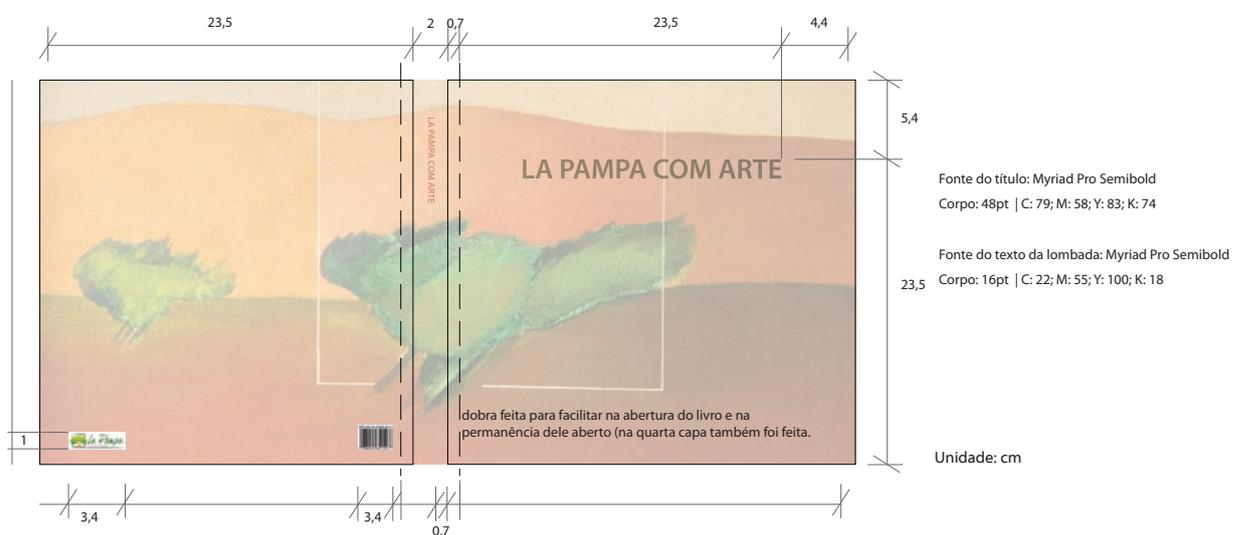


Figura 113 - Desenho técnico - Capa planificada

Fonte: Autora

A imagem escolhida para a capa (e quarta capa) é de uma obra do artista Paulo Porcella.

6.2.1.7 Produção Gráfica

A escolha do método de impressão, como verificado na pesquisa bibliográfica, depende da tiragem produzida. Para a impressão de poucos modelos parciais do livro, apenas para verificação gráfica (boneco), não com o intuito comercial, a impressão utilizada foi a digital. Para o modelo parcial, a questão de custo foi levada em consideração: por ser apenas poucos modelos a serem impressos, não seria viável fazer em *offset*. Já posteriormente para a tiragem definida para o projeto (500 exemplares), a impressão em *offset* se torna a melhor opção.

6.2.1.7.1 Acabamentos

Nesse subcapítulo serão descritos os acabamentos feitos para o modelo parcial do livro.

6.2.1.7.2 Encadernação

Uma das questões envolvidas na encadernação foi da facilidade para abrir o livro, podendo até mesmo ficar aberto sem ter de segurá-lo. Contatou-se com a gráfica que imprimiu o miolo do modelo para encontrar a melhor forma de tornar isso possível. A capa então foi impressa no papel *presentation* 150g/m² e foi aplicada sobre um papelão de 2mm. O acabamento foi de costura e cola no miolo, as guardas do livro foram coladas no verso da capa dura e no miolo (1cm utilizados na colagem no miolo).

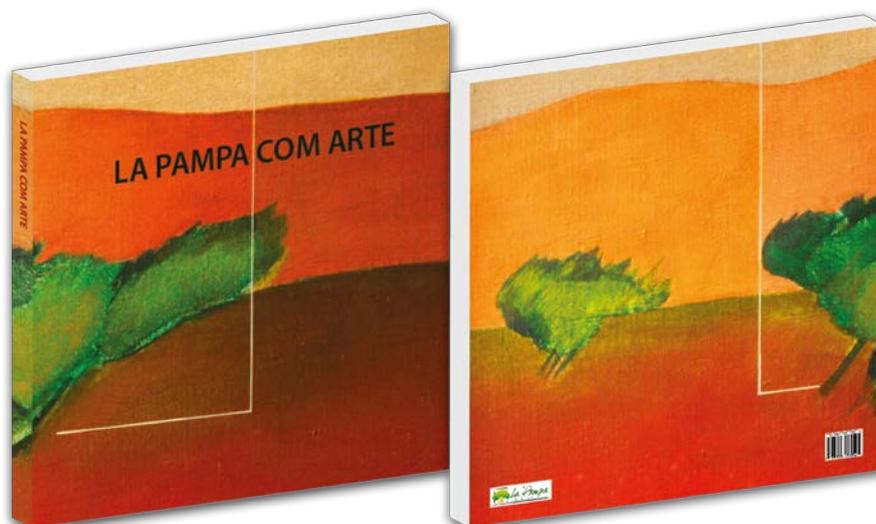


Figura 114 - Livro - Capa & Quarta capa

Fonte: Autora

6.2.2 Modelo parcial de livro de exposições no *La Pampa* - suporte digital

Neste subcapítulo serão definidos os elementos utilizados para a criação do livro no suporte digital.

No caso do suporte digital, o objetivo principal é explorar elementos que não sejam possíveis de colocar no impresso, tais como poder apresentar uma maior quantidade de obras, uma vez que não há restrição de volume ou custo de material (papel, tinta etc.), explorar as possibilidades do uso do som, imagens em movimento, apresentação de peças tridimensionais como modelos interativos, fotos panorâmicas, simulações de movimentos em imagens (se coerente com a obra), permitir zoom para observação de detalhes das imagens etc. Para exemplificar essas possibilidades, este projeto de modelo utilizou basicamente três recursos: um vídeo, com uma entrevista do artista no próprio atelier, um modelo de uma peça em cerâmica foi modelada - uma obra que não estava exposta no restaurante, mas que faz parte do repertório de obras feitas por esse artista e a possibilidade de zoom para observação de detalhes das imagens. Esses casos reforçam a viabilidade, adaptabilidade em relação ao suporte digital: a ideia, portanto, é aproveitar os recursos que são inviáveis de serem reproduzidos no suporte impresso.

Em relação às características de aquisição desse livro digital, é um livro que o leitor poderá baixar para o dispositivo de leitura (*tablet*, por exemplo) e ler sem estar *online*. Na compra do livro impresso, o comprador adquire uma senha para fazer o *download* de graça do livro em suporte digital. É possível também apenas o leitor adquirir o livro digital, que será disponibilizado para compra no próprio site do restaurante. O leitor poderá então fazer o *download* para um leitor digital (*Desktop e Tablet*) e ler sem estar *online*, proporcionando uma mobilidade e independência. Vale acrescentar que o livro não foi projetado para *smartphones*, visto que a tela é muito pequena para ter uma boa visualização das imagens e como o livro é predominantemente visual (praticamente só imagens), optou-se por restringir a esses dois tipos de leitores: *desktops* e os *tablets*.

O modelo apresentado neste trabalho não representa uma implementação completa, ou seja, não é um protótipo, ou um modelo funcional. É um modelo parcial, que ilustra as características do projeto editorial do livro digital, a ser visualizado em *desktop* e *tablet*.

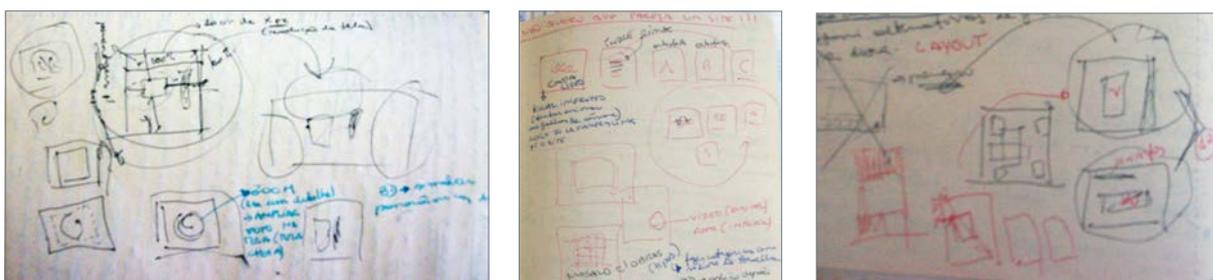
6.2.2.1 *Mancha gráfica e Layout*

A identidade visual no suporte digital segue a mesma linha que a do suporte impresso. Isso se confirma principalmente no padrão cromático e na tipografia do projeto. Nos dois casos, são utilizados o mesmo padrão cromático e a mesma tipografia, porém há uma adequação para cada suporte, já que no suporte impresso as cores são representadas em CMYK, enquanto que no suporte digital elas são formuladas em RGB. A tipografia permanece a mesma (Myriad Pro), porém para cada suporte há uma adequação (que já está disponível para essa fonte) para seguir as configurações que propiciem uma melhor legibilidade e leitura.

O *layout* da versão digital também é simples e limpo, como o do impresso. A simplicidade está no sentido de “menos é mais”, ou seja, embora o espaço da tela aceite a apresentação de muitas informações, quanto menos poluição visual houver, melhor e maior será a visualização do que se realmente importa, que são os trabalhos dos artistas. O mais importante nesse projeto é a reprodução das imagens dos trabalhos deles, que deve ser o máximo possível fiel à realidade (levando-se em consideração de que a total fidelidade é impossível, visto que é uma reprodução de uma realidade). Esse é um desafio para a apresentação das imagens em telas luminosas, como as dos *tablets* para as quais o livro digital também foi projetado. Para minimizar esse problema, deve-se baixar a intensidade do brilho ao redor dos trabalhos apresentados (a escolha adequada de uma cor de fundo ajuda nesse sentido).

Em relação ao formato, também será quadrado, com um fundo branco para não interferir na reprodução das imagens e seguir um padrão para todos os dispositivos onde o livro porventura possa ser lido (*desktop* e *tablets*). Dependendo da resolução e das proporções da tela, o fundo branco poderá ser um pouco maior ou menor. A área da página aumenta ou diminui conforme as possibilidades de cada tela, utilizando o maior espaço possível sem comprometer o *layout* original.

As figuras 118 e 119 demonstram os *grids* padrões para o suporte digital no sentido horizontal (para *desktops* e *tablets* no sentido paisagem) e vertical (para *tablets* no sentido retrato) respectivamente. O *layout* segue o mesmo padrão em relação ao suporte impresso: mancha gráfica quadrada centralizada. A seguir, algumas figuras ilustrando os primeiros rascunhos de construção do *layout*.



Figuras 115, 116 e 117 - Projeção das interfaces

Fonte: Autora

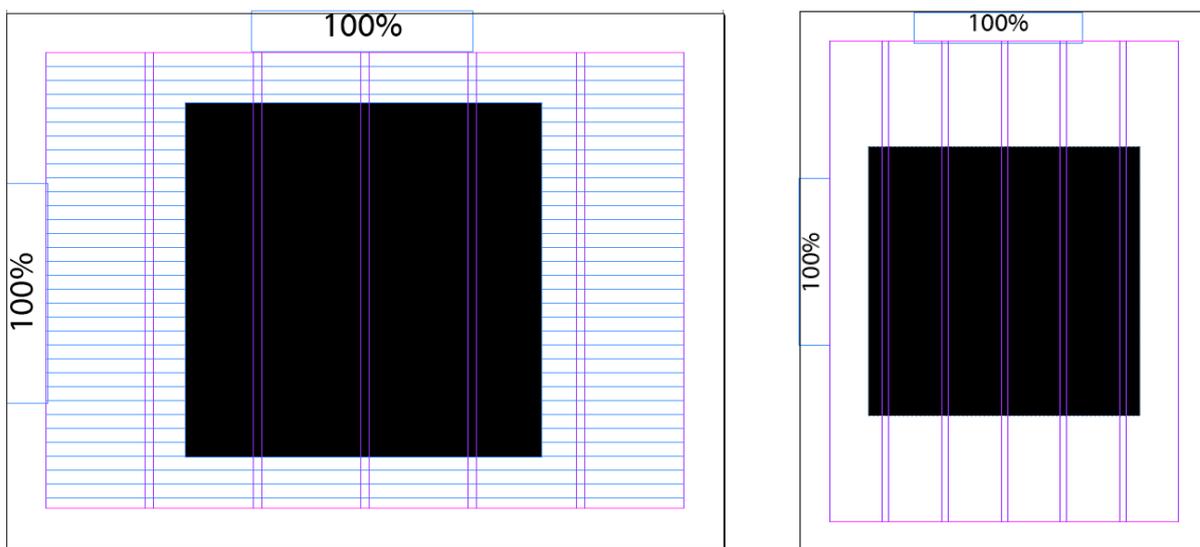
O *grid* usado segue a mesma ideia do impresso. Foi criado um *baseline grid* - *grid* de base com 6 colunas e 2 mm de *gutter* (intervalo/calha de coluna).



Figuras 118 e 119 - *Grid* - versão horizontal e vertical

Fonte: Autora

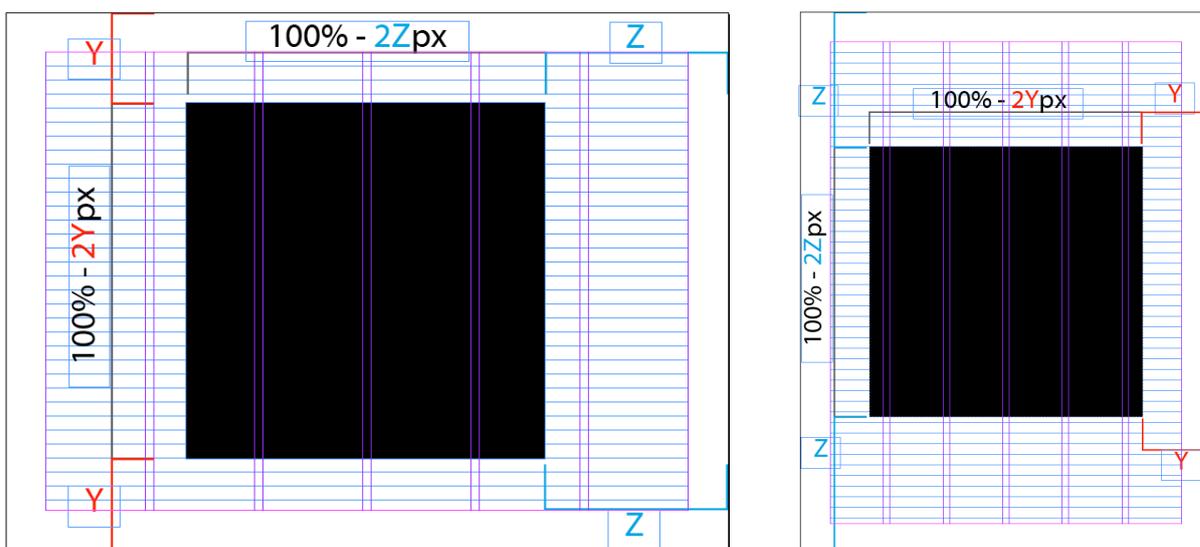
As figuras 120 e 121 demonstram a disposição da mancha gráfica na área total (100%) da tela. Para o projeto, usou-se como parâmetro as resolução de tela de 1024 x 768 (horizontal) e 768 x 1024 (vertical). Vale lembrar que com o uso do zoom, a mancha gráfica acaba sendo alterada (para menos, ou para mais).



Figuras 120 e 121 - Mancha gráfica na tela - sentido horizontal e vertical

Fonte: Autora

As figuras 122 e 123 demonstram as dimensões das manchas gráficas que são 100% (1024px) - 2Zpx por 100% (768px) - 2Ypx para a versão horizontal e 100% (768px) - 2Ypx por 100% (1024px) - 2Zpx para a versão vertical. As unidades utilizadas são pixels (px).



Figuras 122 e 123 - Mancha gráfica e suas dimensões - sentido horizontal e vertical

Fonte: Autora

A seguir, as figuras 124 e 125 ilustram a aplicação da mancha gráfica (construção do *layout*) nas páginas de reprodução das obras.

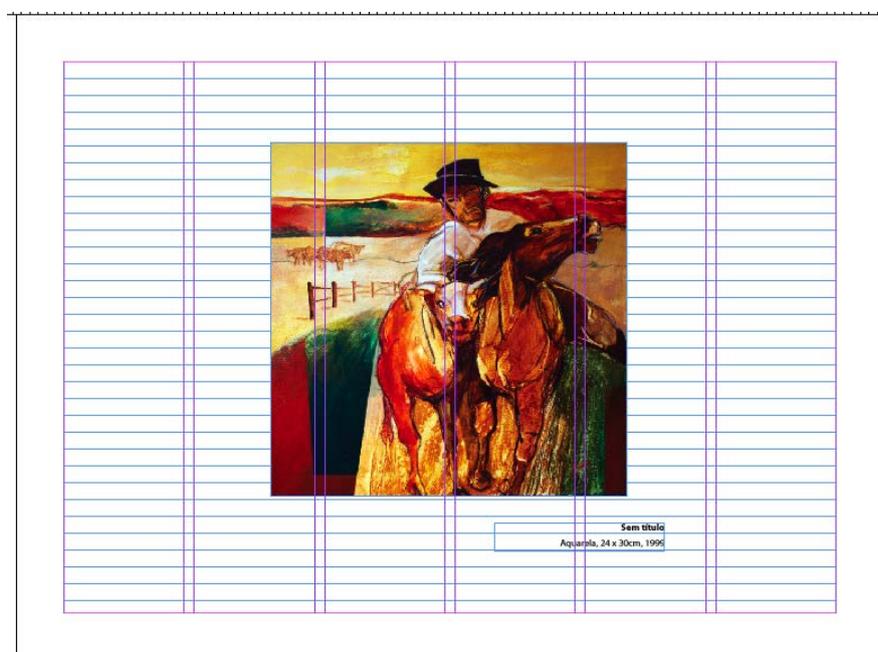


Figura 124 - Construção do *layout* horizontal - reprodução das obras

Fonte: Autora

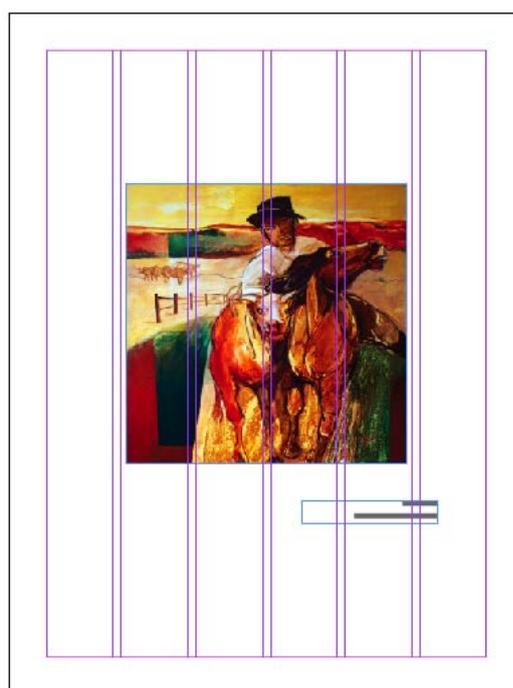
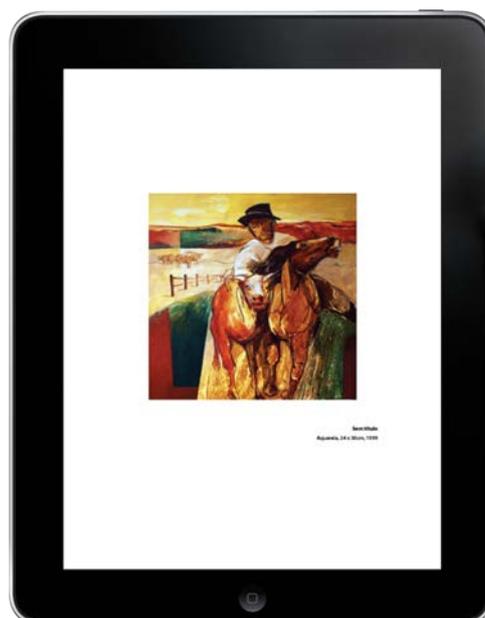
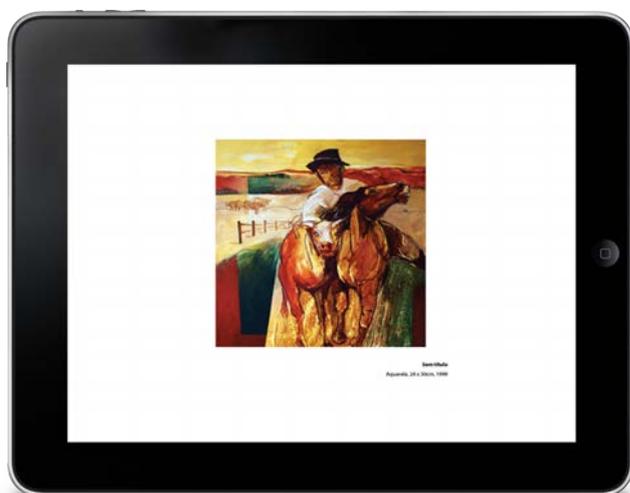


Figura 125 - Construção do *layout* vertical - reprodução das obras

Fonte: Autora



Figuras 126 e 127 - Reprodução das obras, sentido paisagem/ retrato no *iPad (tablet)*

Fonte: Autora

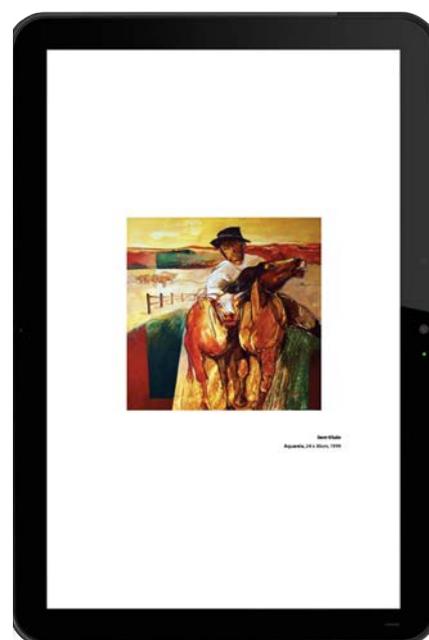
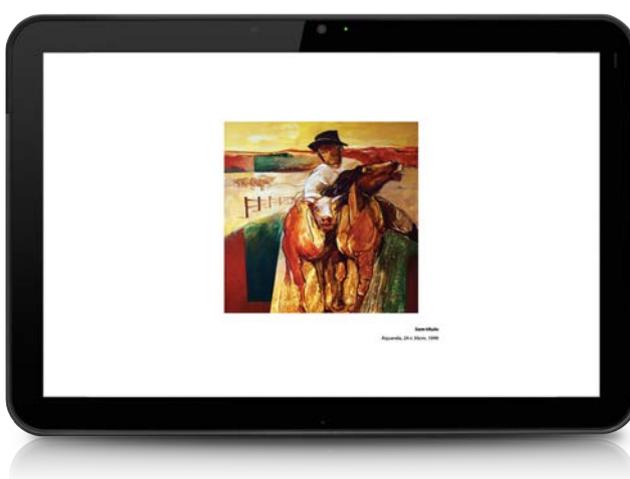


Figura 128 e 129 - Reprodução das obras, sentido paisagem/ retrato no *Motorola XOOM (tablet)*

Fonte: Autora



Figura 130 - Reprodução das obras, sentido paisagem em *desktop* - monitor *SonyBravia*

Fonte: Autora

6.2.2.2 Interface

Para a criação da interface, levou-se em consideração a base teórica vista anteriormente neste trabalho (subcapítulo 5.2.2.2).

Antes de mais nada, é importante perceber que não se trata de um design de interface de *software*, ou de *website*, mas de um livro: um projeto editorial digital. Para isso, procurou-se projetar uma interface intuitiva e que pudesse funcionar tanto no sentido paisagem quanto no retrato. Por isso o *layout* do livro no suporte digital foi projetado no centro da tela (dos *desktops* e *tablets*), permitindo sincronizar com a disposição da tela (no caso dos *tablets*, em que há a possibilidade de manipular o dispositivo nos dois sentidos - paisagem e retrato, proporcionando a mudança de direção do *layout*) e para se adaptar a qualquer tipo de resolução (tanto das telas dos monitores, quanto dos *tablets*). Essa característica remete principalmente a duas palavras-chaves do projeto que são flexibilidade e adaptabilidade.

Para auxiliar na disposição do *layout* na tela, criou-se a interface pensando numa tela com dimensões 1024 x 768 (resolução de tela mais comum), tanto no sentido

paisagem, quanto no retrato.

Em relação à navegação, o objetivo é ser simples e minimalista (dois outros conceitos chaves deste projeto). Ou seja, é uma interface que possui direção e fluidez, sendo possível o entendimento de maneira intuitiva e rápida, pois é limpa, com poucos elementos.

O foco do livro no suporte digital está, como no suporte impresso, na reprodução das imagens, então, quanto menos elementos (botões, *links* etc.) que possam atrapalhar na navegação do leitor, mais eficaz será a interface. Isso torna a navegação mais fluída e versátil.

No suporte digital se pode explorar outros elementos (som, animação, zoom etc.), o que tornou necessário projetar algumas telas diferentes (o sumário e página de apresentação do artista) diferentes em relação ao suporte impresso. Além disso, enquanto no impresso a quantidade de obras reproduzidas foi reduzida (apenas as obras expostas no *La Pampa* foram reproduzidas), no suporte digital pôde-se colocar muitas obras já feitas pelo artista (potencialmente, todas). Para isso, criou-se uma tela exclusiva para cada artista, que faz as vezes da página de abertura de cada um no livro impresso. Nessa tela, é possível navegar por todos os tipos de técnicas exploradas pelo artistas, assim como clicar em botões que levam para depoimentos, para vídeos por exemplo.

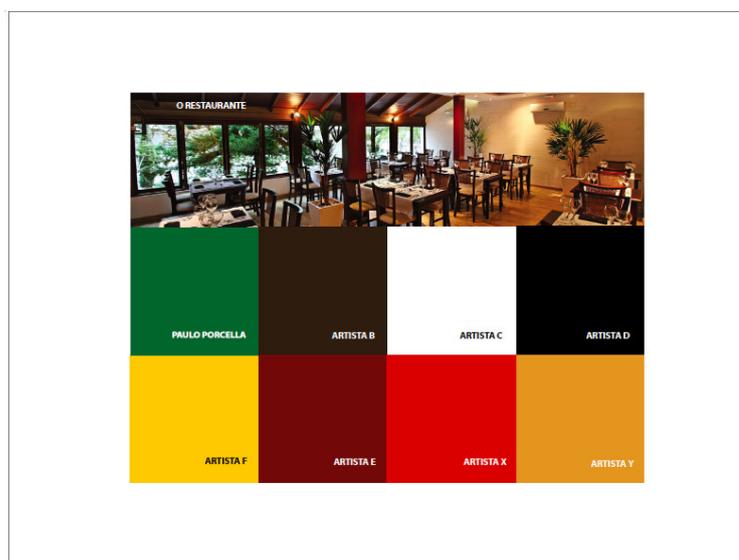


Figura 131 - Tela sumário

Fonte: Autora

Na figura anterior (Figura 131) observa-se que cada quadrado colorido (botão) se refere a um artista que expôs no *La Pampa* no período. Cada botão é clicável, direcionando o leitor para a página do artista selecionado. O botão tem uma animação (*rollover*, ou seja, com o movimento do mouse sobre ele, a cor muda para uma foto do artista) que pode ser visualizada comparando a figura 131 com a figura 132. No topo há um botão maior com uma fotografia do restaurante, onde o leitor pode clicar e ser direcionado para a tela de apresentação do restaurante.

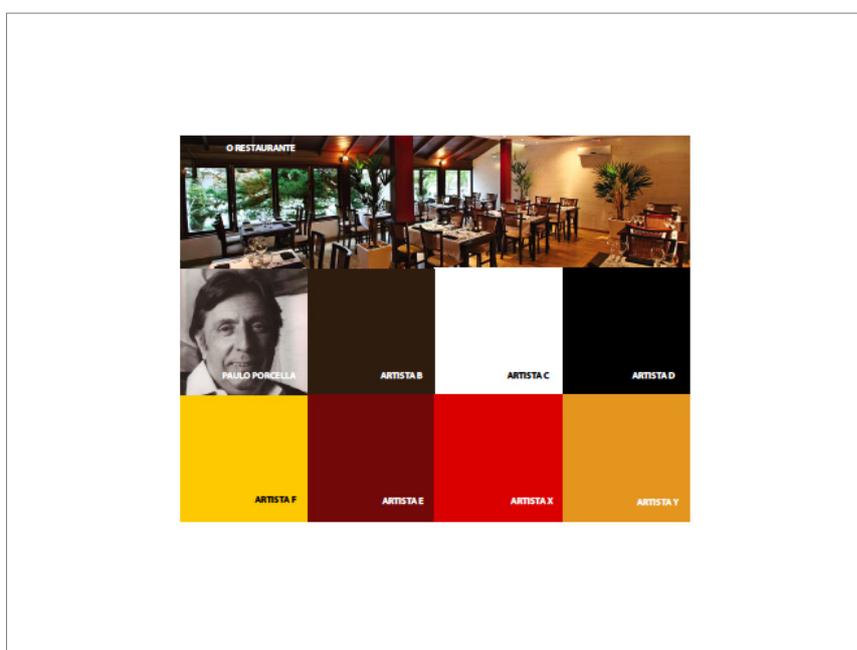


Figura 132 - Tela sumário - animação *rollover* (cor trocada pela foto do artista)

Fonte: Autora

A seguir são mostradas duas figuras (Figura 133 e 134) que ilustram a tela de apresentação do artista. Essa tela segue a mesma identidade visual do sumário (botões quadrados dispostos no centro da tela). Cada botão é clicável e direciona para a tela correspondente ao título do botão. Na tela há os botões de biografia do artista, a exposição no *La Pampa*, as técnicas que o artista trabalha separadas, depoimentos e vídeos. Os botões também possuem animações (*rollover*, onde a opacidade do botão aumenta quando se passa o mouse sobre o botão).

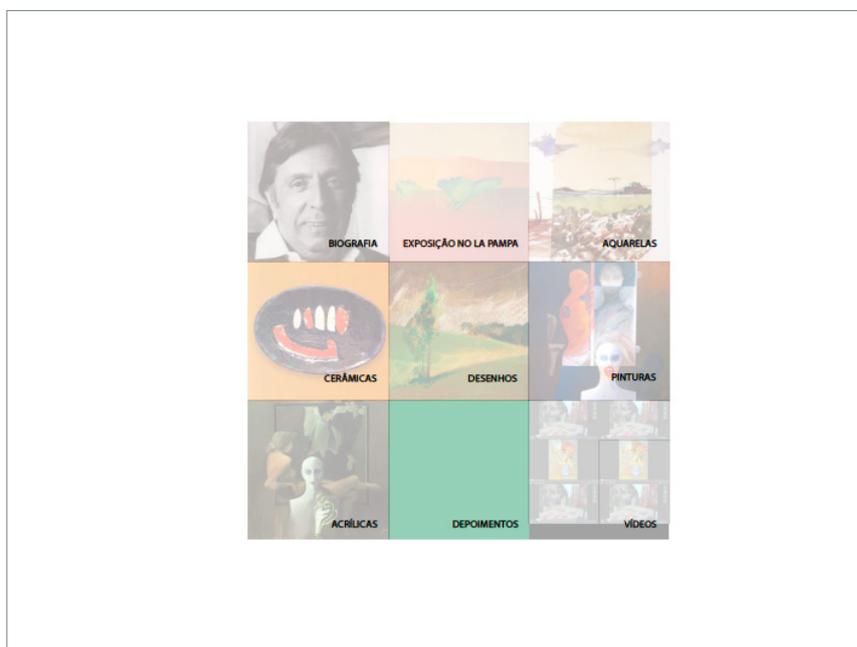


Figura 133 - Tela apresentação do artista

Fonte: Autora

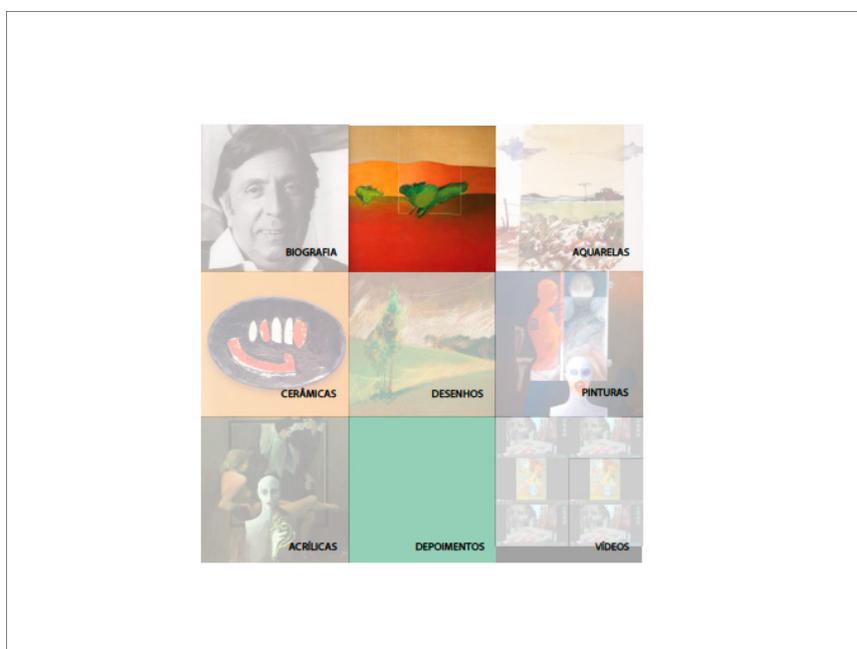


Figura 134 - Tela apresentação do artista - animação *rollover* (opacidade torna-se 100%)

Fonte: Autora

Outro elemento explorado na tela foi permitir zoom para observação de detalhes das imagens. Assim que o leitor passa o mouse sobre a imagem da obra, ela aumenta podendo chegar a um zoom de 800%.

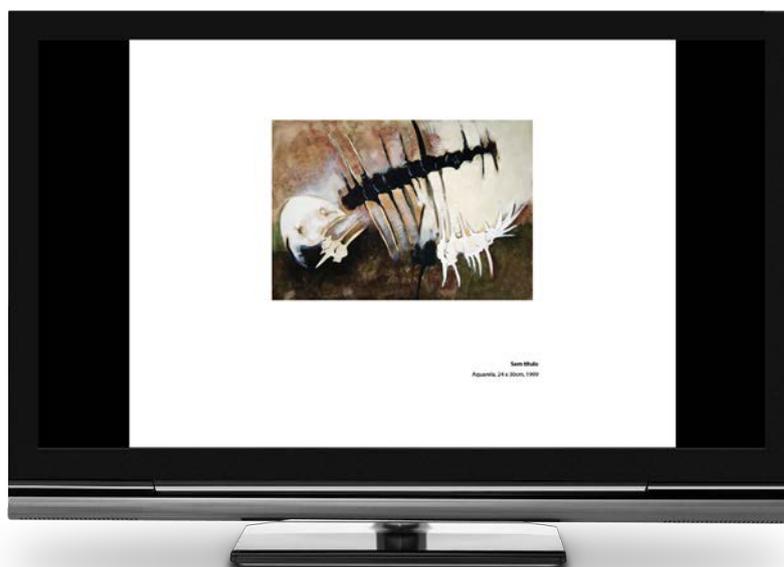


Figura 135 - Tela no *desktop* 100% - zoom zero

Fonte: Autora



Figura 136 - Tela no *desktop* - zoom 800%

Fonte: Autora

As figuras a seguir ilustram as telas dos vídeos: na primeira figura há a simulação de uma galeria de vídeos do artista e na outra figura há a simulação quando se clica no vídeo para assisti-lo.

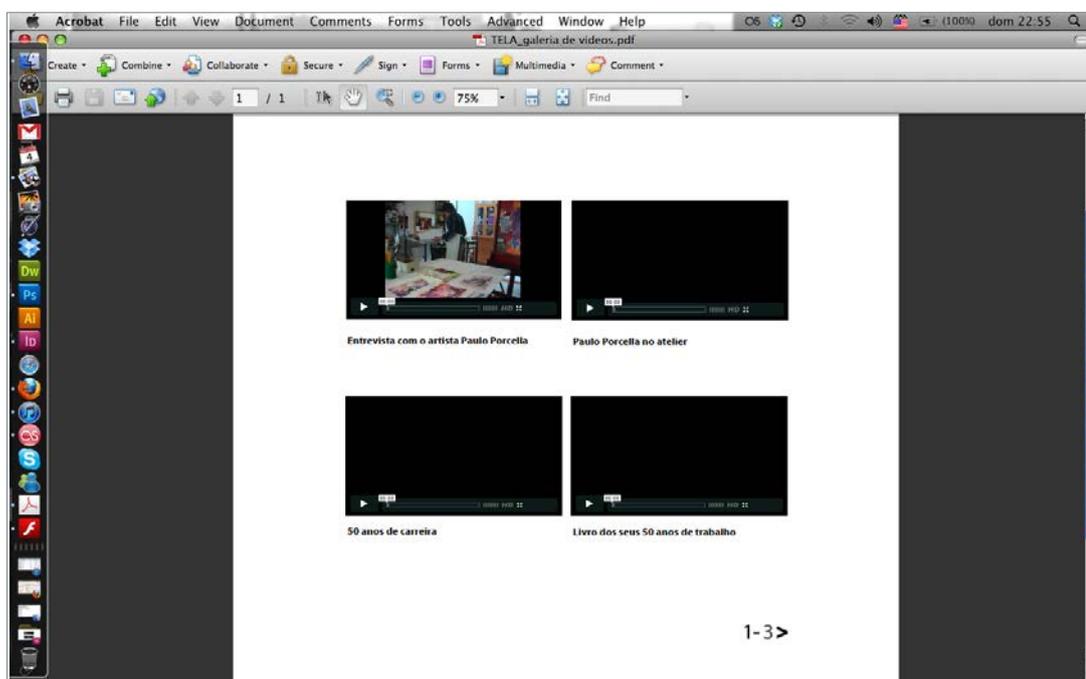


Figura 137 - Tela da galeria de vídeos

Fonte: Autora

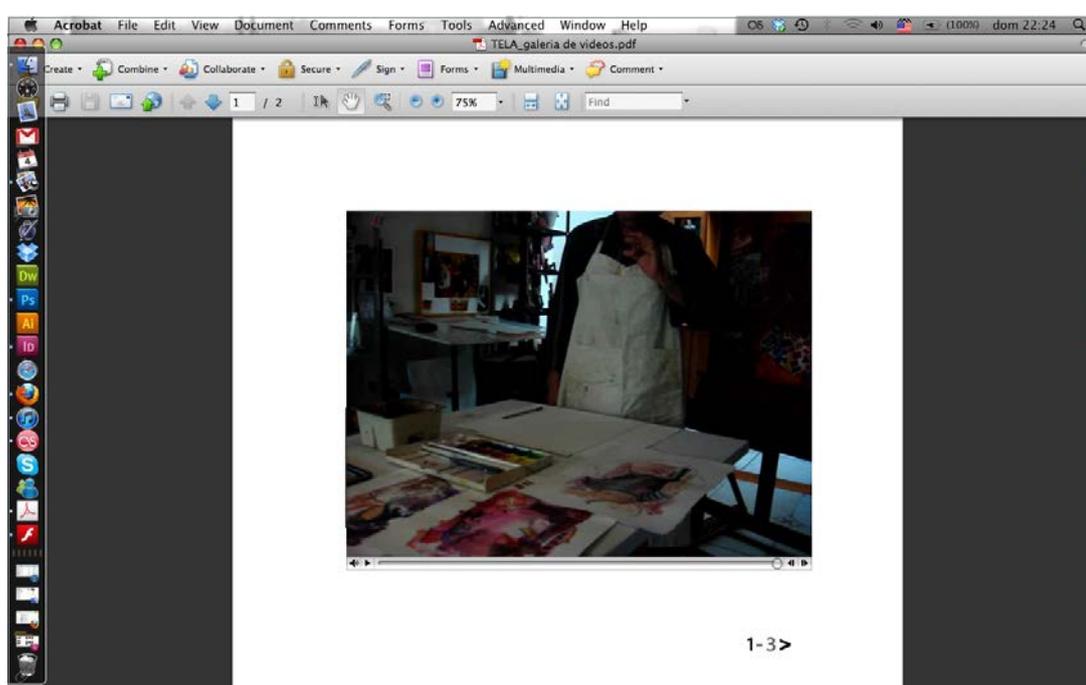


Figura 138 - Assistindo um vídeo - para voltar à galeria de vídeos, clica-se na tecla esc

Fonte: Autora

As figuras a seguir se referem às telas das cerâmicas e seguem o mesmo *layout* das telas das reproduções das obras, porém ao invés de clicar na imagem e dar zoom, um vídeo com animação da peça em 3D é ativado, podendo ser assistido tanto em tela cheia quanto em uma dimensão menor (como a ilustrada na figura 140).

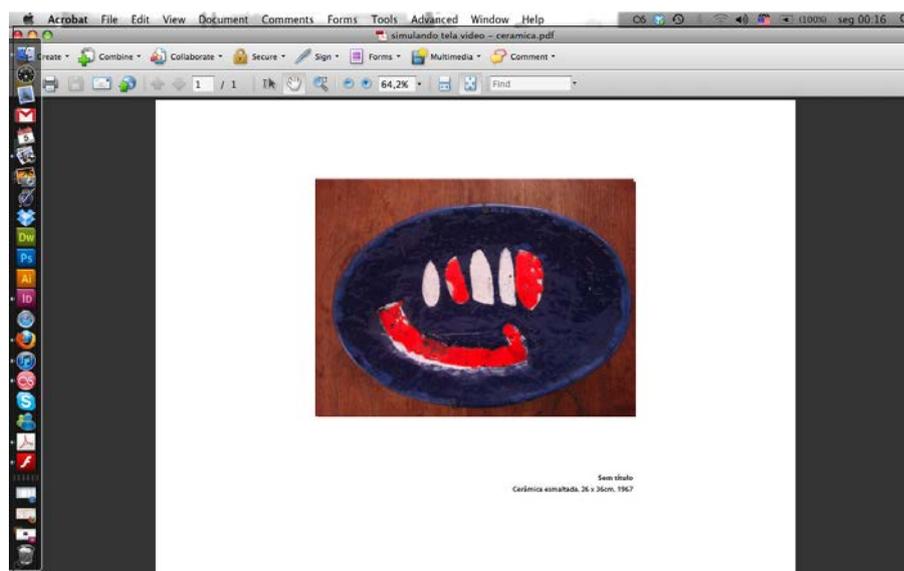


Figura 139 - Tela - cerâmica

Fonte: Autora

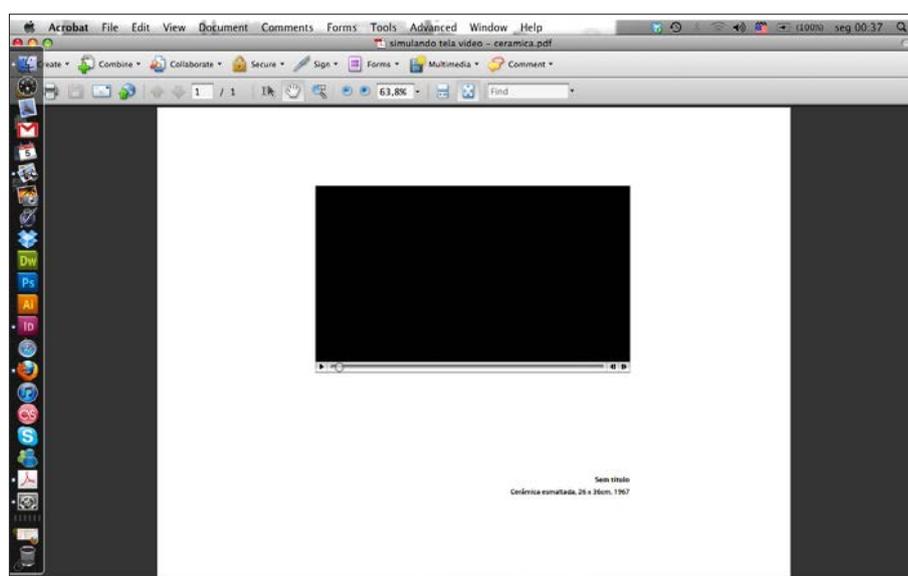


Figura 140 - Assistindo uma animação da cerâmica em 3D

Fonte: Autora

Outro elemento explorado na tela foi permitir *hiperlinks* em alguns elementos do *layout* como no logo do *La Pampa*, que direciona para o site do restaurante (no caso do leitor estiver conectado à internet), no nome *La Pampa* que aparece nos textos e na tela final de contato que ao clicar no endereço do restaurante, o leitor é direcionado para o *Google maps*, site que mostra a localização do restaurante no mapa. Importante salientar que a utilização dos *hiperlinks* é moderada, em apenas poucas palavras ou expressões, visto que não é o objetivo desfocar o leitor para o site do restaurante em detrimento da leitura do livro.



Figura 141 - *Hiperlink* aplicado no logo do *La Pampa* (Tela inicial)

Fonte: Autora

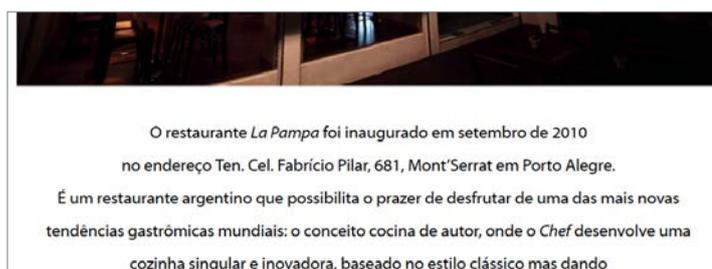


Figura 142 - *Hiperlink* aplicado no *La Pampa* - Tela sobre o restaurante

Fonte: Autora



Figura 143 - *Hiperlinks* no logo e no endereço (direcionando para o *Google maps*) - Tela final

Fonte: Autora

6.2.2.3 Cor e Tipografia

O padrão cromático segue o mesmo em relação ao suporte impresso, porém ao invés de ser em CMYK, será representada em RGB. No anexo digital desse trabalho é possível ver a paleta cromática reproduzida em RGB na tela.

Em relação à tipografia, também foi escolhida uma fonte compatível com a tipografia do suporte impresso. É a mesma fonte - Myriad Pro - porém adaptada para o suporte digital (Myriad Pro Web). Para a adaptação ao suporte digital, ela atende às questões específicas da tela, tais como apresentar baixo contraste entre seus elementos construtivos, interiores abertos, terminais sólidos e sem serifa. Para uma visualização fiel (em tela), há um anexo digital que permite a visualização real dessa tipografia.

| | | | |
|---|---|---|--|
|  |  |  |  |
| R 000 | R 052 | R 000 | R 255 |
| G 000 | G 039 | G 111 | G 255 |
| B 000 | B 024 | B 051 | B 255 |
| | | | |
|  |  |  |  |
| R 103 | R 173 | R 204 | R 255 |
| G 035 | G 025 | G 164 | G 209 |
| B 022 | B 023 | B 069 | B 051 |

Figura 144 - Padrão cromático do modelo

Fonte: Autora

| | | | |
|---|---|---|--|
|  |  |  |  |
| R 151 | R 204 | R 216 | R 240 |
| G 069 | G 160 | G 187 | G 226 |
| B 043 | B 139 | B 143 | B 178 |

Figura 145 - Outras opções de cores para possíveis coleções
(seguindo também o padrão cromático do suporte impresso)

Fonte: Autora

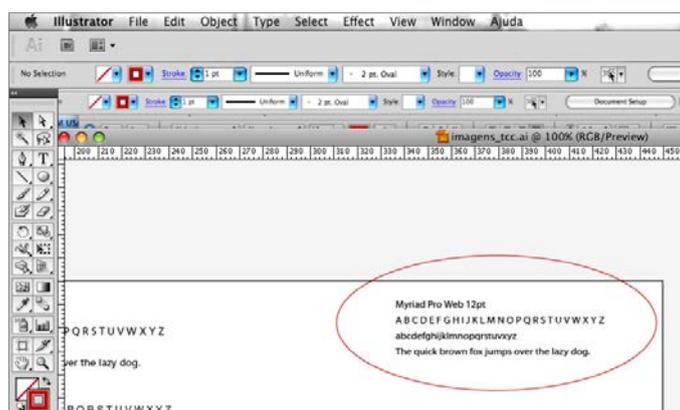


Figura 146 - Tipografia na tela - Myriad Pro Web

Fonte: Autora



Figura 147 - Tela Inicial - corpo da fonte 24px e 28,8px de entrelinha

Fonte: Autora

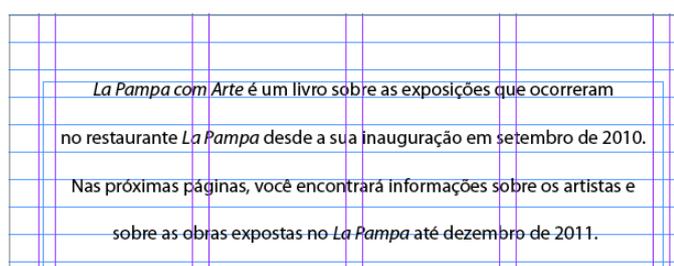


Figura 148 - Tela Editorial - corpo da fonte 14px e 35px de entrelinha

Fonte: Autora

O restaurante *La Pampa* foi inaugurado em setembro de 2010
 no endereço Ten. Cel. Fabrício Pilar, 681, Mont'Serrat em Porto Alegre.
 É um restaurante argentino que possibilita o prazer de desfrutar de uma das mais novas
 tendências gastronômicas mundiais: o conceito cocina de autor, onde o *Chef* desenvolve uma
 cozinha singular e inovadora, baseado no estilo clássico mas dando
 um salto qualitativo com respeito à culinária tradicional.

Figura 149 - Tela apresentação do restaurante - corpo da fonte 12px e 25px de entrelinha
 Fonte: Autora



Todos os direitos reservados ao restaurante *La Pampa Cocina de Autor*.
 Rua Ten. Cel. Fabrício Pilar, 681 - Porto Alegre - RS, CEP: 90450-040
 Fone: 51 3517-7828 | www.lapampa.com.br

Figura 150 - Tela de contato - corpo da fonte 12px e 20px de entrelinha
 Fonte: Autora

ARTISTA C **ARTISTA D**

Figura 151 - Botões do sumário digital - corpo da fonte 9px e 19px de entrelinha
 Fonte: Autora

7 RESULTADO FINAL

Este capítulo contempla o resultado final deste projeto, através de imagens de algumas páginas. Em anexo a este documento está um modelo parcial do livro impresso e encadernado no formato original, assim como um anexo digital, que permite uma melhor visualização do projeto no suporte digital.

7.1 MODELO PARCIAL DO LIVRO - SUPORTE IMPRESSO

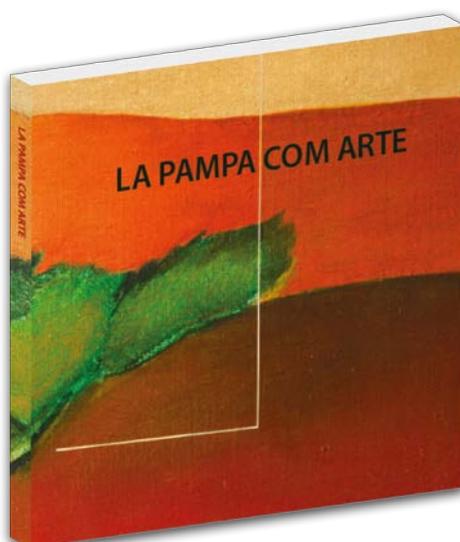
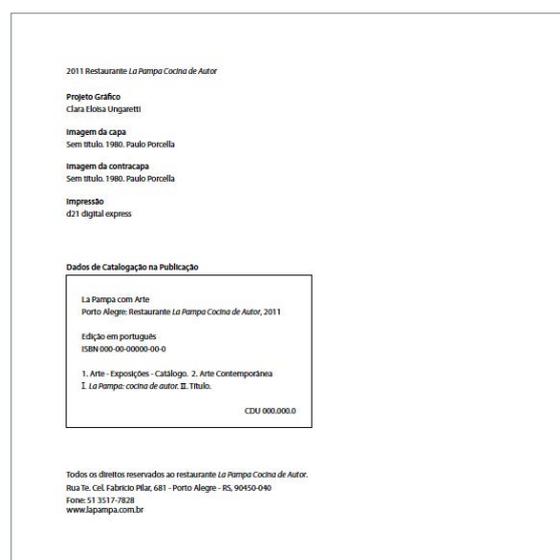


Figura 152 - CAPA

Fonte: Autora



Figuras 153 e 154 - FOLHA DE ROSTO e CATALOGAÇÃO (verso)

Fonte: Autora



Figura 155 - EDITORIAL

Fonte: Autora

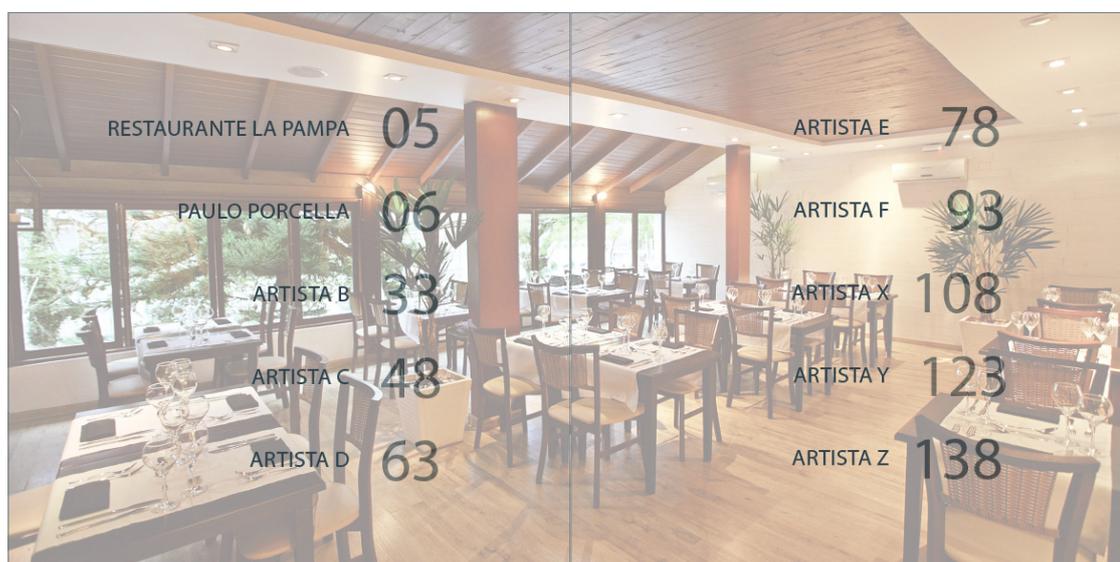
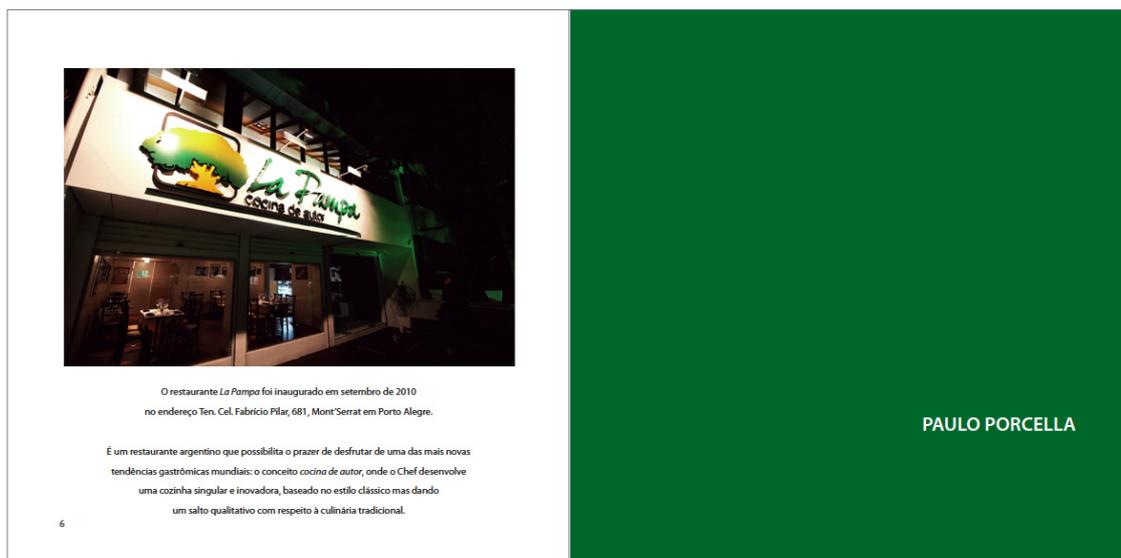


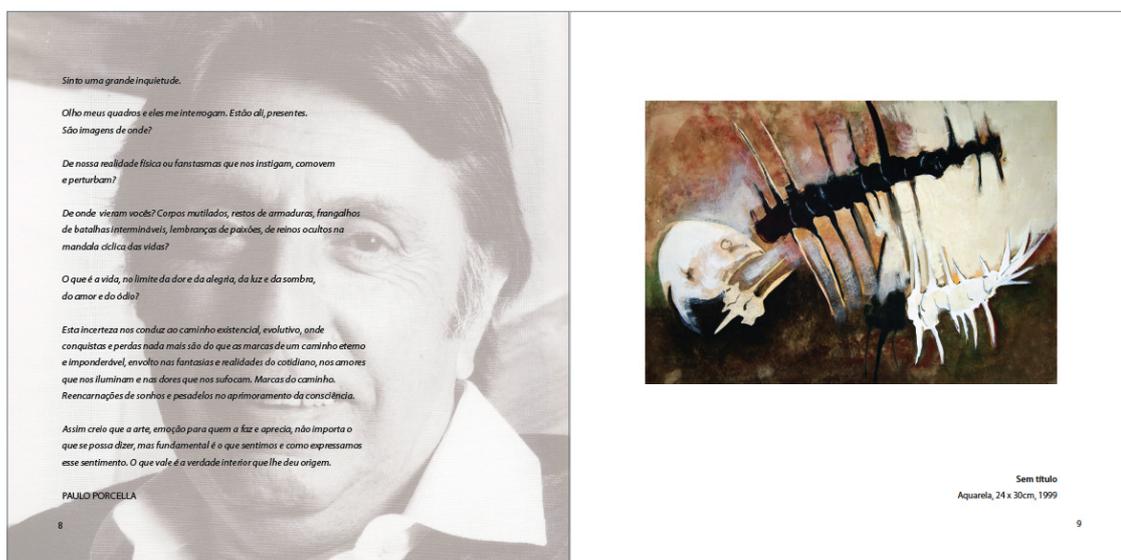
Figura 156 - SUMÁRIO

Fonte: Autora



Figuras 157 e 158 - APRESENTAÇÃO DO RESTAURANTE e CAPA INTRODUTÓRIA DO ARTISTA

Fonte: Autora



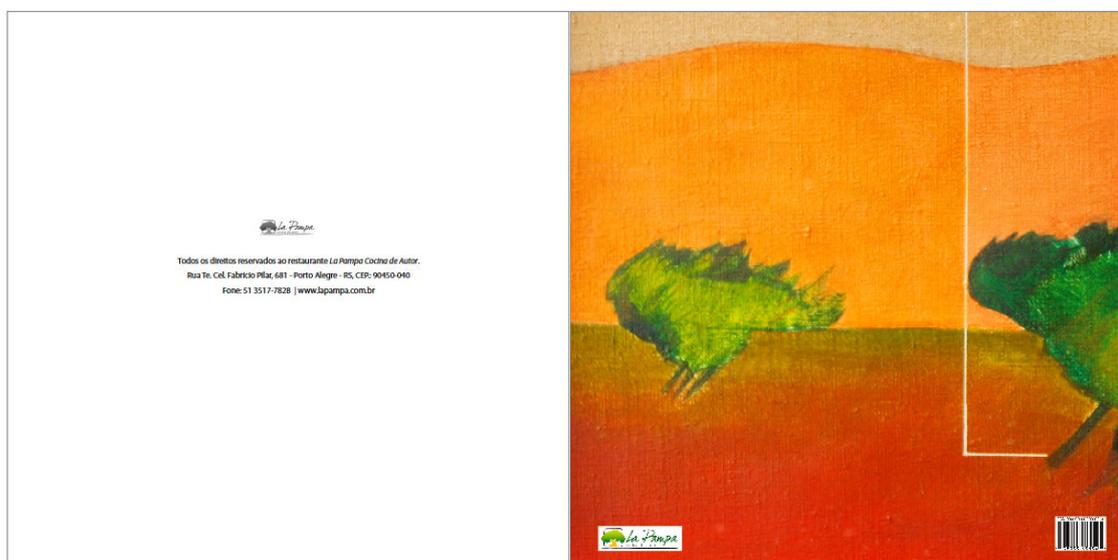
Figuras 159 e 160 - TEXTO DO ARTISTA e REPRODUÇÃO DAS OBRAS DO ARTISTA EXPOSTO

Fonte: Autora



Figuras 161 e 162 - PÁGINAS DE REPRODUÇÃO DAS OBRAS DO ARTISTA EXPOSTO

Fonte: Autora



Figuras 163 e 164 - PÁGINA FINAL - CONTATO e QUARTA CAPA

Fonte: Autora

7.2 MODELO PARCIAL DO LIVRO - SUPORTE DIGITAL

Para as seguintes simulações, optou-se por demonstrar em *desktops* - versão horizontal.



Figura 165 - Simulação no *desktop* - CAPA

Fonte: Autora



Figura 166 - Simulação no *desktop* - TELA INICIAL

Fonte: Autora



Figura 167 - Simulação no *desktop* - APRESENTAÇÃO - EDITORIAL

Fonte: Autora



Figura 168 - Simulação no *desktop* - SUMÁRIO

Fonte: Autora



Figura 169 - Simulação no *desktop* - SUMÁRIO (Rollover)

Fonte: Autora



Figura 170 - Simulação no *desktop* - TELA CAPA ARTISTA

Fonte: Autora



Figura 171 - Simulação no *desktop* - TELA DO ARTISTA

Fonte: Autora



Figura 172 - Simulação no *desktop* - TELA DO ARTISTA (*rollover* no botão Exposição no *La Pampa*)

Fonte: Autora



Figura 173 - Simulação no *desktop* - REPRODUÇÃO DA OBRA

Fonte: Autora



Figura 174 - Simulação no *desktop* - REPRODUÇÃO DA OBRA

Fonte: Autora

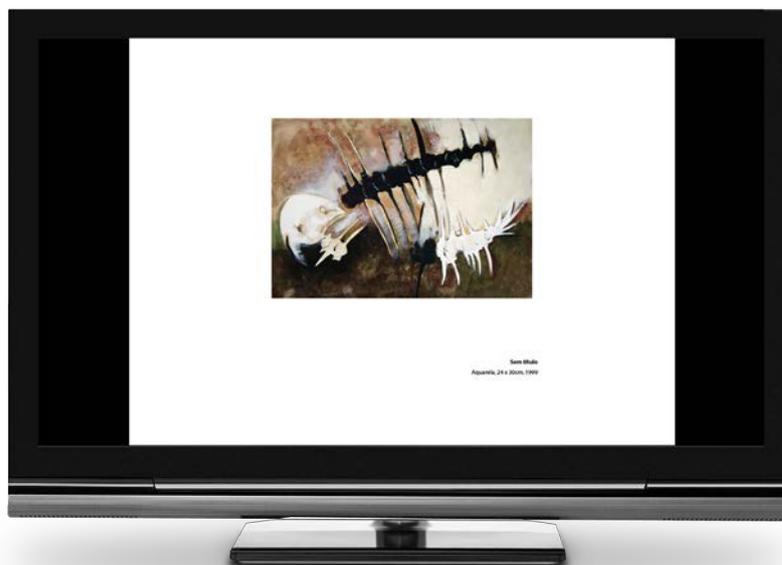


Figura 175 - Simulação no *desktop* - REPRODUÇÃO DA OBRA

Fonte: Autora



Figura 176 - Simulação no *desktop* - ZOOM NA IMAGEM DA OBRA

Fonte: Autora



Figura 177 - Simulação no *desktop* - CONTATO

Fonte: Autora



Figura 178 - Simulação no *desktop* - QUARTA CAPA

Fonte: Autora

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, as tecnologias digitais representam um novo suporte, que vem somar a muitos outros que já foram utilizados como base para a palavra escrita. Assim como os materiais que o precederam, o suporte digital altera as condições e as possibilidades de criação, reprodução e disseminação, trazendo novidades para o design editorial que ainda estão sendo descobertas.

Diante da mudança de suporte que está afetando o design editorial nos dias de hoje, a proposta do TCC foi então elaborar um modelo parcial experimental de produto editorial em dois suportes, impresso e digital, para conhecer e explorar as possibilidades e dificuldades dessa convivência entre suportes. No que tange a parcialidade do modelo, a proposta foi construir um exemplo que permitisse compreender como seria o produto completo.

As duas possibilidades de suportes (impresso e digital) não devem representar uma perda para o produto editorial em si, mas sim potencializar uma à outra. Assim, o livro impresso e o digital são parceiros um em relação ao outro. Isso quer dizer que eles não são mutuamente dependentes, mas complementares.

Assim como o suporte impresso, que possui elementos que no suporte digital se tornam difíceis de estarem presentes (a textura do papel, cheiro, volume, peso etc.), o suporte digital acrescenta possibilidades que no suporte impresso seriam impossíveis de serem explorados tais como som, animação, vídeo etc.

REFERÊNCIAS

A2/ SW/ HK. Disponível em < <http://www.a2swhk.co.uk>>. Acesso em: 3 jun. 2011.

APPLE STORE. **Art Authority for iPad.** Disponível em < <http://itunes.apple.com/us/app/art-authority-for-ipad/id364048834?mt=8>>. Acesso em: 15 jun. 2011.

AMBROSE, G. HARRIS, P. **Formato.** Porto Alegre: Bookman, 2009a.

_____. **Grids.** Porto Alegre: Bookman, 2009b.

_____. **Impressão & Acabamento.** Porto Alegre: Bookman, 2009c.

AZEVEDO, R; NOVAIS, A. **Leitura em Multimodos: as affordances** no processo de interação em portais públicos. MG, 21p.

BAER, L. **Produção Gráfica.** 5ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

BANN, D. **Novo manual de produção gráfica.** Porto Alegre: Bookman, 2010.

BRINGHURST, R. **Elementos do estilo tipográfico (versão 3.0).** Tradução de André Stolarsky. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

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

COLLARO, A. C. **Produção gráfica: arte e técnica da mídia impressa.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CUNHA, R. **PD. Papel Digital v.3.0.** Disponível em: < <http://rodrigocunha.jor.br/blog>>. Acesso em: 25 jun. 2011.

Curious Collection, The innovative paper brand. Disponível em: <<http://www.curiousstory.com>>. Acesso em: 20 jun. 2011.

CYBIS, W. **Engenharia de usabilidade**: uma abordagem ergonômica. Laboratório de utilizabilidade de informática. Florianópolis, SC. Maio, 2003.

CYBIS, W.; BETIOL, A.; FAUST, R. **Ergonomia e Usabilidade**: Conhecimento, Métodos e Aplicações. São Paulo, Novatec, 2007.

DjVuLibre: Open Source DjVu Library and viewer. Disponível em: <<http://djvu.sourceforge.net>>. Acesso em: 20 jun. 2011.

EDITORA ABRIL. **Guia de smartphones e tablets**. São Paulo: Ed. Abril, 2011.

EDITORA EUROPA. **Computer Arts Projects - Edição 14**. Disponível em: <http://www.europamet.com/br/site/index.php?cat_id=1362&pag_id=22533>. Acesso em: 20 mar. 2011.

EDITORA EUROPA. **Computer Arts Brasil**. São Paulo: Editora Europa, ed. 25, set. 2009. 98p. Revista.

EDITORA EUROPA. **Computer Arts Brasil**. São Paulo: Editora Europa, ed. 26, out. 2009. 98p. Revista.

EDITORA EUROPA. **Computer Arts Brasil**. São Paulo: Editora Europa, ed. 27, nov. 2009. 98p. Revista.

FAWCETT-TANG, R. **O livro e o designer I**: embalagem, navegação, estrutura e especificação/ introdução e entrevistas por Caroline Roberts. Tradução de Andréa Mariz. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

FITTIPALDI, M. **iPad**: o guia do profissional. Tradução de Virgílio Vasconcelos. São Paulo: Editora Europa, 2010.

GÜNTHER, H. **Mobilidade e affordance como cerne dos Estudos Pessoa-Ambiente**. Brasília, Brasília, 2003, 8p.

HASLAM, A. **O livro e o designer II**: como criar e produzir livros. 2ed. Tradução de Juliana A. Saad e Sérgio Rossi Filho. São Paulo: Edições Rosari, 2010.

HURLBURT, A. **Layout**: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 2002.

IDPF. **International Digital Publishing Forum**. Disponível em: < <http://idpf.org>>. Acesso em: 8 jun. 2011.

IKEDA. **Pense e-Commerce** - IKEAD a Plataforma de Comércio Eletrônico que cuida de seus clientes. Disponível em: < <http://www.ikeda.com.br/home>> Acesso em: 5 jun. 2011.

KULPA, C. **A contribuição de um modelo de cores na usabilidade das interfaces computacionais para usuários de baixa visão**. Porto Alegre, RS, 191p.

La Pampa cocina de autor. Disponível em < <http://www.lapampa.com.br>>. Acesso em: 23 out. 2011.

LIGABUE, R. **Projeto Editorial do livro Back in the USSR**, de Fábio Fernandes. Trabalho realizado para a disciplina de Projeto Visual III, do Curso de Graduação em Design, 2011.

LÖBACH, B. **Design industrial**: Bases para a configuração dos produtos industriais. 1 ed. Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda, 2001.

LUPTON, E.; MILLER, J. **Design Writing Research** - Writing on Graphic Design. Editora: Back Bay Books, 1999, 224p.

LUFT, C. **Mini dicionário Luft**. São Paulo: Editora: Ática & Scipione, 651p.

McLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2007.

NIELSEN, J. **Usability Engineering**. São Francisco: Morgan Kaufmann, 1993.

NIELSEN, J.; LORANGER, H. **Usabilidade na Web**: projetando websites com qualidade. Ed. Elsevier, RJ, 2007.

MANNERING, D. **Degas**: La vida y obras de Degas, El Sello Editorial Limitada, 1998.

MUNARI, B. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_____. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

NORMAN, Donald A. **O design do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

PAG. **Portal das artes gráficas**. Disponível em: < <http://portaldasartesgraficas.com>>. Acesso em: 19 jun. 2011.

PANIZZA, Janaína. **Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, USP: São Paulo, 2004.

PORCELLA, H. **Paulo Porcella: meio século de arte**. Porto Alegre, RS, 2009, 192p.

Pew Research Center's Internet & American Life Project. Disponível em: < <http://pewinternet.org>>. Acesso: 26 jun. 2011.

RIBEIRO, M. **Planejamento Visual Gráfico**. 10. ed. Brasília: LGE Editora, 2007.

Starberry, Web Design & Web Development | Building Fruitful eBusiness. Disponível em: < <http://www.starberry.tv>>. Acesso em: 25 jun. 2011.

VASCONCELOS, L. **Uma Investigação em Metodologias de Design**. Recife, PE, 2009, 94p.

ZERO HORA. **Caderno Donna**. Porto Alegre, 26 jun. 2011, 27p.

WHITE, J. V. **Edição e Design: para designers, diretores de arte e editores**. Tradução de Luis Reyes Gil. São Paul: JSN Editora, 2006.