



Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Arquitetura
Curso de Design Visual

MARIA JÚLIA SCHARDOSIM COTTA DE SOUZA

**LIVRO “ESTAMPA À VISTA”: UMA JANELA PARA O TRABALHO DOS
DESIGNERS BRASILEIROS HOJE**

Porto Alegre, RS

2021

MARIA JÚLIA SCHARDOSIM COTTA DE SOUZA

**LIVRO “ESTAMPA À VISTA”: UMA JANELA PARA O TRABALHO DOS
DESIGNERS BRASILEIROS HOJE**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura da UFRGS, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientador: Prof. Dr. Leônidas Garcia Soares

MARIA JÚLIA SCHARDOSIM COTTA DE SOUZA

**LIVRO “ESTAMPA À VISTA”: UMA JANELA PARA O TRABALHO DOS
DESIGNERS BRASILEIROS HOJE**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura da UFRGS, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientador: Prof Dr. Leônidas Garcia Soares

Prof.Dr. Fabiano de Vargas Scherer

Prof. Me. Vinicius Souza

Porto Alegre

2021

AGRADECIMENTOS

Estudar em uma universidade pública é um grande privilégio, então gostaria de começar os meus agradecimentos direcionando-os aos meus professores que ao longo de todos esses anos no curso de design me proporcionaram uma educação de qualidade, sempre me instigando a questionar e buscar as respostas por meio da pesquisa e da inovação.

Gostaria de agradecer também aos meus pais Renê e Cláudia que mesmo tendo poucas informações sobre o que realmente faz um designer, me apoiaram durante todos esses anos de UFRGS. Graças ao esforço deles fui capaz de cursar todas as disciplinas integralmente sem precisar me preocupar com questões além da vida universitária. Agradeço ao meu pai por todas as conversas importantes que tivemos sobre olhar o outro através das suas vivências e como devemos analisar as histórias considerando todos os envolvidos, sempre através de dados e com ética. À minha mãe agradeço por me apresentar a leitura, me mostrar o lado humano das artes e por não me deixar desistir, sempre me motivando a enfrentar os desafios que me foram postos.

Agradeço à minha irmã Maria Cláudia e ao meu cunhado Henrique por toda ajuda estatística e tecnológica. Este trabalho, e muitos outros que fiz durante a faculdade, não teriam sido realizados sem o apoio de vocês.

Agradeço a minha namorada Lavínia pelo apoio durante o desenvolvimento deste trabalho. Obrigada por estar sempre presente e por me trazer de volta para a realidade em momentos de surto, me mantendo motivada para finalizar este trabalho sem esquecer da qualidade. A tua forma pouco calma de organização e persistência são exemplos pra mim.

Agradeço a todos os meus amigos que estiveram presentes no último ano, principalmente às minhas amigas Ewandra, Carmem e Gabriela por todas as conversas que tivemos, dúvidas tiradas e vídeos-chamadas tranquilizadoras.

Agradeço ao Caio e a Ana Carol por terem me apresentado o mundo da estamperia e por terem compartilhado comigo os seus livros nesse ano de pandemia sem bibliotecas.

Agradeço ao meu orientador Leônidas, que por meio de conselhos e muita paciência me guiou por todos os momentos de inseguranças e de dúvidas que surgiram durante o desenvolvimento do trabalho, sempre visando o melhor para mim e para o projeto.

E por fim agradeço a todos os designers que aceitaram participar deste desafio comigo, compartilhando seus trabalhos e as suas vivências, para que aos poucos os profissionais do design de estampa se tornem cada vez mais reconhecidos e a área cada vez mais valorizada.

“The art that is frankly decorative is the art to live with. It is, of all visible arts, the one that creates in us both mood and temperament... The harmony that resides in the delicate proportions of lines and masses becomes mirrored in the mind. The repetitions of patterns give us rest. The marvels of designs stir the imagination.”

Oscar Wilde

RESUMO

Tendo em vista o volume de produtos desenvolvidos pelo mercado da moda, o desejo dos usuários de cada vez mais se identificar com as marcas que utilizam e o interesse dessas pessoas por conhecer quem está criando os produtos que vestem, este trabalho busca, responder a pergunta: quem são os designers brasileiros que hoje estão trabalhando com estamparia no mercado varejista de moda? Para tanto, optou-se por desenvolver um livro que registrasse parte do trabalho desenvolvido por esses designers. Afora dar mais visibilidade a estas pessoas, o trabalho também se preocupa em pontuar as diferenças entre o design de superfície, o design têxtil e o design de estamparia e oportunizar a autora o exercício dos três papéis relacionados a construção de um livro: conteudista, editora e designer gráfica. Para isso, esta pesquisa fará uso de um método desenvolvido a partir das metodologias propostas por Matté (2004) e Redish (2000), sendo a primeira voltada para produção de projetos gráficos-impressos e a segunda referente ao design de informação. O trabalho compreendeu as etapas de planejamento, fundamentação teórica, pesquisa, geração de alternativas e modelagem final. Por fim, foi desenvolvido um modelo 3D do projeto do livro que, por limitações da pandemia COVID-19, substitui o modelo físico.

Palavras-chave: Design Editorial. Design de Estampas. Design de Superfície. Moda Brasileira.

ABSTRACT

Bearing in mind the amount of products developed by the fashion industry and the users' desire to identify with the brands they wear as well their interest on knowing who is creating these products, this work seeks to answer the question: who are the Brazilian designers who are currently working with pattern design in the fashion retail market? For this purpose, it was decided to develop a book that recorded the work developed by these designers, as well as giving visibility to them, tracing the differences between surface, textile and pattern design and exercising the three roles related to the construction of a book: content writer, editor and graphic designer. The research was based on an adapted method merging Matté (2004) and Redish (2000) methodologies in which the first one was used to analyse the production of graphic-printed projects and the second referring to information design.

Keywords: Editorial Design. Pattern design. Surface Design. Brazilian Fashion.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Painel de azulejos Athos Bulcão.....	18
Figura 2: Representação gráfica do método proposto por Matté (2004).....	23
Figura 3: Representação gráfica do método proposto por Redish (2000).....	26
Figura 4: Representação gráfica do método adaptado pela autora.....	28
Figura 5: Exemplo de estampa localizada.....	30
Figura 6: <i>Rapport</i> e aplicação de estampa corrida.....	33
Figura 7: Espelho com 16 páginas.....	36
Figura 8: Anatomia do <i>grid</i>	42
Figura 9: Fluxograma do caminho do produto.....	47
Figura 10: Categorização dos <i>stakeholders</i>	48
Figura 11: Matriz de estratégia de contato.....	49
Figura 12: Painel visual de livros sobre diversos designers.....	53
Figura 13: Painel visual de catálogos da Bienal Brasileira de Design.....	54
Figura 14: Painel visual de livros sobre design de estamperia.....	54
Figura 15: Painel visual de livros sobre designers de estamperia.....	55
Figura 16: Painel visual de livros sobre artistas ou designers.....	55
Figura 17: Painel visual do catálogo do artista Arthur Bispo do Rosário.....	57
Figura 18: Painel visual do livro <i>Designing the 21st century</i>	59
Figura 19: Painel de estampas presentes no livro.....	63
Figura 20: Material coletado a partir do painel visual de estampas.....	66
Figura 21: Painéis semânticos.....	64
Figura 22: Mapas mentais.....	65
Figura 23: Caminho do mapa mental ligando a palavra estamperia à palavra janela.....	65
Figura 24: Designers selecionados para o livro.....	68
Figura 25: Resultado do exercício de geração de ideias.....	71
Figura 26: Comparação de tipos de encadernação e papéis.....	72
Figura 27: Janela do Café Valori.....	73
Figura 28: Rascunhos iniciais do miolo do livro.....	73
Figura 29: Protótipos de baixa fidelidade desenvolvidos a partir de recortes de revistas.....	74
Figura 30: Espelho do livro.....	75
Figura 31: Mini boneco.....	76
Figura 32: Estudo feito para avaliação do aproveitamento de papel.....	77

Figura 33: Páginas-mestres utilizadas para a construção do grid final.....	78
Figura 34: Grid fixo assimétrico.....	79
Figura 35: Opções de fontes analisadas.....	80
Figura 36: Diferentes opções de tamanho para o corte.....	81
Figura 37: Alternativas para o miolo.....	82
Figura 38: Teste de impressão de uma das alternativas desenvolvidas.....	82
Figura 39: Teste de impressão de uma das alternativas desenvolvidas.....	83
Figura 40: testes de alinhamento.....	84
Figura 41: mockup inicial do projeto do miolo.....	85
Figura 42: painel visual de referências que poderiam ser utilizadas no livro.....	86
Figura 43: geração de alternativas para a capa do livro.....	86
Figura 44: protótipo de baixa fidelidade feito com recortes de revistas.....	87
Figura 45: primeiros rascunhos da capa do livro.....	87
Figura 46: Opções de estéticas para a capa do livro.....	88
Figura 47: Primeiras alternativas de fontes para a capa.....	89
Figura 48: primeira alternativa para a capa.....	90
Figura 49: 2ª variação de alternativas para a capa.....	93
Figura 50: 3ª variação de alternativas para a capa.....	92
Figura 51: versão intermediária da 3ª alternativa para capa e jaqueta.....	92
Figura 52: versão intermediária da 4ª alternativa para capa e jaqueta.....	93
Figura 53: versão intermediária da 5ª alternativa para capa e jaqueta.....	93
Figura 54: modelos desenvolvidos para a guarda do livro.....	94
Figura 55: paleta de cores utilizada no projeto.....	95
Figura 56: Utilização do grid para a construção do layout das páginas textuais e do sumário.....	96
Figura 57: Demonstração das escolhas relativas a tipografia.....	97
Figura 58: versão final do conteúdo pré-textual.....	97
Figura 59: representação do uso do grid no layout dos designers selecionados.....	98
Figura 60: detalhamento do uso da tipografia.....	98
Figura 61: representação do uso do grid no layout dos especialistas.....	99
Figura 62: detalhamento do uso da tipografia.....	99
Figura 63: versão final do conteúdo pré-textual.....	100
Figura 64: versão final do conteúdo pós-textual.....	100
Figura 65: versão final do jaqueta.....	101
Figura 66: versão final da capa.....	101
Figura 67: versão final do conteúdo extra textual.....	102
Figura 68: Esquema de construção dos cadernos.....	103
Figura 69: Detalhamento técnico dos cadernos de número dois, três e quatro.....	105
Figura 70: Faca de corte referente a jaqueta.....	105
Figura 71: Faca de corte referente ao miolo.....	106
Figura 72: Mockup: Versão final da jaqueta.....	108
Figura 73: Mockup: versão final da capa.....	108
Figura 74: Mockup: versão final da guarda e 1ª orelha.....	108

Figura 75: Mockup: versão final do sumário.....	109
Figura 76: Mockup: Exemplo da versão final do capítulo de apresentação dos designers.....	109
Figura 77: Mockup: Exemplo da versão final do capítulo dedicado aos especialistas.....	110

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Perguntas e respostas do plano de informação	46
Quadro 2: Lista de necessidades do usuário, requisitos e oportunidades do projeto	61
Quadro 3: Primeira lista de nomes para o livro.....	70
Quadro 4: Segunda lista de nomes para o livro.....	73
Quadro 5: Classificação dos componentes do livro.....	75
Quadro 6: Fichas técnicas.....	103
Quadro 7: médias finais da avaliação do livro feita pelos designers.....	107

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABIT	Associação Brasileira da Indústria Têxtil
CNI	Confederação Nacional da Indústria
CTP	Científico, técnicos e profissionais
NTCPE	Núcleo Gestor da Cadeia Têxtil e de Confecções em Pernambuco
SNEL	Sindicato Nacional dos Editores de Livros

SUMÁRIO

1 Planejamento do Projeto	18
1.1 Introdução	18
1.2 Justificativa	20
1.3 Objetivos	22
1.3.1 Objetivo Geral	23
1.3.2 Objetivos específicos	23
1.4 Metodologia	23
1.4.1 Metodologia de Matté	24
1.4.2 Metodologia de Redish	27
1.4.3 Método adaptado	29
2 Fundamentação Teórica	31
2.1 Design de Estampas	32
2.1.1 Classificação	32
2.1.2 Design de Superfície ou Design Têxtil?	34
2.1.3 Breve História da Estamparia Brasileira	35
2.1.4 A Profissão de Designer de Estampas no Brasil	36
2.2 Design Editorial	38
2.2.2 Projeto Editorial	38
2.2.2.1 Produção de Conteúdo	38
2.2.2.2 Editoração	39
2.2.3 Projeto Gráfico	40
2.2.3.1 Composição do Livro	40
2.2.3.2 Suporte	41
2.2.3.3 Formato	41
2.2.3.4 Imposição e Espelho	42
2.2.3.5 Grid	43
2.2.3.6 Tipografia	44
2.2.3.7 Impressão	45
2.2.3.8 Acabamento	46
3 Desenvolvimento do Projeto	47
3.1 Problematização e Planejamento Inicial	47
3.2 Compreensão do Projeto	48
3.2.1 Pesquisa	48
3.2.1.1 Ciclo de Vida do Produto	48
3.2.1.2 Stakeholders	49
3.2.1.3 Questionário Online	51
3.2.1.4 Personas e Cenários de Uso	53
3.2.1.5 Entrevista	53
3.2.1.6 Análise de Similares	55

3.2.2 Análise	58
3.2.2.1 Considerações da análise	61
4 Configuração do projeto	61
4.1 Definição	61
4.1.1 Projeto gráfico	62
4.1.1.1 Requisitos de projeto	62
4.1.1.2 Hierarquia dos fatores projetuais	64
4.1.1.3 Conceituação	64
4.1.2 Projeto editorial	68
4.1.2.1 Organização e seleção do conteúdo final	69
4.1.2.2 Naming	71
4.2 Modelação inicial	74
4.2.1 Geração de Alternativas	74
4.2.2 Imposição e Espelho	76
4.2.3 Formato e Papel	78
4.2.4 Grid	80
4.2.5 Tipografia	81
4.2.6 Miolo	82
4.2.7 Alternativas de Capa	87
5 Realização do projeto	96
5.1 Modelação final	97
5.1.1 Elementos pré-textuais	98
5.1.2 Elementos textuais	99
5.1.3 Elementos pós-textuais	102
5.1.4 Elementos extra textuais	102
5.2 Normatização	104
5.3 Produção final	108
6. Considerações Finais	112
Referências	114
Apêndice A - Perguntas do Questionário Online	118
Apêndice B - Resultado do Questionário	126
Apêndice C - Personas	136
Apêndice D - Roteiro para Entrevistas	139
Apêndice E - Painéis da Análise de Similares	141

1 Planejamento do Projeto

Neste capítulo serão apresentadas as principais motivações deste projeto, um breve contexto sobre o mercado de design de estampa e do mercado de livros impressos no contexto brasileiro atual. Serão apresentados também os objetivos que se busca alcançar com o desenvolvimento deste trabalho.

1.1 Introdução

Um produto estampado carrega em si uma série de significados. Por exemplo, para Pereira (2010) a cultura de um país quando representada em elementos de um produto dá ao artefato um caráter único e individual. Essa identidade é fundamental em um ambiente competitivo como o da indústria da moda. Lanaro (2013), em sua tese de mestrado, onde aborda a estampa como meio de diferenciação e comunicação da cultura brasileira, explica que para afirmar a sua presença no cenário mundial, a indústria têxtil brasileira busca através de estampas diferenciar seus produtos, tornando-os cada vez mais exclusivos.

A Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT) afirma que atualmente o Brasil possui a maior cadeia têxtil¹ completa do mundo, desde a fabricação das fibras até um forte mercado de varejo e que no ano de 2019 o setor têxtil faturou 185,7 bilhões de reais, 7,7 bilhões a mais do que em 2018. A revista Galileu (2016), a partir de informações disponibilizadas pela ABIT, afirma que em 2014 o Brasil se encontrava na quarta posição na lista de maiores produtores de roupas do mundo e que na época empregava quase 1,5 milhão de pessoas no ramo. Segundo a ABIT (2021), em artigo publicado sobre a Sondagem Industrial², pela primeira vez nos dez anos de pesquisa o número de contratações superou o número de demissões no setor. Neste mesmo artigo, também consta que, mesmo com a queda da produção no ano de 2020 — em função das medidas restritivas causadas pela pandemia do COVID-19 — nos últimos meses do ano a produção se manteve aquecida e com um

¹ De acordo com o Núcleo Gestor da Cadeia Têxtil e de Confecções em Pernambuco (NTCPE), a cadeia têxtil engloba a produção das fibras ou filamentos têxteis, aviamentos, tecidos e artefatos confeccionados. Integra ainda o processo de distribuição, desenvolvimento e comercialização do produto, que envolve designers, fotógrafos, produtores e outros profissionais de moda.

² Pesquisa realizada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) sobre a opinião empresarial mensal com o objetivo de conhecer a tendência da atividade industrial e as expectativas dos empresários.

ritmo elevado para o período. Esses dados demonstram a relevância do mercado têxtil nacional, que segue crescendo mesmo com as adversidades do ano de 2020.

Vieira (2014) aponta que a indústria ao longo do tempo se desenvolveu a partir da produção em massa, devido aos baixos custos e ao volume de produção elevado. Porém, atualmente a indústria caminha para uma produção flexível, um modelo de produção segmentado onde é possível atender a demanda com tiragens menores e variadas, uma vez que as marcas buscam diferenciar-se através de produtos inéditos e originais, o que, conseqüentemente, aumenta o volume de produtos desenvolvidos. A autora afirma também, que a estamparia têxtil está intimamente ligada ao mercado de moda, pois os elementos visuais da estampa carregam significados que contribuem para representação visual da personalidade ou da aparência do usuário.

Martins e Sanches (2020) explicam que as pessoas, principalmente da geração Z, jovens nascidos entre os anos de 1995 e 2010, são muito conscientes quanto a essa mudança da forma de produção do mercado e buscam formar a sua identidade por meio da valorização da sua individualidade. Da mesma maneira, Pereira (2009) afirma que o design de superfície, neste caso por meio da estamparia, pode ser considerado responsável por fazer essa comunicação entre o usuário e o produto, sendo capaz de se tornar referência para diferentes grupos sociais.

Meller (1991), ao considerar a produção industrial da época, afirmou que por trás do alto volume de produção, os artistas e designers responsáveis pela criação das estampas, chamados pela autora de “artistas fantasmas”, ficavam no anonimato. Trazendo a alegação da autora para os dias de hoje, questiona-se se essa afirmação ainda é válida, gerando a pergunta: quem são os designers brasileiros que hoje estão trabalhando com a produção de estampas no país? Dessa forma, esse trabalho tem como objetivo localizar quem são esses “anônimos” brasileiros que estão trabalhando no mercado varejista de moda e então, através de um projeto gráfico, desenvolver um material que possibilite o registro de parte do que vem sendo produzido por alguns desses profissionais.

Para alcançar o objetivo deste trabalho será desenvolvido um livro impresso, combinando a metodologia proposta para produtos gráficos impressos (MATTÉ, 2004) e a metodologia para design de informação de Redish (2000). Dessa forma, nos próximos subcapítulos serão apresentadas as razões para a relevância do tema,

assim como os objetivos do trabalho e um aprofundamento na metodologia que será utilizada no desenvolvimento do projeto.

1.2 Justificativa

A presença da estamparia, enquanto técnica e arte, pode ser estudada ao longo da história da humanidade, por meio de registros que vão desde a pré-história até o século XXI (Rüthschilling, 2008). Porém, a área ainda carece de informações sobre os profissionais que atuam hoje no setor, principalmente daqueles que iniciaram as suas carreiras na última década. No âmbito acadêmico, os estudos encontrados sobre o tema normalmente estão relacionados ao desenvolvimento de estampas para determinado produto e suas características e devido a já mencionada anonimidade do designer que cria a estampa, estes nomes dificilmente são mencionados, exceto em situações onde o padrão foi desenvolvido por algum artista ou designer reconhecido internacionalmente, como por exemplo o trabalho do artista Athos Bulcão, referência mundial pelo seu extenso trabalho na cidade de Brasília, entre outros projetos (Figura 1).

Figura 1: Painel de azulejos, Entrequadras 307/308 Sul, Igrejinha Nossa Senhora de Fátima, 1957.



Fonte: Fundação Athos Bulcão³. Foto: Ricardo Padue.

Para sair desse *status* de anonimidade, diversos profissionais da área do design passaram a apresentar seus trabalhos em suas páginas pessoais de redes

³ Foto retirada do site da Fundação Athos Bulcão (www.fundathos.org.br/galeriavirtual). Disponível em 02/11/2021. 

sociais como o *Instagram*. Esse novo formato de portfólio permitiu que seus nomes e projetos chegassem a milhares de pessoas. A página no Instagram do designer de estamperia da marca FARM, João Incerti, no início de 2021 tinha mais de 46,6 mil seguidores e em novembro do mesmo ano já possuía mais de 97,6 mil seguidores. Entretanto, essa não é a realidade para todos os profissionais da área. Para atingir tal feito, é necessário que as próprias empresas tenham interesse em divulgar os profissionais que atuam por trás da criação de suas coleções, o que hoje, na maioria dos casos, não acontece.

Este trabalho busca contribuir para que seus nomes fiquem registrados na memória da estamperia brasileira, possibilitando que se tornem referência para futuros profissionais da área do design que desejem direcionar suas carreiras para o mercado de estampas. Pereira (2010, pg. 6) reitera que “a pesquisa de referências para a formação de um “acervo” visual é uma importante ferramenta”. Desse modo, optou-se pelo desenvolvimento de um livro, pois, de acordo com Bahn (2012), a palavra impressa possui autoridade, suas informações permanecem gravadas para sempre. Também, Fernandes (2001) aponta que o registro escrito seria a melhor forma de passar o conhecimento para as futuras gerações, sendo por muito tempo considerado um elemento fundamental relacionado à cultura de uma civilização. O autor ainda afirma que a motivação sobre o estudo de livros se dá pela:

[...] posição privilegiada que eles possuem no nosso contexto cultural; são elementos que significam, para a grande maioria das pessoas, continentes do saber. Como signo eles representam para os homens uma das principais fontes de registro e transmissão do conhecimento, adquirindo, devido a esta representação, uma grande importância como elemento de preservação e difusão da cultura. (FERNANDES, 2001, pg.2)

Atualmente, é difícil imaginar nossas vidas sem a presença do livro. Esse, na forma de um objeto impresso, oferece ao usuário a experiência tátil de folhear uma página e assim se conectar com diversas culturas (SAMARA, 2011). Em 2019, a leitura ocupava a 9ª posição na lista de atividades de lazer preferidas do brasileiro, ficando atrás de assistir televisão, escutar música, sair com os amigos e outras atividades como uso de redes sociais (SOARES, 2019).

Como a proposta deste trabalho é a criação de um material, onde será apresentado parte do trabalho de profissionais do design de estamperia, é importante entender alguns dados referentes à classificação e ao consumo deste tipo de livro. O Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) classifica os livros

nas seguintes categorias: obras gerais, didáticos, religiosos e CTPs (científicos, técnicos e profissionais). Uma pesquisa realizada pelo Ibope (2016) mostrou que 56% dos entrevistados poderiam ser considerados leitores⁴. Entretanto, analisando os dados apresentados tanto pela SNEL quanto pelo Ibope (2016), Soares (2019) concluiu que o leitor brasileiro, com mais de 13 anos de idade, considera o livro não como um meio de lazer, mas como um objeto associado a atualização profissional e a busca de conhecimentos. Dessa forma, o desenvolvimento de um livro com a temática proposta neste projeto se mostra justificável pelo seu caráter CTP, pois poderá servir como referência para futuros profissionais da área.

Além dos dados apresentados anteriormente, a decisão pela versão impressa se deu também porque, de acordo com Soares (2019, pg. 78), “somente 9% dos leitores de livros dizem baixá-los na internet e apenas 15% dizem usá-la para ler livros”. O autor avalia que o principal concorrente do livro físico não é o e-book e sim artigos publicados em *websites*, redes sociais e outras formas de difusão de conteúdo online (SOARES, 2019). Além dos motivos apresentados anteriormente, foi definido que, devido ao volume de trabalho e ao tempo disponível para o seu desenvolvimento, será feita somente a versão impressa do livro.

Ainda, a proposta de unir o design de estamaria e o design editorial em um livro sobre o assunto apresentado, tem como origem o interesse da autora por essas duas áreas do design. Enquanto a curiosidade pelo mundo das estampas surgiu somente com o decorrer da vida acadêmica e profissional, a leitura e o encanto pelo livro como objeto físico sempre fizeram parte da vida da autora. Sua mãe, formada em pedagogia, sempre incentivou o apreço pelos livros.

1.3 Objetivos

Com base nos dados elencados para este projeto, a seguir serão apresentados o objetivo geral, que servirá como norteador da pesquisa e também os objetivos específicos, que representam as metas que se espera alcançar ao longo do trabalho.

⁴ A pesquisa realizada pelo Ibope (2016) considerou como leitor o indivíduo que tenha lido ao menos um livro (leitura completa ou parcial) no período de três meses anteriores à entrevista e que tenha alegado saber ler e escrever.



1.3.1 Objetivo Geral

Desenvolver um projeto editorial que registre parte do trabalho desenvolvido por designers brasileiros que iniciaram as suas atuações no design de estampaaria nos últimos dez anos, atuando no mercado de varejo nacional voltado para moda  que não possuam o reconhecimento do público geral.

1.3.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos são:

- Colaborar para a maior visibilidade da produção de estampaaria brasileira na área da moda; 
- Buscar mapear, de forma objetiva, as interconexões e diferenças entre design de superfície, design têxtil e design de estampaaria; 
- Exercitar com desenvoltura os três papéis relativos ao projeto de um livro: conteudista, editora e designer gráfica; 
- Contribuir para a bibliografia em português na área de design de estampaaria. 

1.4 Metodologia

Este capítulo apresentará as duas metodologias que foram combinadas para a construção do método adaptado, utilizado para o desenvolvimento deste projeto, que será apresentado ao final do capítulo. Também abordará as técnicas que serão aplicadas na etapa de levantamento de dados e análise de similares, bem como as ferramentas necessárias para chegar ao objetivo proposto.

Como se trata do projeto de um livro impresso com as informações coletadas acerca dos profissionais atuantes no mercado de estampaaria para moda, a metodologia escolhida como base é uma das poucas que se aproxima da área do Design Editorial, proposta por Matté (2004) em seu trabalho "Proposta de metodologia projetual para produtos gráficos-impressos". Porém, como o conteúdo do livro será produzido pela autora, será feita uma combinação da metodologia de Matté com a metodologia de Redish (2000), retratada no artigo "O que é design de informação?"

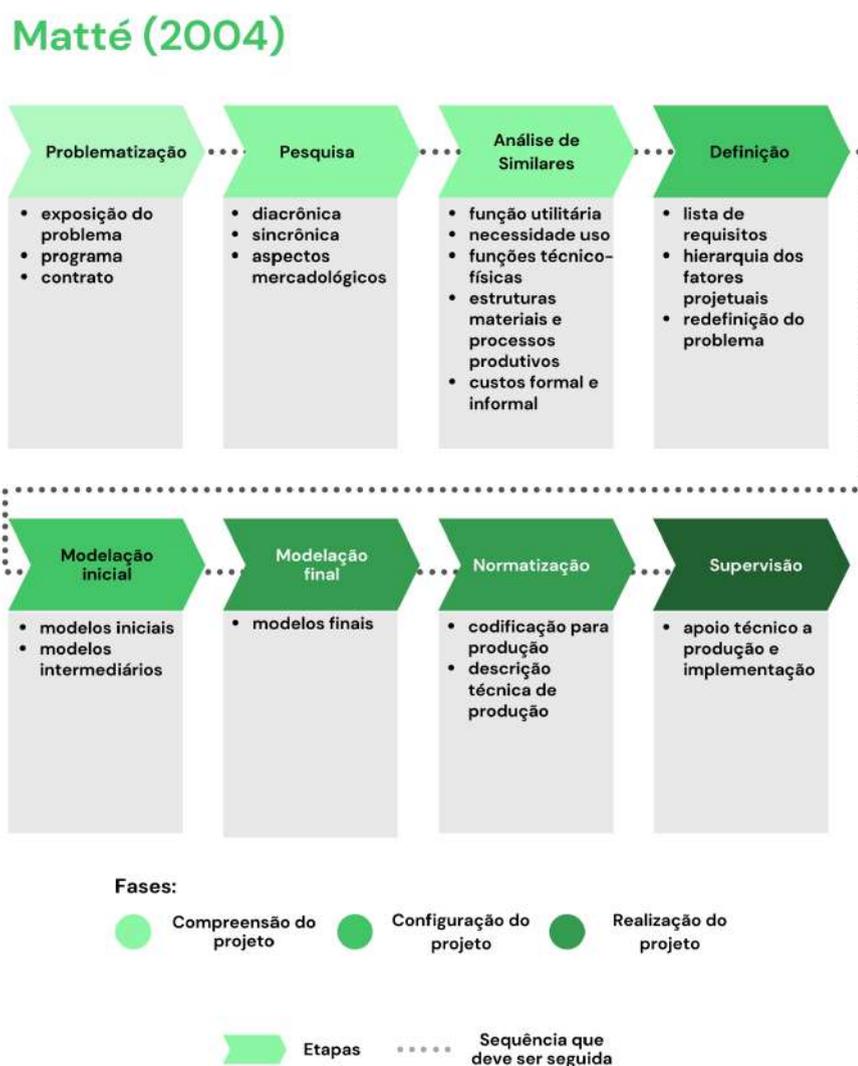
1.4.1 Metodologia de Matté

Para Matté (2004), uma metodologia projetual deve facilitar a compreensão do projeto integralmente, portanto deve dar ao projetista autonomia e segurança nas tomadas de decisão. Para o autor, diferentemente de um produto de design industrial, um projeto gráfico voltado para a comunicação deve abordar e enfatizar as informações, ou seja, as mensagens que serão transmitidas e também o suporte/meio que será utilizado.

Seu método consiste em oito etapas, em que seis estão divididas em três fases, caracterizadas pelo autor como macro-estruturas. Por se tratarem de situações independentes, as etapas que iniciam e finalizam o projeto não foram agrupadas. Porém, o autor ressalta que a metodologia proposta não deve ser vista como inflexível, pois deve se adaptar ao projeto considerando o nível de complexidade e dimensões do mesmo. A Figura 2 apresenta de forma visual as divisões de fases e etapas proposta por Matté:



Figura 2: Representação gráfica do método proposto por Matté (2004).



Fonte: Matté (2004) adaptado pela autora.

A primeira etapa é a problematização. Nela é feita a formalização do projeto, momento em que o projetista desenvolve o programa projetual e o contrato. Esta etapa é fundamental por legitimar o trabalho que será desenvolvido, dando um caráter profissional ao projeto e também proporcionará segurança e responsabilidade para todas as partes envolvidas.

A primeira fase, de compreensão do projeto, engloba a pesquisa sobre o tema e a análise dos dados coletados. Neste momento poderão ser feitas entrevistas, questionários e outras ferramentas que possam ser necessárias para o levantamento das informações.

A etapa de pesquisa engloba a pesquisa diacrônica e sincrônica, visando compreender seus aspectos informacionais e físicos. Para o autor, não se deve pesquisar somente produtos idênticos, mas também produtos que possuam relação com o projeto ou que possam apresentar alguma solução interessante que possam contribuir com o trabalho. Esta fase também inclui a pesquisa de aspectos mercadológicos, etapa focada em elencar informações sobre público-alvo e demais *stakeholders* envolvidos com o produto.

A etapa de análise tem o intuito de examinar o que foi elencado na etapa de pesquisa. Matté propõe as seguintes análises:

- a. **análise da função utilitária/necessidade:** possui o objetivo de constatar as principais funções do produto, se o projeto proporcionará benefícios e avaliar se o suporte/meio é adequado;
- b. **análise de uso/funções técnico-físicas:** possui o objetivo de confirmar as possibilidades de uso, bem como ciclo de vida e possíveis distúrbios quanto ao aspecto físico do produto;
- c. **análise de estruturas/materiais e processos produtivos/custos:** possui o objetivo de avaliar o produto na sua totalidade, observando os materiais utilizados, processos de produção gráfica, que se se possível, inclua um comparativo de custos;
- d. **análise formal e informacional:** possui o objetivo de identificar o modo como o produto se comunica com o usuário, avaliando suas facilidades e dificuldades através do seu desenho.

A fase de configuração do projeto inclui a etapa de definições. Neste momento o designer, com os dados elencados na análise, define através da construção de textos, diagramas e listas, os requisitos principais e fatores hierárquicos do projeto. Desta forma é possível perceber o conteúdo do problema projetual, e portanto reestruturá-lo de forma mais sintética e clara. Também faz parte desta fase a etapa de modelação inicial, momento que se desenvolve diversas alternativas que possam solucionar o problema de projeto.

A fase final é a de realização do projeto, momento em que o designer deve escolher uma das alternativas vistas na etapa anterior e então aprimorá-la, refinando a sua forma e nível de detalhamento. Na etapa de modelação final, é desenvolvido um protótipo. Caso não seja necessária nenhuma modificação, pode se dar continuidade ao projeto, utilizando ferramentas de apresentação de alta fidelidade,

que facilitem a visualização do produto final de forma mais realista com o resultado esperado pelo designer e pelo cliente.

Ainda na fase de modelação final, é feita a normatização, etapa que abrange o preparo dos arquivos para a produção industrial. Para que seja feita corretamente, deve-se fazer a codificação, descrita pelo autor como adaptação da linguagem gráfica para a linguagem técnico-produtiva. Também nessa etapa deve-se fazer a descrição técnica do produto, complementando a codificação.

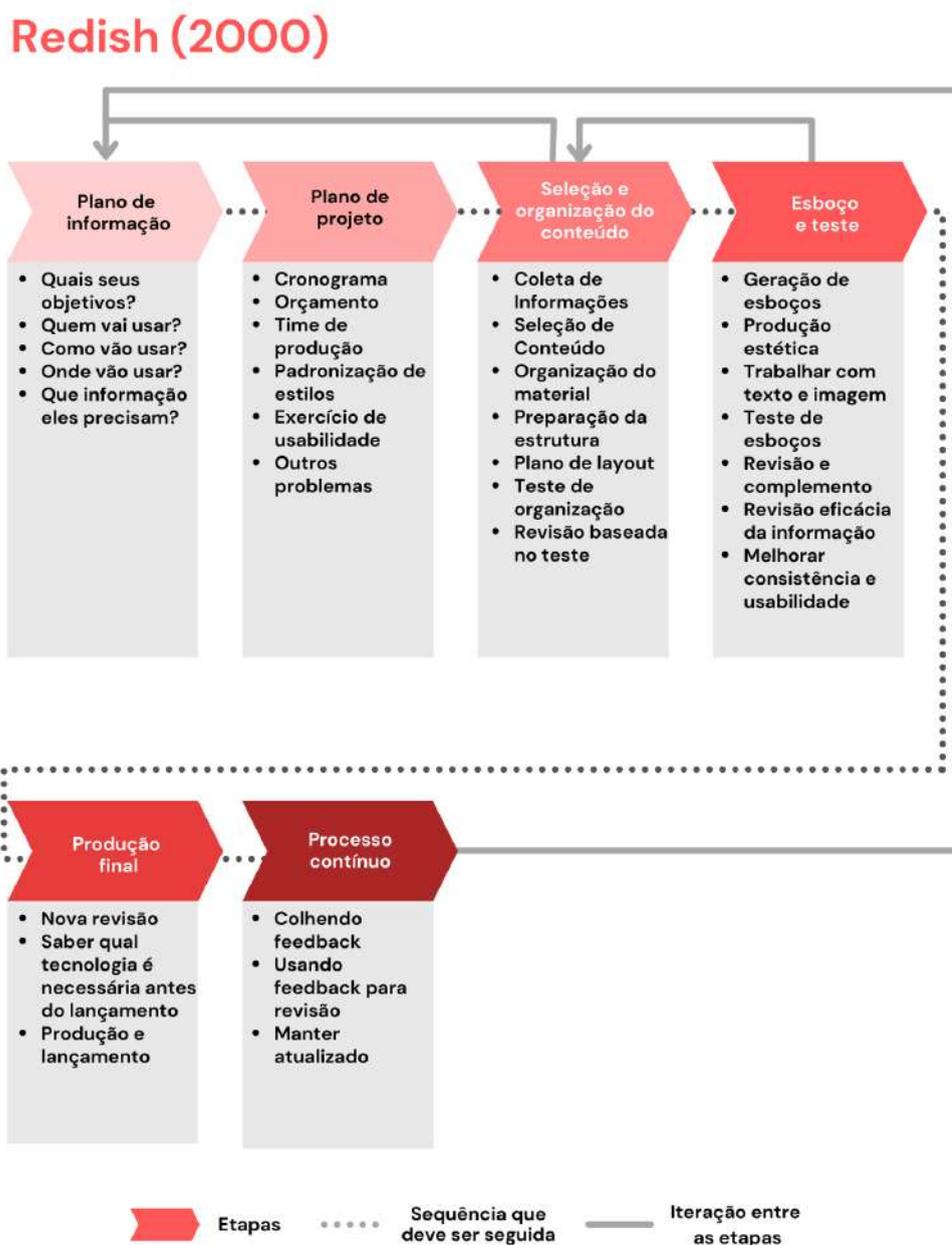
Por último é feita a supervisão, etapa em que se auxilia tanto o setor industrial quanto o cliente, a fim de garantir que o projeto saia como esperado. Esta etapa é fundamental pois garante que não serão cometidos erros que possam comprometer a qualidade do produto.

1.4.2 Metodologia de Redish

Para Redish (2000) o termo design de informação engloba o processo de desenvolvimento de um documento e também a forma como as informações serão apresentadas na página (através de *layout*, tipografia, cores e etc). O design de informação tem como objetivo trabalhar os dados de forma que faça sentido para o usuário, portanto requer que o design tenha profundo entendimento sobre os objetivos que pretende alcançar, que o seu público-alvo esteja bem definido e como este usará o material desenvolvido.

Seu modelo de metodologia considera principalmente a importância do planejamento das questões norteadoras do projeto, o papel da avaliação contínua durante o processo de desenvolvimento e o fato de que os *guidelines* que serão utilizados dependem diretamente das respostas obtidas nas perguntas iniciais. A Figura 3 apresenta o modelo proposto:

Figura 3: representação gráfica do método proposto por Redish (2000).



Fonte: Redish (2000) adaptado pela autora.

Na primeira etapa Redish sugere que o projeto deve começar pelo ato de conhecer o usuário, através da coleta de informações acerca de seus objetivos, motivações e demais informações necessárias para que se obtenha a atenção do mesmo quanto ao que será desenvolvido. A autora ainda sugere cinco perguntas que servirão de guias para o trabalho.

A segunda etapa consiste no planejamento do projeto, momento em que o designer deve fazer um acordo quanto a questões burocráticas como: organização do cronograma, orçamentos e quem fará parte da equipe desenvolvedora. Nesta

etapa também deve-se definir um padrão de estilos que serão utilizados, realizar exercícios de usabilidade a fim de prever outros problemas que podem surgir.

A terceira etapa é feita a seleção do conteúdo e organização das páginas. Neste momento é feita a análise das informações coletadas e seleção do conteúdo final. A partir disso o material deve ser organizado para que seja planejada a estrutura do documento, que deverá ser testado com o usuário. Com base neste primeiro teste, caso necessário, é feita uma revisão no layout.

Em seguida, na etapa quatro, deve-se trabalhar na geração de esboços. Neste momento é importante que o designer se preocupe com a questão estética e funcional, tanto de textos quanto das imagens que serão utilizadas. Da mesma forma que foi feita na etapa três, neste momento também deve-se fazer um teste de usabilidade e revisão do material. De acordo com a autora, este processo pode ocorrer quantas vezes forem necessárias.

A etapa cinco é a etapa final. Nela é feita uma nova revisão e avaliação da tecnologia necessária para o lançamento do produto. Com essas informações definidas, o designer pode liberar a produção e lançamento.

É importante ressaltar que para a autora o processo de revisão deve ser contínuo e deve ser feito sempre através de feedbacks constantes para que seja possível manter o projeto atualizado.

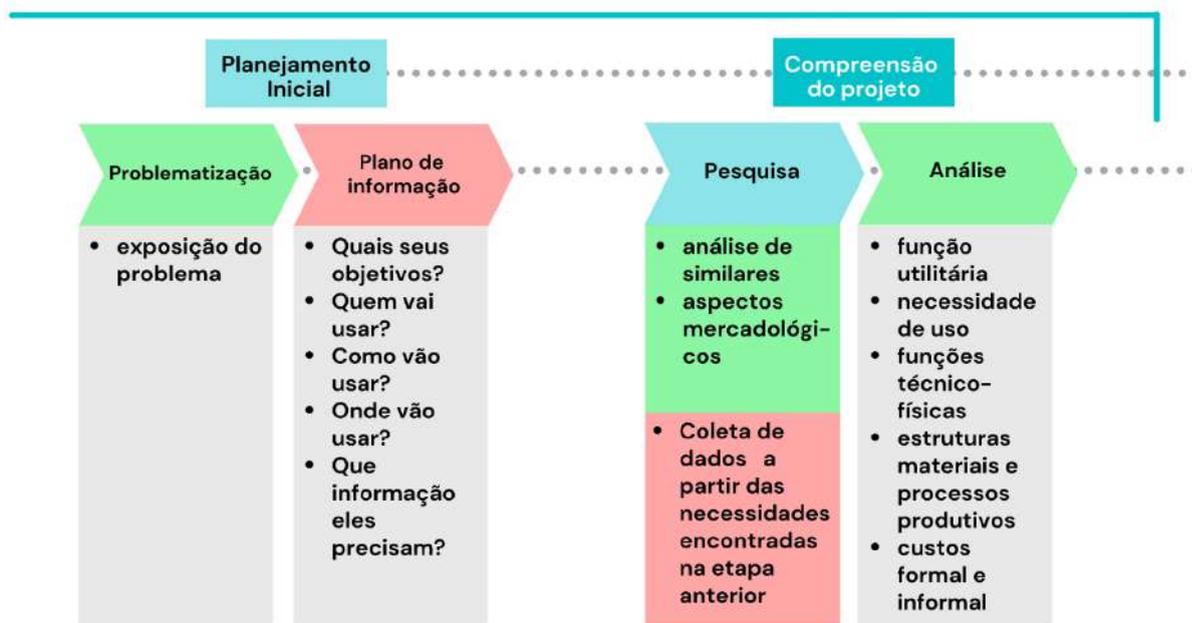
1.4.3 Método adaptado

Matté (2004) e Redish (2000) concordam que a metodologia deve se adaptar ao projeto de acordo com o seu nível de complexidade e requisitos. Dessa forma, optou-se por combinar as duas metodologias, obtendo se um método adaptado que será utilizado neste projeto, conforme a Figura 4 a seguir:

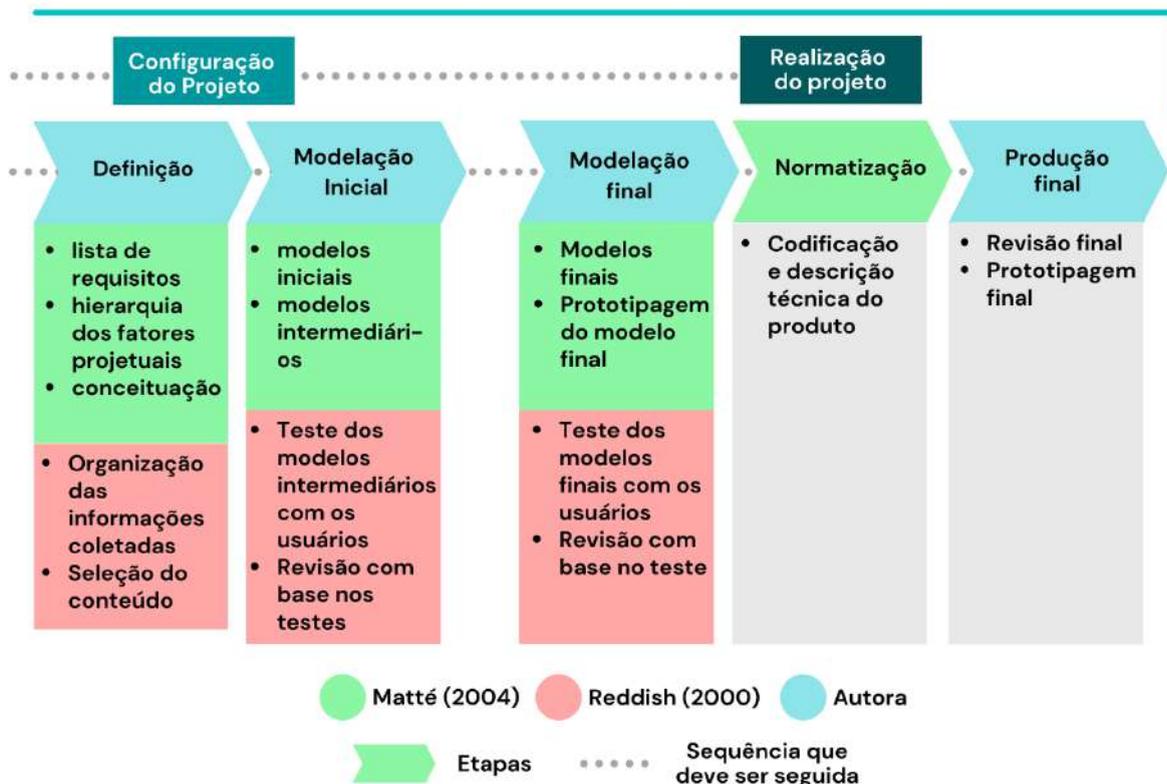
Figura 4: Representação gráfica do método adaptado pela autora

Método adaptado

TCC I



TCC II



Fonte: Adaptado pela autora.

A primeira fase do método adaptado consiste na exposição do problema que será abordado no projeto gráfico e na etapa do plano de informação do conteúdo do livro. Essa etapa visa identificar de forma superficial, através de algumas perguntas sugeridas por Redish (2000), o perfil do público-alvo, para que se possa entender qual a melhor forma de fazer o aprofundamento das informações na etapa seguinte.

A etapa de pesquisa é dividida em duas categorias que se complementam. A primeira é relacionada ao livro enquanto objeto físico e tem como tarefa principal o levantamento de dados a partir da análise de similares ampla e aspectos mercadológicos. A segunda categoria é relacionada ao conteúdo do livro e consiste no levantamento de dados sobre o público-alvo utilizando como base as informações coletadas na fase de planejamento inicial.

A terceira etapa consiste em fazer uma análise mais profunda de similares que se aproximem do projeto que irá ser desenvolvido. Neste momento serão utilizados os tópicos sugeridos por Matté (2004) apresentados anteriormente.

Com os dados já coletados inicia-se a fase de configuração do projeto com a etapa de definições, momento em que deve-se trabalhar no desenvolvimento da lista dos requisitos de projeto e conceituação. É neste momento também que o conteúdo final do livro é organizado e selecionado para então ser trabalhado na etapa de modelação inicial, quando se inicia o processo de criação dos modelos iniciais e refinamentos dos modelos intermediários. Os modelos intermediários serão testados com os usuários e se necessário serão feitos os ajustes, até que se possa passar para a etapa de modelação final.

Da mesma forma que na etapa anterior, os modelos finais serão testados com os usuários depois de ter sido feita a prototipagem. Ao ser aprovado, o projeto entrará na fase de codificação e descrição técnica do produto, revisão final e prototipagem final para entrega do trabalho. É importante ressaltar que o relatório do TCC será escrito durante todo o processo, sendo considerado parte do projeto.

2 Fundamentação Teórica

Neste capítulo será apresentada uma pesquisa sobre o design de estampas abordando sua origem, classificação e contexto histórico. Também serão aprofundados os conhecimentos quanto ao design editorial. Como a autora deste projeto atuará não somente como designer gráfica, mas também como produtora de

conteúdo e editora, serão abordadas questões relativas ao projeto editorial do livro, pertinentes à seleção, organização e disposição do conteúdo proposto.

2.1 Design de Estampas

De acordo com Moreira e Monteiro(2016), o termo “design de estampas”⁵ é o mais utilizado no mercado para descrever qualquer aplicação gráfica sobre tecido. Porém no âmbito acadêmico é mais comum associarmos a produção de estampas com o design de superfícies ou com o design têxtil. A seguir serão apresentadas as definições de ambas as áreas.

2.1.1 Classificação

Moreira e Monteiro (2016) explicam que as estampas são imagens aplicadas em diversas superfícies e podem ser localizadas ou corridas. Na primeira, a imagem formada é aplicada uma única vez na superfície de cada peça, destacando a figura desejada. A Figura 5 mostra um exemplo de estampa localizada aplicada:

Figura 5: Exemplo de estampa localizada



Fonte: estampa desenvolvida pela autora para a marca Bahz Shop. Foto disponibilizada pela marca.

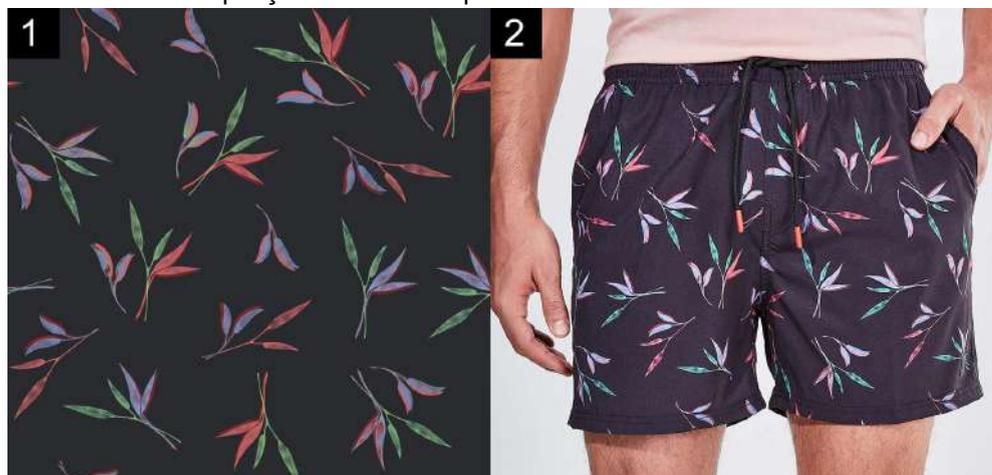
Já a estampa corrida é caracterizada pela repetição dos elementos a partir de um módulo sem ter necessariamente a intenção de destacar algum elemento

⁵ Pode ser chamado também de design de estamparia. Não tendo sido encontrada nenhuma diferença na bibliografia consultada, que utilizam as duas formas indistintamente.

específico. Para Rüttschilling (2008, pg. 64), este módulo é “a menor área que inclui todos os elementos visuais que constituem um desenho” e pode ser composto por elementos que, ao serem interpretados pelo observador, comunicam a intenção do designer com a peça. Por exemplo, em uma estampa cujo tema é um piquenique, poderemos encontrar figuras como frutas, bolos e flores. Para a autora, também constituem um módulo os elementos de preenchimento, que são os grafismos e texturas utilizados para preencher o fundo e conectar visualmente as figuras. Também são importantes os elementos de ritmo, que são a forma em que se representa visualmente estes elementos, como posição, cor, etc.

A repetição dos módulos, chamada de *rapport*, pode ser feita de forma simples, como em uma parede de azulejos, onde a reprodução dos elementos ocorre linearmente ou de maneira mais complexa, quando a disposição dos módulos é feita de forma não linear (RUBIM, 2013). Para que se tenha sucesso com a repetição é necessário que o designer planeje os pontos onde os módulos se encontrarão, para que ao serem posicionados lado a lado, se forme uma nova percepção da imagem, revelando novas relações entre as figuras. Este sistema de repetição é guiado por dois princípios: continuidade, onde os módulos são ordenados de forma ininterrupta garantindo a sua propagação e contiguidade, que é a harmonia visual resultante da repetição do módulo em todas as suas direções (RÜTHSCHILLING, 2008). A Figura 6 mostra um exemplo de estampa corrida aplicada em uma bermuda:

Figura 6: *Rapport* e aplicação de estampa corrida — 1. Módulo desenvolvido pela autora para a marca Youcom. 2. Repetição do módulo aplicado em uma bermuda.



Fonte: estampa desenvolvida pela autora para Loja Youcom. Foto disponibilizada pela marca.

2.1.2 Design de Superfície ou Design Têxtil?

De acordo com Rüttschilling (2008), o termo design de superfície começou a ser utilizado no Brasil em 1987, a partir de uma tradução literal do termo original *surface design*. Esse termo original se limita ao campo da atuação têxtil, enquanto a versão brasileira foi considerada - pelos profissionais da área na época - uma expansão do campo de atuação, independente da superfície escolhida (RÜTHSCHILLING, 2008). Para o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq, o design de superfície passou a ser considerado uma especialidade do design somente em 2005.

Em seu livro *Design de Superfície*, Evelise Rüttschilling define o termo como:

[...] atividade criativa e técnica que se ocupa com a criação e desenvolvimento de qualidades estéticas, funcionais e estruturais, projetadas especificamente para constituição e/ou tratamentos de superfícies, adequadas ao contexto sócio-cultural e às diferentes necessidades e processos produtivos. (RÜTHSCHILLING, 2008, pg 23).

Desta forma o design de superfície pode ser entendido como a projeção de imagens ou texturas utilizando de técnicas do design, avaliando o contexto sócio-cultural e os materiais disponíveis que serão necessários para o desenvolvimento do projeto, independente da superfície escolhida. Por tanto é possível encontrar padrões ou texturas aplicadas de diversas formas como em cerâmicas, papelaria, decoração de interiores, etc. No entanto, Renata Rubim (2013) esclarece que não se deve pensar que o design de superfície é sempre a aplicação de uma estampa corrida. Para a autora essa interpretação talvez ocorra devido a uma limitação da língua portuguesa que não possui um termo que traduza na sua totalidade o significado da palavra *pattern*. De acordo com o *Cambridge Dictionary*, o termo *pattern* significa uma forma particular em que alguma coisa é criada, organizada ou acontece; pode ser também a repetição organizada de elementos, formas e cores em uma superfície. Ou seja, segundo Rubim, representa um padrão contínuo ou apenas um modelo ou molde a ser seguido (RUBIM, 2013).

O design têxtil considera além da estampa desenvolvida, a influência da trama e o tecido que será utilizado. Lanaro (2018) aponta que a estampa diferencia o tecido, tornando-os mais exclusivos e originais, fazendo com que se tornem mais atrativos para o público. Com isso, o design de estampas passa a ser parte

fundamental do design têxtil, pois permite que através do uso de símbolos, cores e padrões seja possível inovar e se diferenciar dentro do mercado da moda.

2.1.3 Breve História da Estamparia Brasileira

De acordo com Lanaro (2013) o uso das roupas estampadas surgiu pela miscigenação cultural desde o Brasil Colônia. Para a autora, na época, os imigrantes europeus precisaram adequar a sua vestimenta para o clima tropical brasileiro que influenciados pelas cores e texturas do país deram início ao modo de vestir brasileiro, com estampas florais, com frutas, paisagens e animais (Silva, 2016). Inicialmente utilizou-se o algodão estampado, matéria-prima que já era utilizada pelos povos nativos, que o teciam e tingiam para utilizar em redes e faixas (SIMILI E BARBEIRO, 2016).

O tecido de algodão já era familiar aos colonizadores europeus que comercializavam o tecido de origem indiana. O material se popularizou rapidamente e era utilizado por mulheres de todas as classes sociais (LANARO, 2013). Nesse período as estampas mais desejadas eram os buquês florais, rendas, frutas, dragões e outros elementos da cultura chinesa (SILVA, 2016). No século XVIII, a produção de tecidos de qualidade pela indústria mineira chamou atenção da coroa portuguesa, que por medo que uma capitania se tornasse independente dos produtos portugueses, proibiu qualquer tipo de manufatura no país, ordenando que todos os teares fossem levados para o país europeu. A produção de tecidos só foi permitida novamente em 1808, com a chegada do príncipe regente Dom João ao Rio de Janeiro (SIMILI E BARBEIRO, 2016).

De acordo com Fujita e Jorente (2015 apud SILVA, 2016), no século XIX, a Bahia foi o primeiro centro de indústria têxtil brasileiro, devido principalmente a uma grande população escravizada, matéria prima abundante e fontes hidráulicas de energia. Porém, Silva (2016) esclarece que a maior parte dos tecidos utilizados no país eram de origem estrangeira e somente no século XX é que passou-se a diversificar a produção e também exportar algodão.

No século XX, durante a década de 50, com o crescimento da indústria brasileira, os tecidos estampados brasileiros começaram a ser analisados esteticamente, resultando na atribuição de um caráter nacional aos elementos utilizados. Essa relação foi um importante marco político, visto que a ideia de cultura brasileira vinha sendo explorada desde a era Vargas.

Os anos de 1960 e 1970 foram marcados pelo crescimento econômico incentivado pelo governo, que buscava a modernização e ampliação da estrutura têxtil nacional. Ainda que neste período a população brasileira acreditasse que o profissional nacional não era capaz de se manter atualizado com as tendências de moda, a disseminação do design e profissionalização do setor fizeram com que o mercado de estamparia crescesse (NEIRA, 2012). Silva (2016) explica que os anos 1980 e 1990 foram marcados pela crise econômica. As empresas começaram a investir em maquinários voltados para a alta produtividade, principalmente pelo incentivo estrangeiro de que o país se abrisse à globalização. Porém com a redução de taxas de importação nos anos 90, houve um aumento da importação de fios e tecidos sintéticos e artificiais, fazendo com que os produtos nacionais não conseguissem competir com os importados e as empresas encerrassem seus trabalhos. Também por influência internacional, as estampas desejadas possuíam estilo estadunidense, como o animal print, listras largas e florais Liberty de origem inglesa.

No século XXI, se destaca a importação dos produtos chineses. Devido aos custos baixos e ao alto volume de produção exigido pelas empresas, o país asiático foi capaz de absorver a demanda de forma rápida e diversificada. Silva (2016) afirma que os estilos mais populares são florais tropicais, *boho*⁶, *folk*⁷, *animal print*⁸, folhagens, listrados, geométricos e sobretudo a mistura de texturas e técnicas.

2.1.4 A Profissão de Designer de Estampas no Brasil

Com a invenção do tear mecânico durante a revolução industrial tornou-se possível produzir tecidos estampados em grande escala, sendo esse o primeiro momento em que houve a divisão de trabalhos entre o fabricante de tecidos e o desenhador de estampa. Na época, as pessoas que trabalhavam nessa área, não eram considerados designers e sim estampadores (QUEIROZ, 2018). Neira (2012) explica que no início do século XX, na cidade de Bangu, no estado do Rio de Janeiro, a empresa BANGU - Companhia do Progresso Industrial do Brazil já formava profissionais encarregados da produção de estampas, por meio do conhecimento prático que era passado de um profissional para o outro. De acordo

⁶ Estampa caracterizada pela fusão de estilos diferentes como o étnico, o oriental e o hippie.

⁷ Estampa caracterizada pelos padrões étnicos, baseados nos elementos do folclore estadunidense.

⁸ Estampa baseada nos padrões encontrados na pele dos animais selvagens.

com o autor, a empresa possuía uma escola interna, onde já no jardim de infância ensinava-se às crianças com mais de sete anos de idade o processo de criação de estampas. Apesar disso, os materiais criados não eram originais, pois utilizava-se um sistema de referências dos produtos estrangeiros. Isso ocorria pois, de acordo com o autor, a padronização das operações e indisponibilidade de recursos, não permitia que novas ideias fossem propostas, bem como as vantagens financeiras que as empresas ganhavam ao não precisar investir em pesquisa e projeto. Em contrapartida com Neira (2012), Silva (2016) informa que entre os anos 1920 e 1940, os artistas passaram a contribuir com a produção de estampas, seguindo as influências modernistas.

Nos anos 1960 algumas empresas do ramo começaram a investir na divulgação da estampa brasileira no exterior, convidando diversos artistas para criar estampas que refletissem a brasilidade na alta-costura. Nesse período, muitas estampas eram compradas do exterior, pois os empresários acreditavam que o profissional nacional não estaria atualizado quanto às tendências por estarem muito distantes da Europa. Dessa forma os profissionais autônomos que possuíam experiência fora eram mais procurados (SILVA, 2016). Os anos 1970 teve como enfoque a produção de desenhos no país através da criação de estampas com temáticas brasileiras, como flora e fauna tropicais e os folclores nacionais (NEIRA, 2012). O autor demonstra em sua pesquisa que nos anos 1980 a profissão de designer de estampas ainda não era reconhecida. Os profissionais entravam nas fábricas e eram alocados no setor devido ao “dom do desenho”, aprendendo o processo com os profissionais mais antigos (SILVA, 2016).

A partir dos anos 1990 e anos 2000, com o surgimento do computador e dos softwares de desenho, a procura pelos profissionais de estamparia aumentou. Silva (2016) explica que a redução do custo de produção fez com que empresas menores pudessem produzir estampas originais. O autor ainda complementa que o aumento do número de coleções pelas grandes marcas e o desejo pela exclusividade impulsionaram o setor, ocasionando o surgimento de diversos estúdios especializados em estamparia, criados por profissionais que saíram das confecções e estamparias. O autor não cita nenhum exemplo.

Hoje as estampas estão sendo desenvolvidas por designers de estampas, artistas plásticos e estilistas (SILVA, 2016). Porém Vieira (2014) afirma que devido as habilidade necessárias para o desenvolvimento de uma estampa, profissionais

das áreas de Artes Visuais, Design de Moda, Publicidade e Arquitetura estariam capacitados, mas a formação de Design Gráfico é a mais apropriada. Em sua pesquisa, Silva (2016) elenca que as principais habilidades necessárias para o exercício da profissão estão relacionadas ao conhecimento do processo de criação da moda e do design, análise crítica, ter repertório visual, entender de composição, semiótica, psicologia das cores e dominar as ferramentas digitais. Também é fundamental conhecer o processo de estampa e suas limitações, se manter atualizado e ter o hábito de pesquisar.

2.2 Design Editorial

O design editorial é a especialidade do design gráfico focada na “curadoria de narrativas para aqueles com uma paixão por compartilhar um ponto de vista, interesses ou mesmo uma marca” (ZAPATERRA; CALDWELL, 2014, p.7). Luiz Fetter (2011), por sua vez, define como área responsável pela edição de publicações, sejam elas periódicas ou não.

Quando se trata do design editorial especificamente no formato de livro, Haslam (2010, p.9) conceitua que o livro é: “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”. O autor explica que o livro é responsável por preservar ideias, evitando que as informações se percam na memória e no discurso humano.

2.2.2 Projeto Editorial

“Toda publicação começa como uma ideia, um assunto ou mensagem que possui função, mas não tem forma” (SAMARA, 2011, pg.12). Para o autor, é no projeto editorial que o conteúdo toma forma, pois é nele que o designer encontrará as orientações que nortearão o projeto. Na visão de Zappaterra e Caldwell (2014), as escolhas tomadas nesse momento influenciarão na maneira que a história será lida e interpretada pelo usuário.

2.2.2.1 Produção de Conteúdo

Para Samara (2011) o primeiro passo para o desenvolvimento de uma publicação é identificar o assunto da mensagem. Para o autor, a mensagem possui níveis de função, sendo a função primária o assunto em si, a secundária é ser

relevante e acessível para um grupo específico de pessoas e a terciária é a função de transmitir uma emoção que as diferencie das demais para o público. O autor do conteúdo deve considerar todos esses pontos e utilizando de textos e imagens deve junto do designer construir a publicação. O autor considera que o conteúdo não se limita ao texto escrito, pois as imagens, cores e tipografia também estão associadas às funções mencionadas, já que mesmo em um nível abstrato também acrescentam mensagens ao layout, somando a interpretação do texto feita pelo usuário. Portanto, a participação do designer é fundamental nessa etapa do projeto já que as decisões feitas afetarão diretamente a interpretação do produto pelo cliente.

2.2.2.2 Editoração

Para Bahn (2008) o papel do editor no projeto de um livro é amplo. O editor deve certificar-se de que existe coerência entre os textos e imagens enviados pelo cliente, podendo acrescentar elementos caso necessário. O profissional deve também garantir que o texto esteja correto e que os direitos autorais de reprodução do conteúdo foram adquiridos. Samara (2011) acrescenta que é papel do editor a tarefa de selecionar como será publicado o livro, mas que em alguns casos essa tarefa pode ser realizada em conjunto com o designer.

Essa definição de editor apresentada pelos autores tem origem na língua inglesa, porém conforme Araújo (1986 apud HALUCH, 2013), o termo na língua portuguesa representa o profissional que possui a responsabilidade comercial sobre o produto. Considerando que ambas definições se complementam, é neste momento que se deve definir que tipo de livro será feito. Haluch (2013, pg. 20-23) os diferencia nas seguintes categorias:

- a. **Livro-texto:** somente texto, sem ilustrações. Pode conter gráficos e tabelas. Neste tipo, é importante se concentrar na escolha de fontes e espaçamentos.
- b. **Livro-ilustrado:** composto por texto e imagens, que podem ser fotografias ou ilustrações. Neste formato deve-se utilizar um grid, pois as imagens precisam acompanhar o texto reforçando a mensagem que se deseja transmitir.
- c. **Livro de arte:** composto principalmente por imagens. Normalmente os textos são usados como legenda ou em pequeno volume.

d. Livro do artista: livro conceitual desenvolvido pelo artista. Normalmente tem pouca tiragem e podemos encontrar todo o tipo de material.

Seguidamente à decisão do tipo de livro, o editor pode seguir com as etapas seguintes da cadeia de produção do livro: avaliar custos, planejar orçamentos e possíveis contratações terceirizadas necessárias. O editor nesse momento também deve encaminhar o texto para revisores, pois somente depois da revisão será possível começar o processo de editoração (HASLAM, 2010).

2.2.3 Projeto Gráfico

É no projeto gráfico que o designer passa a ter um papel fundamental, pois cabe a ele deixar claro para o leitor a identidade visual da publicação (FETTER,2011). Zappaterra e Caldwell (2014) observam que para garantir o êxito de um projeto editorial é fundamental que o designer possua uma boa relação com todos os profissionais envolvidos na produção. Visto que enquanto o editor planeja o conteúdo, é função do designer organizá-lo, garantindo que o conceito e a identidade do projeto se mantenham durante a produção.

Reforçando a importância do conceito, Woloszyn et al (2017) ressalta que é através dele que será possível compreender a temática do livro, seu contexto cultural e o público-alvo escolhido. Nesse sentido, o designer deve focar a sua atenção simultaneamente nos detalhes e no nível macro do design editorial, uma vez que juntos, irão determinar a forma final (SAMARA, 2011).

2.2.3.1 Composição do Livro

Para um designer editorial é essencial o conhecimento das diversas partes que formam um livro. Os termos e suas definições são utilizados por toda a indústria e conhecê-los garante que todos os envolvidos estejam a par do projeto quanto a sua estrutura (Haslam, 2010). Moroni (2017) acrescenta que partes que compõem a anatomia de um livro devem em conjunto valorizar a obra, bem como valorizar a complementar a leitura. Haluch (2013) divide a estrutura do livro em três partes: pré textual, textual, pós-textual e também os elementos extratextuais.

Haluch (2013) explica a função principal dos elementos pré-textuais como sendo os elementos que não pertencem ao texto do autor, mas que devem ser inseridos a fim de introduzir o leitor ao que será apresentado. Nessa categoria estão

incluídos: falsa folha de rosto, folha de rosto, dedicatória, epígrafe, sumário, lista de ilustrações, lista de abreviaturas e siglas, prefácio, agradecimentos e introdução. A autora ressalta que nem todos os elementos são obrigatórios e devem ser utilizados conforme a necessidade do projeto.

Os elementos textuais representam o conteúdo do livro. Estão diretamente ligados ao corpo do texto e devem aparecer de forma padrão em toda a extensão do livro (Haluch, 2013). Moroni (2017) reforça explicando que com a padronização, o leitor se familiariza com o material, facilitando a compreensão e navegação do conteúdo. Os elementos textuais são: páginas capitulares, páginas subcapitulares, fólios, cabeças ou cabeçalhos, notas, elementos de apoio e iconografia.

Moroni (2017) considera que os elementos pós-textuais devem vir ao fim do livro, pois têm como objetivo complementar a obra. Os elementos são: posfácio, apêndice, glossário, bibliografia, índice, colofão e errata.

Os elementos extra textuais são o primeiro contato do leitor com a obra, pois são os elementos que integram o revestimento do livro. Essa categoria é composta pelas quatro capas, sobrecapa ou jaqueta, lombada e orelhas (MORONI, 2017).

2.2.3.2 Suporte

O suporte é o nome dado para o material em que a obra foi impressa, sendo o mais comum o papel (MORONI, 2017). Para Bahn (2008), devido a variedade de papéis disponíveis no mercado hoje, é fundamental que seja feita a escolha adequada do material de suporte levando em conta as suas características e as necessidades do projeto editorial. O autor afirma que o papel é responsável por mais da metade do custo de produção de um livro, portanto a sua escolha deve ser feita com atenção. Haluch (2013) explica que os papéis voltados para impressão são chamados de papéis editoriais. Para a autora, os papéis mais comuns no mercado nacional são o altaprint, o offset, o papel pólen e o papel couché. Para a capa o mais utilizado é o papel cartão triplex em diversas gramaturas.

2.2.3.3 Formato

É fundamental pensar qual o formato mais adequado para o produto tridimensional livro impresso, pois esse garantirá a funcionalidade do conteúdo, organizando de forma lógica as informações (SAMARA, 2011). Para Tschichold (2007), o formato de um livro deve garantir que o mesmo seja manuseável, caiba

verticalmente em uma prateleira, não seja pesado e não gere desconforto para o leitor durante a leitura. Apesar de que para Tschichold (2007) um livro em nenhuma hipótese deva ter o formato quadrado, devendo seguir sempre uma proporção geométrica de 2:3, 3:4 ou a Seção Áurea, Samara (2011) esclarece que por mais funcionais que os formatos padrões sejam, não é necessário segui-los. Para o autor, propor mudanças sutis no formato do livro pode chamar a atenção do leitor, tornando-se um diferencial. Porém é importante que as questões práticas não sejam afetadas. Nesse sentido, para Luiz Carlos Fetter (2011), o ideal é que seja considerado o tamanho de papel disponibilizado pela indústria. No Brasil, os formatos utilizados são o AA (760x120mm) e BB (660x960mm) e muitas gráficas disponibilizam tabelas que garantem o aproveitamento máximo do papel. O formato do livro definirá a estrutura que será utilizada no seu interior, como a sua modulação, grid, margens e conseqüentemente a mancha de texto (Helich, 2013). O formato também influenciará diretamente na percepção do leitor quanto a experiência de leitura. Ainda quanto ao formato, Samara orienta que:

[...] O formato quadrado apresenta um espaço neutro, sem tensão. O vertical reflete o corpo humano, criando um impulso visual vertical que é tenso e ativo. Em contraste, o formato horizontal é sereno, reflete a paisagem; seu impulso é menos dinâmico e cria movimento entre esquerda e direita. (SAMARA, 2011, pg 62)

Portanto, deve-se ter bem definido o público-alvo do livro, a fim de identificar qual a mensagem que se deseja comunicar e também a situação de uso em que o livro será utilizado.

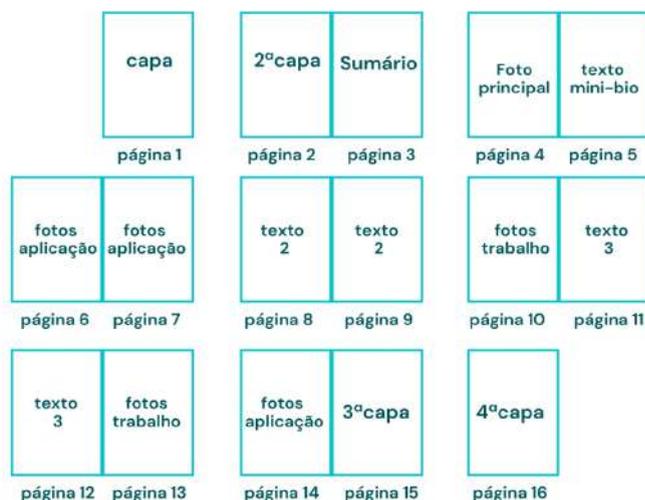
2.2.3.4 Imposição e Espelho

Com a definição do formato do livro e com o conteúdo em mãos, o designer deve se dedicar a paginação. Neste momento o profissional deve definir a imposição das páginas, definindo a ordem em que estarão dispostas no caderno e a estrutura das seções do material (SAMARA, 2011). Independentemente do tamanho do papel, as folhas são dobradas para que formem cadernos de 8,16,32 ou 64 páginas. Por isso, os livros devem sempre conter um número total de páginas múltiplas de quatro (HALUCH, 2013).

Para evitar problemas com o excesso ou a falta de páginas que formarão os cadernos é aconselhável fazer uso de um “espelho” ou diagrama de paginação

(Figura 7). Samara (2011) explica que a visualização do material sequenciado em páginas e cadernos ajuda a planejar o conteúdo, possibilitando o reposicionamento do mesmo caso necessário.

Figura 7: Espelho com 16 páginas.

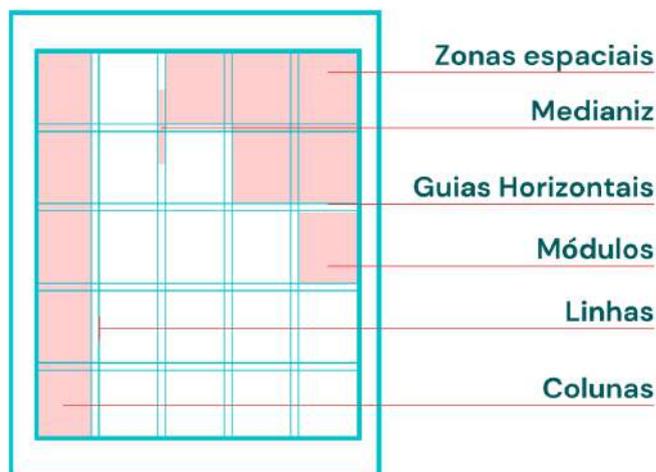


Fonte: Desenvolvido pela autora com base no apresentado por Samara (2011)

2.2.3.5 Grid

Assim que definido o formato do livro e disposição do conteúdo nas páginas, o designer deve partir para a construção do projeto bidimensional da publicação. Neste sentido, Samara (2011) salienta que o grid é uma ferramenta utilizada para a organização do layout que será utilizado, diferenciando as informações e facilitando a navegação entre elas. Fetter (2011) afirma que mais do que organizar os elementos, o grid serve para estabelecer as proporções e hierarquias que serão seguidas pelo projetista e pelo leitor. Um grid é composto por linhas guias que traçam as relações de alinhamento da página, podendo ser dividido em módulos simétricos ou não. Também compõem um grid as margens, guias horizontais, módulos, zonas espaciais, marcadores, colunas e entre-colunas como mostra a Figura 8 a seguir:

Figura 8: Anatomia do Grid



Fonte: Desenvolvido pela autora com base no apresentado por Samara (2011)

Haluch (2013) aponta que o grid não deve ser rígido e não deve limitar o projeto. Seu objetivo é manter o layout limpo e organizado. Nesse contexto, Samara (2011) reforça que seu uso garante ao designer a possibilidade de diagramar um alto volume de texto em pouco tempo, pois diversas decisões já terão sido tomadas no início do projeto. Para a construção de um bom grid, Samara (2011) observa que é necessário avaliar o conteúdo que será diagramado, analisando a quantidade de texto e a proporção das imagens. E a partir disso definir se será utilizado um modelo de colunas ou até mesmo um modelo modular, que podem seguir tamanhos diversos.

2.2.3.6 Tipografia

Ao fazer o projeto gráfico de um livro, é fundamental que o designer se debruce sobre o estudo da tipografia. O uso adequado de tipos depende de vários fatores e escolhas coerentes para que a leitura não seja prejudicada (BANN, 2012). Para Fetter, Cattani e Lima (2008), a tipografia está diretamente relacionada com a comunicação. Samara (2011) concorda com Fetter e afirma que em um livro ou qualquer tipo de publicação, mesmo que baseada em imagens, a tipografia deve garantir a fluidez da leitura e facilitar a compreensão do leitor quanto às informações apresentadas.

Assim como Matté (2008) acredita que um bom planejamento garante a compreensão do projeto como um todo e facilita o processo de decisão, Fetter et al. (2008) considera que o uso adequado da linguagem por profissionais do design é

fundamental para respaldar as tomadas de decisão. Por isso é importante esclarecer alguns termos que auxiliarão no momento da seleção das famílias tipográficas que serão utilizadas no projeto. Neste sentido, Niemeyer (2010) apresenta as classes e subclasses utilizadas na classificação das fontes tipográficas:

1. Romanos: humanistas, garaldos, transicionais, didones e mecânicos;
2. Lineares (ou sem serifa): grotescos, geométricos, neo grotescos e humanísticos;
3. Incisos;
4. Manuais: display (ou decorativos ou fantasia) e brush;
5. Manuscritos (ou script);
6. Góticos: texturizados, bastardos, Fraktur e variantes de Fraktur;
7. Não Latinos.

Além de conhecer a terminologia adotada na área, um designer de livros deve escolher uma fonte tipográfica que se adeque ao projeto, garantindo que o texto seja legível. Um texto deve se comunicar com todos e não causar incômodo ao leitor (TSCHICHOLD, 2007). Para que isso ocorra, é importante se preocupar com o tamanho da letra e os espaçamentos entre tipos, palavras, linhas e parágrafos (SAMARA, 2011).

Tschichold (2007) afirma que um trabalho bem acabado e legível depende da correta composição de cada linha. Samara (2011) complementa que independente da experiência do leitor o número ideal de palavras por linha é de aproximadamente oito a doze palavras, definindo então a largura do parágrafo.

2.2.3.7 Impressão

Historicamente o processo de impressão costumava ser feito com auxílio de uma prensa tipográfica — equipamento que utiliza o alto-relevo e como uma espécie de carimbo, imprime na superfície a imagem. Para Bahn (2008), os processos de impressão podem ser definidos de acordo com a superfície escolhida. E assim como a prensa tipográfica, outros processos de impressão podem trabalhar com alto-relevo ou por meio de processos planos, quando a matriz de impressão é feita em pedra, metal e diversos materiais. O autor afirma que para escolher a forma de impressão mais adequada para o projeto é necessário identificar o objetivo que se pretende alcançar.

Atualmente, principalmente quando o projeto impresso tem altas tiragens, o processo de impressão mais utilizado é a impressão offset. Bahn (2008) explica que a impressora é formada por um sistema de cilindros que rotacionam entre si, direcionando o papel por entre eles para que passe por todas as etapas do processo. A impressora pode ser alimentada por folha, podendo imprimir entre 4 e 15 mil folhas por hora ou pode ser rotativa, sendo alimentada por bobinas de papel que garantem a impressão de mais de 50 mil folhas por hora. Suas principais vantagens são a capacidade de impressão em diversos tipos de papel, alta fidelidade do detalhamento da imagem e baixo custo de impressão para grandes tiragens. Porém, as desvantagens estão relacionadas ao uso da água no processo, podendo gerar variação nas cores e restrição dos formatos disponíveis devido ao corte fixo da impressora offset rotativa. Para pequenas tiragens, de até 500 exemplares ou menos, o ideal é usar impressão digital. Bahn (2008) explica que por não ser necessária a gravação dos cilindros, o custo passa a ser mais acessível. A impressão é feita diretamente a partir de um arquivo de computador e o prazo de entrega é menor. Porém, a qualidade da impressão é inferior ao offset e os insumos são mais caros.

2.2.3.8 Acabamento

Antes de imprimir o trabalho é fundamental que o designer e o editor se preocupem com o acabamento do produto impresso. Para isso, uma boa ferramenta é a construção de um boneco — espécie de protótipo em que se é possível avaliar os detalhes do projeto, como peso, papel, estilo de encadernação e até mesmo tamanho da lombada. Nesse momento é possível identificar se será necessário fazer vincos, cortes e perfurações. É na etapa de acabamento também que é feita a tomada de decisão sobre o tipo de capa que será utilizado. De acordo com Haluch (2013) e Bahn (2008), os formatos mais comuns são:

- **Brochura:** quando o miolo é montado em cadernos e colado, costurado ou grampeado na parte interna da lombada. É possível ter orelhas que garantem uma estrutura mais bem acabada, porém a capa sem orelha possui um custo reduzido devido ao número de cortes necessários.
- **Capa Dura:** a estrutura da capa é feita com um papel encorpado que é revestido por um papel com a imagem da capa impressa e internamente é feito o acabamento com a folha de guarda. Para esse tipo de arquivo é

necessário deixar uma margem de 3 a 4 cm além da medida do livro. A capa dura não possui orelha. Os cadernos podem ser costurados ou colados.

- **Capa flexível:** é um meio-termo entre a capa dura e a brochura. A base da capa também é feita em um papel de gramatura alta, mas sem o revestimento externo. A montagem é feita com as folhas de guarda e sem o uso de cola na lombada.

Haluch (2013) sugere que dependendo do projeto é possível fazer alguns acabamentos mais sofisticados para a capa, como o uso de uma sobrecapa ou efeitos especiais como laminação, verniz, relevo, *hot stamping* e facas especiais. Cada acabamento possui uma função diferente que pode repercutir no custo e na durabilidade e influenciar na percepção do usuário sobre o livro.

3 Desenvolvimento do Projeto

Neste capítulo será apresentado o desenvolvimento do trabalho, iniciando pela etapa de problematização e planejamento inicial do livro e a etapa de compreensão do projeto.

3.1 Problematização e Planejamento Inicial

As primeiras duas etapas do projeto consistem, de acordo com o método adaptado, na problematização do projeto e planejamento inicial do conteúdo do livro.

Considerou-se que a exposição do problema foi apresentada nos capítulos anteriores deste trabalho e por tanto não seria necessário apresentá-lo novamente neste capítulo. Para o planejamento inicial, utilizou-se as perguntas sugeridas por Redish (2000) na etapa de plano de informação. As perguntas e suas respectivas respostas podem ser vistas no Quadro 1 a seguir. Para a pergunta de número cinco, concluiu-se que seria necessário consultar o público-alvo para entender exatamente quais informações gostariam de ver no livro.

Quadro 1: Perguntas e respostas do plano de informação

Perguntas	Respostas
1. Quais seus objetivos?	Conhecer mais sobre a área do design de estampa e como é trabalhar com isso a partir do olhar dos profissionais que trabalham com isso.
2. Quem vai usar?	Pessoas interessadas na área do design de estampa que queiram trabalhar ou já trabalham com o assunto.
3. Como vão usar?	Não necessariamente lerão o livro de uma vez só, é possível ler por capítulos conforme o desejo do leitor.
4. Onde vão usar?	Podem ler o livro em suas casas, no trabalho ou em uma biblioteca.
5. Que informações eles precisam?	Nome, região de origem, tempo de carreira, como começou a trabalhar na área, marcas para qual trabalhou, principais trabalhos.

Fonte: Desenvolvido pela autora

3.2 Compreensão do Projeto

A fase de compreensão de projeto consiste na etapa de pesquisa e na etapa de análise. Nela será feito o aprofundamento da pesquisa através de técnicas como aplicação do questionário, entrevistas, personas e análise de similares.

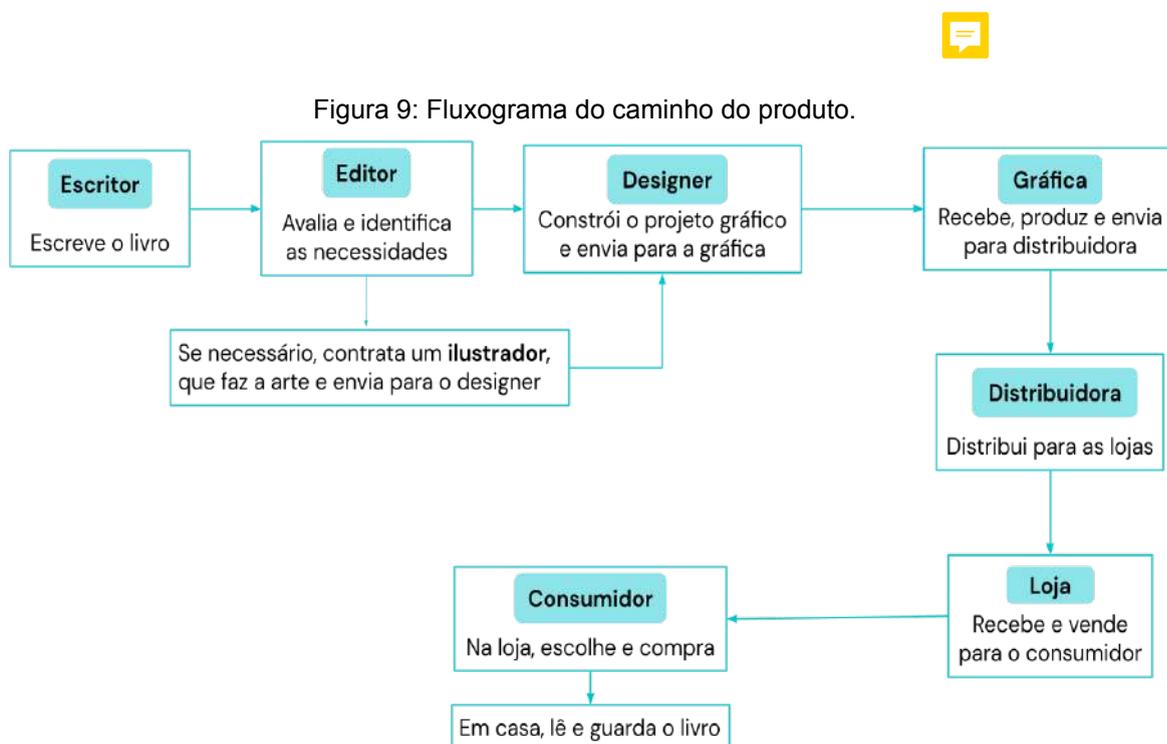
3.2.1 Pesquisa

A etapa de pesquisa, conforme apresentado no capítulo de metodologia, é composta pelo levantamento de dados acerca dos aspectos mercadológicos, coleta de dados para desenvolvimento do conteúdo do livro e análise de livros similares.

3.2.1.1 Ciclo de Vida do Produto

A fim de elencar os principais envolvidos no ciclo de vida de um livro desenvolveu-se o caminho do produto. Considerou-se que o processo começa com o trabalho do escritor e é finalizado no momento que o leitor, após a leitura, guarda o livro. Não foi considerado o descarte do livro ou possível venda para sebos ou terceiros, em função de que na primeira situação o projeto do livro não seria afetado e na segunda situação, o processo se repete considerando a primeira venda do

material. Para melhor visualização, o caminho do produto, com as demais etapas, foi transformado em um fluxograma que pode ser visto na Figura 9 a seguir.



Fonte: Desenvolvido pela autora

Analisando os aspectos mercadológicos e após avaliação do caminho do produto, identificou-se que os principais canais de compra utilizados atualmente são a compra online e a venda em livrarias físicas, que podem ser desde as grandes livrarias, geralmente com lojas em shoppings, até as pequenas livrarias de bairros. Para o desenvolvimento do trabalho, considerou-se somente a venda pelas lojas especializadas. Portanto, não será desenvolvida pela autora uma plataforma para a venda do livro.

3.2.1.2 Stakeholders⁹

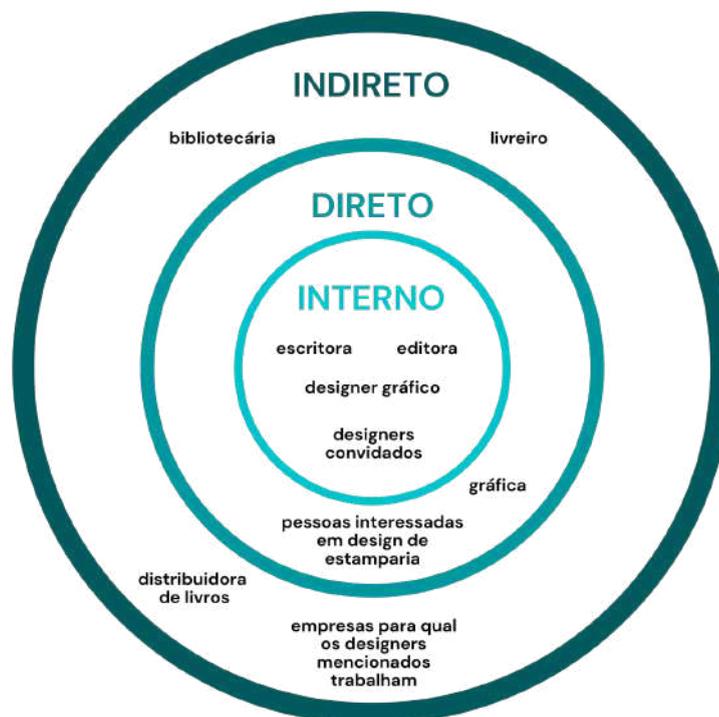
Observando o caminho do produto, foram elencados os *stakeholders* envolvidos no projeto de um livro. Os mesmos foram identificados e agrupados nas

⁹ Pessoas que possuem alguma relação com o projeto. Seu mapeamento auxilia na identificação do público-alvo e consequentemente na elaboração de *personas*.

categorias “interno”, “direto” e “indireto” de acordo com o nível de envolvimento no projeto, como apresentado na Figura 10.

Figura 10: Categorização dos *Stakeholders*

Stakeholders

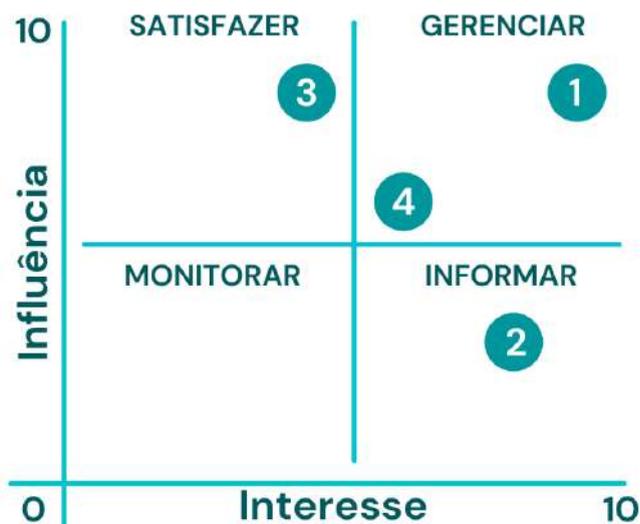


Fonte: Desenvolvido pela autora

Na sequência os classificados como “direto” e “interno” foram organizados quanto a sua influência e interesse no sucesso do projeto, recebendo notas de zero a dez. A partir das notas, foram divididos em uma matriz voltada para a construção da estratégia de contato com cada público. Cada quadrante possui uma estratégia diferente sendo classificados, considerando a ordem dos mesmos, como: gerenciar (manter por perto e comunicar com frequência), satisfazer (informar e garantir atendimento das expectativas), monitorar (acompanhar ainda que informalmente) e por último, informar (formalizar a comunicação informativa). O resultado da matriz pode ser visto na Figura 11.

Figura 11: Matriz de estratégia de contato. Os *stakeholders* foram numerados para facilitação da matriz da seguinte forma: 1)Escritora, Editora e Designer Gráfica; 2) Designers convidados; 3) Pessoas interessadas em estamperia; 4)Gráfica.

Matriz de Estratégia



Fonte: Desenvolvido pela autora

3.2.1.3 Questionário Online

Configurou-se como um dos principais desafios do projeto elencar os nomes dos profissionais que estão atuando hoje no mercado. Somente cumprida esta tarefa se poderia passar para a etapa de seleção dos designers que estarão presentes na publicação, bem como obter informações sobre o público-alvo. Para isso, optou-se por aplicar um questionário online que também facilitaria a identificação das dúvidas do público quanto ao assunto.

Considerando que o público-alvo do trabalho são profissionais da área do design, a primeira e a segunda seção do formulário objetivam filtrar os respondentes, sendo a primeira relacionada à atuação em design e a segunda a separação dos respondentes que trabalham com estamperia dos que trabalham em outras áreas. Desta forma, o formulário foi separado nas seguintes seções:

- **Sou Designer de Estamperia:** com perguntas relacionadas à experiência profissional do respondente, como tempo de atuação na área, empresas que já trabalhou, colegas da área que recomenda e quais critérios, a partir da opinião do respondente, deveriam ser considerados para definir a relevância

do profissional da área. Também foi perguntado se a pessoa aceitaria participar do livro e caso a resposta fosse sim ou talvez, foi solicitado o nome e melhor forma de entrar em contato.

- **Sou Designer:** seção direcionada para os profissionais das demais áreas. Possuía perguntas semelhantes às feitas para os designers de estampa  porém sem as questões relacionadas ao contato do respondente.
- **Livros Sobre Designers:** essa seção tinha como objetivo identificar livros semelhantes para a análise de similares e quais tópicos deveriam ser abordados no livro. Também buscou-se confirmar o interesse do público-alvo quanto ao assunto do trabalho.
- **Sobre você:** nesta seção foram coletados dados gerais sobre os respondentes, como gênero, idade, região de nascimento, escolaridade e regiões do país em que já trabalhou.

O questionário foi disponibilizado na plataforma *google forms* entre os dias 05 e 23 de abril. A divulgação foi feita inicialmente através de grupos do *Facebook*, que tinham como tópico principal design ou design de estamaria. Também foi enviado para profissionais que trabalham com estamaria e eram conhecidos da autora, que solicitou para todos que compartilhassem com outros profissionais da área que conheciam. Conforme novos nomes foram sendo citados nas respostas do formulário, a autora entrou em contato diretamente com cada pessoa pelo Instagram, e-mail e *Behance*, aumentando o alcance do questionário. Optou-se pelo formato *online* devido a amplitude do trabalho, buscando assim alcançar profissionais do país inteiro. A estrutura do questionário contendo mais detalhes referentes às perguntas pode ser encontrada no Apêndice A.

Nesse período foram obtidas 170 respostas, destas somente 165 eram válidas para a análise, pois cinco respondentes não se consideravam designers e portanto não responderam o questionário. Afirmaram trabalhar com design de estamaria 106 respondentes, equivalente a 64,25% do total. Os dados do questionário apontaram também que 161 pessoas responderam que sim ou talvez teriam interesse em um livro sobre designers de estampas representando 97,58% do total de respostas. Os demais resultados do questionário online podem ser encontrados no Apêndice B.

3.2.1.4 Personas e Cenários de Uso

A partir dos resultados do questionário foi feita a construção de três personas que serão utilizadas para a representação do público-alvo e a fim de utilizar os dados de forma correta, a análise foi feita com auxílio da Prof^a. Dr^a. Maria Cláudia Schardosim que possui formação na área da estatística pela UFRGS. As variáveis utilizadas para a construção das personas foram: conhecer livros sobre designers, escolaridade, faixa etária, gênero, trabalhar com estamperia ou não, região de origem, região que está atualmente, situação de emprego atual e ter interesse em saber mais sobre o processo criativo dos designers de estamperia.

A interpretação dos dados demonstrou que as personas deveriam ser duas mulheres e um homem, todos com ensino superior completo ou em andamento, uma pessoa empregada, uma autônoma e um estudante, sendo uma mulher com idade entre 18 e 24 anos e outros dois na faixa etária de 25 a 34 anos. As regiões de origem mais representativas foram a região sul e sudeste. Identificou-se também que é relevante a migração dos profissionais de uma região para a outra. Os dados demonstraram que duas pessoas não deveriam conhecer livros que falassem sobre designers brasileiros e teriam curiosidade quanto ao processo criativo de um profissional de estamperia.

Identificados os perfis que seriam utilizados para cada uma das três personas, foi feito um mapa de empatia para cada, bem como a construção dos cenários de uso do produto. As informações foram organizadas em três painéis a fim de facilitar a visualização geral das mesmas. Os painéis podem ser encontrados no Apêndice C.

3.2.1.5 Entrevista

Para o conteúdo do livro, agrupou-se as respostas do questionário sobre os nomes dos profissionais que hoje trabalham com estamperia, os critérios de relevância de um profissional de design a partir da visão dos respondentes, os assuntos de maior interesse e as perguntas que o público gostaria de fazer para essas pessoas. Foram elencados 176 nomes de profissionais da área que, em função dos limites de um trabalho de conclusão de curso, foram selecionados a partir dos seguintes critérios:

- Ter respondido o questionário e aceitado participar do livro

- Ter sua carreira direcionada para o design de estampas voltado para moda têxtil 
- Possuir menos de 10 mil seguidores no Instagram¹⁰
- Tempo de experiência na área inferior a 10 anos de carreira¹¹
- Região de origem 
- Ter trabalhado com marcas famosas
- Ter um portfólio online

Aplicados os filtros, chegou-se a 20 pessoas. Os designers selecionados foram convidados através do contato fornecido pelos mesmos no questionário, podendo ser por *e-mail*, mensagem no *Whatsapp* ou no *Instagram* para uma entrevista *online*. Os entrevistados foram informados que a conversa se daria na plataforma *google meets* e seriam gravadas utilizando a ferramenta de captura de imagem do *Windows*.

Para escolher quais perguntas seriam feitas na entrevista, organizou-se as sugestões propostas pelos respondentes do questionário nas seguintes categorias: dicas, mercado de estamparia, orçamentos e custos, processo criativo, referências e inspirações, reflexões e sobre o designer. Na sequência, foram agrupadas a fim de identificar quantas vezes cada categoria havia aparecido e qual o percentual de representatividade da categoria para os usuários. O percentual foi utilizado para definir quantas questões de cada tópico seriam feitas na entrevista, totalizando 18 perguntas, que foram organizadas de forma que se formasse uma sequência fluida para a conversa, garantindo que a entrevista não iria ultrapassar o tempo de uma hora. Antes das entrevistas oficiais, foi feito um teste com a designer de moda Nicole Martins, confirmando a ordem das questões e totalizando um tempo de 28min de conversa.

Durante o período da primeira etapa deste trabalho, foram feitas 16 entrevistas, que ocorreram entre os dias 29 de abril e 16 de maio. A entrevista de menor tempo foi feita em 12 minutos e 47 segundos e a de maior duração foi feita em 52 minutos e 42 segundos. Quatro das vinte pessoas escolhidas, não

¹⁰ O número de 10 mil seguidores foi escolhido devido ao conceito de nano influenciador. De acordo com Campbell e Farrell (2020), um nano influenciador é um profissional com menos de 10 mil seguidores e que possui alto engajamento e credibilidade, porém devido a dimensão da sua audiência, não alcança um número elevado de pessoas.

¹¹ Recorte temporal utilizado como forma de triar os profissionais que seriam escolhidos.

responderam às tentativas de contato para agendar a conversa e devido ao período de tempo do TCC I, não foi possível fazer a substituição.

3.2.1.6 Análise de Similares

A fim de fazer um comparativo entre as publicações já existentes, foram pesquisados livros que possuem alguma relação com design brasileiro, design de estampa e livros sobre designers e artistas, priorizando as publicações compostas por imagens e que apresentassem os profissionais e seus trabalhos. Iniciou-se a análise a partir das suas capas, sendo o primeiro painel sobre livros que apresentam as obras de diversos designers brasileiros. Foram encontrados nove livros, todos com impressão colorida e capa dura. A Figura 12 abaixo apresenta as características que se destacaram: capas brancas ou muito coloridas com a presença de padrões abstratos, blocos de cor, tipografia como elemento principal e fontes lineares — não serifadas.

Figura 12: Painel visual de livros sobre designers brasileiros



Fonte: Compilação da autora¹²

O segundo painel feito é referente aos catálogos de diversas edições da Bienal Brasileira de Design e uma das características que se sobressaem é a presença de padrões compostos por elementos com cores saturadas e contrastantes (Figura 13). As tipografias utilizadas, da mesma forma que no painel anterior, também são lineares¹³.

¹² Montagem a partir de imagens coletadas no site da Amazon, Enjoei, Editora Olhares e foto tirada pela autora.

¹³ Fontes não-serifadas.

Figura 13: Paineis visuais de catálogos de Bienal Brasileira de Design



Fonte: Compilação da autora¹⁴

Na sequência foram analisadas as capas dos livros que falam especificamente sobre design de estampa. A característica principal encontrada é a presença das estampas geométricas sobrepostas por um bloco de cor com o título. As fontes tipográficas utilizadas variam de acordo com a temática, podendo ser lineares, romanas e uma fonte *display* (Figura 14).

Figura 14: Paineis de livros sobre design de estampa



Fonte: Compilação da autora¹⁵

Os livros, cujo o assunto principal são as obras de apenas um designer de estampa, apresentam na capa a imagem de uma estampa famosa do referido

¹⁴ Montagem a partir de imagens coletadas no site da Amazon e Enjoei e da Bienal Brasileira de Design.

¹⁵ Montagem a partir de imagens coletadas no site da Amazon.

designer. O livro Alma Brasileira apresenta uma ilustração tropical (a publicação apresenta o trabalho de diversos designers de estampa, participantes do concurso Alma Brasileira realizado pela empresa Renner S.A. no ano de 2014). As fontes tipográficas utilizadas nos livros que abordam a história dos designers mais antigos são as romanas, enquanto nas obras, cuja temática é mais moderna, variam entre as não serifadas, *script* e *display* (Figura 15).

Figura 15: Painel visual de livros sobre designers de estampa



Fonte: Compilação da autora¹⁶

Os livros que falam sobre artistas ou designers que não trabalham necessariamente com estampa possuem, na sua maioria, capas “limpas” e com poucas informações, variando de acordo com a obra do artista (Figura 16).

Figura 16: Painel visual de livros sobre artistas ou designers



Fonte: Compilação da autora¹⁷

¹⁶ Montagem a partir de imagens coletadas no site da Amazon e captura de tela da capa do livro Alma Brasileira.

¹⁷ Montagem a partir de imagens coletadas no site da Amazon e fotos tiradas pela autora.

Também foram feitos painéis com o objetivo de comparar e analisar a parte interna do livro, considerando as páginas com alto volume de conteúdo textual, aberturas de capítulo, páginas cuja imagem é o elemento principal, sumários e livros com diferenciais (jaquetas personalizadas, formato inusitado, papéis diferenciados e acabamentos inovadores). A análise demonstrou que existe uma vasta gama de possibilidades quanto ao uso do grid, permitindo diversas configurações. Percebeu-se também que nenhum dos livros foi impresso em preto e branco, demonstrando a importância da cor nesse tipo de material. Os painéis podem ser encontrados no Apêndice F. 

3.2.2 Análise

Essa etapa consiste na análise de similares considerando os tópicos propostos por Matté (2004) apresentados no capítulo de metodologia. Os livros analisados foram o catálogo do artista Arthur Bispo do Rosário e do livro *Designing the 21st Century*. Eles foram escolhidos, primeiramente pela autora ter acesso físico a eles (em tempos de pandemia) e também por suas características similares a proposta deste trabalho. O primeiro livro analisado foi o catálogo das obras do artista Arthur Bispo do Rosário (Réptil Editora, 2012). Optou-se por ele, pois dentre os catálogos disponíveis fisicamente, este era o mais completo, englobando principalmente acessórios diferenciados, como a presença de elementos extra textuais. A partir dos tópicos propostos por Matté (2004) observa-se que:

- a. **Análise da função utilitária/necessidade:** sua principal função é apresentar o trabalho desenvolvido pelo artista, tendo como objetivo fazer o registro das obras para que futuras gerações possam acessar o material. O suporte é adequado para a proposta devido às suas características físicas. 
- b. **Análise de uso/funções técnico-físicas:** as possibilidades de uso são poucas devido ao tamanho e peso do livro.  Para leitura é necessário apoiar em uma mesa. É um livro para ficar exposto em uma prateleira ou mesa de centro. O ciclo de vida é longo, pois devido seu preço elevado, o leitor dificilmente irá se desfazer e a estrutura física é bastante resistente. Os possíveis distúrbios estão relacionados ao desgaste da luvã devido ao manuseio.

- c. **Análise de estruturas/materiais e processos produtivos/custos:** A luva é feita com papel parecido com papel triplex com espessura alta e o livro é impresso em papel couché colorido. A impressão é offset, 4x4, 3000 tiragens. Possui 304 páginas e dimensões de 30.8 x 22.8 x 2.6 cm. As fontes tipográficas utilizadas são Baskerville e Garamond. O livro custa R\$370 no site de vendas Amazon e não foi encontrado para venda em nenhuma outra loja online.
- d. **Análise formal e informacional:** o livro é composto por artigos de diversos curadores brasileiros e seus textos são diretos e densos, ainda assim a leitura é fluída e acompanhada de imagens. Porém, não é um livro para ser lido de uma vez só. As imagens não possuem legenda e o livro não possui um sumário. Devido a robustez do livro, cores e fonte escolhida para a capa, o livro passa a ideia de elegância. Já as imagens escolhidas para a luva e primeiras páginas do livro dão a ideia de artesanato brasileiro.

Foi montado um painel similar aos painéis montados na etapa anterior de análise com objetivo de visualizar as características do livro (Figura 17). Nele é possível observar o uso do nome do artista como elemento principal, reforçando a importância do mesmo para a arte brasileira. É possível perceber também que o artista possuía um olhar diferenciado para o design de superfície, explorando as texturas de diversas formas.



Figura 17: Painel do catálogo do artista Arthur Bispo do Rosário



Fonte: Compilação da autora¹⁸

¹⁸ Montagem a partir de imagens coletadas no site da Amazon e fotos tiradas pela autora.

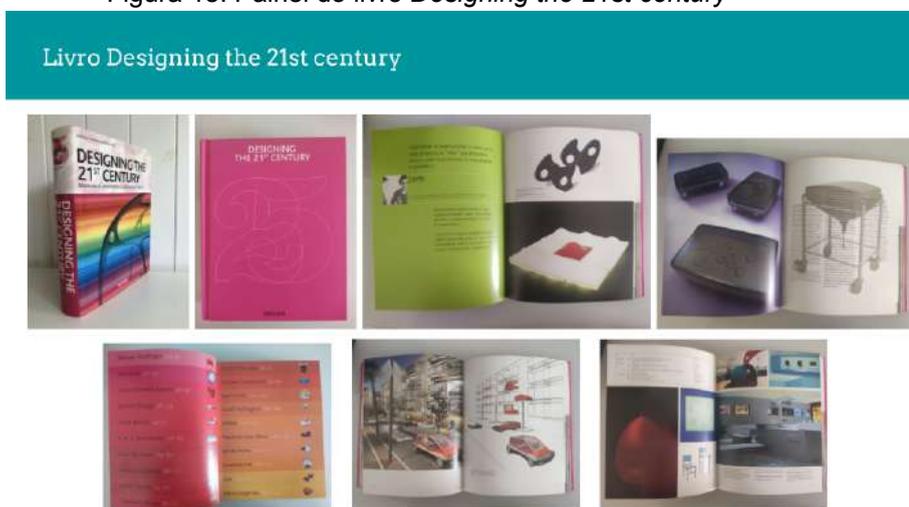
O segundo livro analisado foi o livro *Designing the 21st Century* (editora Taschen, 2005). O livro apresenta os designers industriais que hoje são referência na área, trabalhando nas principais marcas mundiais de tecnologia, mobiliário, automobilística, etc. Nele são apresentados 56 profissionais do mundo todo e seus respectivos trabalhos. A partir dos tópicos propostos por Matté (2004) é possível observar que:

- a. **Análise da função utilitária/necessidade:** sua principal função é apresentar de forma representativa os principais nomes do design mundial a partir de reflexões e apresentações de temas que afetarão o futuro do design. O principal benefício é aprofundar o debate acerca de diversos assuntos a partir da visão desses profissionais. Por ser um livro antigo os projetos apresentados hoje já são considerados ultrapassados.
- b. **Análise de uso/funções técnico-físicas:** as possibilidades de uso são diversas, é um livro fácil de ser transportado e de fácil leitura. Seu ciclo de vida é longo, pois a capa é feita com material bastante resistente. A encadernação foi feita a partir de cadernos costurados e a abertura possui grande amplitude. Os possíveis distúrbios estão relacionados principalmente ao mau uso do mesmo e não a sua estrutura física. Os textos são escritos em português, espanhol e italiano e apesar de seguir um grid de três colunas nas páginas de texto, nem sempre os textos com mesmo idioma aparecem na mesma posição.
- c. **Análise de estruturas/materiais e processos produtivos/custos:** o livro foi impresso em papel couchê fosco e a capa é dura, provavelmente feita com papel cartão encapado. A impressão é offset, 4x4. Possui 349 páginas e dimensões de 18.19 x 3.66 x 22.15 cm. O livro não informa as fontes tipográficas utilizadas. No site de compras online Amazon, o preço do livro varia entre R\$85,59 e R\$363,91.
- d. **Análise formal e informacional:** a cor forte da capa do livro acompanhada da fonte sem serifa reflete um caráter moderno e descontraído.

Também foi construído um painel com as imagens desse livro a fim de observar as suas características físicas (Figura 18). Nele é possível ver o uso das

cores e forma como as páginas foram diagramadas. Cada profissional apresentado é representado por uma cor e o livro não explica os critérios de seleção e nem a ordem de apresentação dos mesmos.

Figura 18: Pannel do livro *Designing the 21st century*



Fonte: Compilação da autora¹⁹

3.2.2.1 Considerações da análise

Como resultado da análise, levou-se para o projeto o desejo de se diferenciar dos similares que abordam a temática, por meio de uma capa mais neutra, com menos informações visuais. Também observou-se a importância da impressão colorida para esse tipo de publicação, bem como a utilização de uma sequência consistente para a ordem dos profissionais apresentados.

4 Configuração do projeto

Conforme apresentado no capítulo de metodologia, Matté (2004) aponta que é na etapa de configuração do projeto que se deve organizar as informações coletadas visando a definição dos requisitos de projeto e da hierarquia dos fatores projetuais, para assim iniciar a geração de alternativas. Dessa forma, a seguir serão apresentados os resultados da etapa de definição e modelação inicial.

4.1 Definição

A etapa de definição foi dividida em duas partes: projeto gráfico e projeto editorial. Para o projeto gráfico, foram estipulados os requisitos do projeto, a

¹⁹ Montagem a partir de imagens coletadas no site Enjoei e fotos tiradas pela autora.

hierarquia dos fatores projetuais e a conceituação. Para o projeto editorial do livro foram organizadas as informações coletadas durante a etapa de desenvolvimento do projeto e por fim, foi feita a seleção do conteúdo final.

4.1.1 Projeto gráfico

Para começar a construção do projeto gráfico e com o objetivo de entender quais características de um livro chamam mais a atenção do público alvo no momento da compra, foi feita uma publicação em um grupo de design no *Facebook*, com a pergunta “O que você leva em consideração na hora de comprar um livro? Descreva o que lhe chama mais atenção, independente do conteúdo do livro”. As respostas obtidas foram triadas e agrupadas nas seguintes categorias:

- **Capa:** capa bonita, que demonstra que o livro foi bem produzido; capa dura; ilustração; textura, como alto ou baixo relevo; título com fonte forte; cor escura; revestimento; recorte diferenciado; apresentar o resumo do livro;
- **Miolo:** papel pólen; papel com maior gramatura; cor do papel; divisão de capítulos marcante; diagramação; fontes não muito pequenas; bom espaçamento entre linhas; qualidade do papel; ilustrações;

As respostas foram utilizadas, juntamente das informações coletadas nas etapas anteriores, para a construção dos requisitos de projeto e definição da hierarquia dos fatores projetuais.

4.1.1.1 Requisitos de projeto

Para elaborar a lista de requisitos, o primeiro passo foi especificar as necessidades do usuário. Foram observados quatro principais itens que serviram como referência para a definição da lista de requisitos do projeto. A lista tinha como objetivo guiar a construção do livro - enquanto objeto - e com ela foi possível traçar algumas oportunidades a serem exploradas no trabalho (Quadro 2).

Quadro 2: Lista de necessidades do usuário, requisitos e oportunidades do projeto.

Necessidade do usuário	Requisito do produto	Oportunidade
Sentir-se atraído pela estética do livro para fazer a compra	O livro deve se diferenciar no PDV	Explorar as estampas de forma criativa
		Apresentar uma capa que não seja poluída visualmente, que gere curiosidade, ao mesmo tempo em que deixa clara a temática
Guardar o livro exposto em uma prateleira	O livro deve ser resistente e duradouro	Utilizar materiais resistentes e de boa qualidade
Valorizar o design brasileiro	O livro deve apresentar o seu conteúdo de forma que incentive a valorização do design brasileiro	Utilizar uma tipografia de origem brasileira
Confiar no conteúdo do livro	O livro deve ser impresso de forma que mantenha a qualidade das imagens	Impressão colorida e papel adequado
	O livro deve apresentar o seu conteúdo de forma clara e organizada	Grid fixo
	O livro deve passar segurança quanto a origem das suas informações	Convidar designers reconhecidos na área para participar do livro
		Apresentar as referências utilizadas para construção do conteúdo
	Explicar sobre a origem do projeto e a relação da autora com o assunto	

Fonte: Elaborado pela autora.

Considerando as informações coletadas realizou-se um *brainstorming* individual cuja intenção era determinar alguns atributos que auxiliariam a construção do trabalho. No total obteve-se 20 adjetivos divididos em quatro categorias, sendo elas:

- a. **Técnicos:** colorido, durável, informativo, organizado e bem acabado;
- b. **Mercadológico:** comunicativo, diversidade, originalidade, brasilidade e acessível financeiramente;
- c. **Aparência:** marcante, harmônico, colorido, interessante;
- d. **Emocional:** ético, confiável, identidade, pertencimento, surpreendimento.

Apesar do desejo de se trabalhar com todas as palavras elencadas, era necessário escolher as principais. Dessa forma, foram escolhidas as palavras *durável*, *organizado*, *original*, *interessante*, *bem acabado* e *confiável*  as demais palavras,

não foram utilizadas como atributos do projeto, porém também foram consideradas importantes para construção do trabalho.

4.1.1.2 Hierarquia dos fatores projetuais

Com a identificação dos requisitos foi possível determinar quais seriam os pontos principais a serem explorados no trabalho, ou seja, que a autora daria s atenção durante o desenvolvimento. Os pontos considerados foram:

1. Desenvolver uma capa que não seja poluída visualmente, que se diferencie dos similares no ponto de venda; 
2. Não utilizar na capa elementos relacionados à natureza, como flores e frutas tropicais, buscando representar a brasilidade de outras formas;
3. Utilizar uma fonte tipográfica desenvolvida por algum designer brasileiro;
4. Apresentar o conteúdo de forma clara e organizada.

Para Matté (2004), ao finalizar as definições, pode ser feita a reestruturação do problema do projeto, pois com as informações coletadas, é possível sintetizá-lo, tornando-o mais claro para os envolvidos no trabalho. Portanto, o questionamento inicial sobre “quem são os designers brasileiros que hoje estão trabalhando com a produção de estampas no país?”, pode ser visto de outra forma, sendo ela: “Como apresentar, por meio do design editorial, o trabalho produzido por alguns designers brasileiros e assim contribuir para a valorização de design de estamperia?”. 

4.1.1.3 Conceituação

A partir da definição dos requisitos de projeto, atributos e hierarquia dos fatores projetuais, iniciou-se a fase de conceituação. Para isso, foram construídos diferentes painéis visuais que levaram à construção de diversos mapas mentais e por fim, a seleção do conceito do projeto.

O primeiro painel visual (figura 19) construído tinha o objetivo de entender qual era a mensagem que as estampas que estariam presentes no livro passavam para o leitor. Os trabalhos foram posicionados de forma aleatória e não indicavam quem havia criado.

Figura 19: Painel de estampas presentes no livro.



Fonte: Elaborado pela autora com imagens fornecidas pelos designers.

Pensando na segurança das imagens fornecidas pelos designers, tal painel foi apresentado para somente oito designers (sendo três designers gráficos, três designers de produto e dois designers de moda), que responderam à seguinte pergunta: *Quais palavras vêm a sua mente ao olhar para esse painel?*. As respostas obtidas foram triadas e as consideradas mais relevantes, agrupadas em três grupos: estética, cor e sentimento (Figura 20).

Figura 20: Material coletado a partir do painel visual de estampas.

Estética	Sentimento	Cor
art deco; tropical; flores; natureza; caleidoscópio; vidraça; colcha de retalhos; art nouveau; arts and crafts; wes anderson; texturas; camadas.	mistura; extravagante; brasilidade; felicidade; suave; repetição; caos organizado; identificação; leveza; diversidade; vibrante; delicado;	saturado; colorido; verão; calor;

Fonte: Elaborado pela autora.

A fim de entender de forma visual os significados das palavras mencionadas, foram elaborados quatro painéis semânticos (Figura 21). O primeiro, foi construído a partir da categoria *estética* e o segundo da categoria *cor*. Por ter aparecido diversas vezes, o terceiro painel foi criado a partir de imagens, que não fossem estampas corridas, e se relacionassem com a palavra *tropical*. Por último, a fim de fugir dos

estereótipos relacionados à brasilidade, foi feito um painel cujo tema era “*Coisas que representam mais o Brasil do que samba e futebol*”.

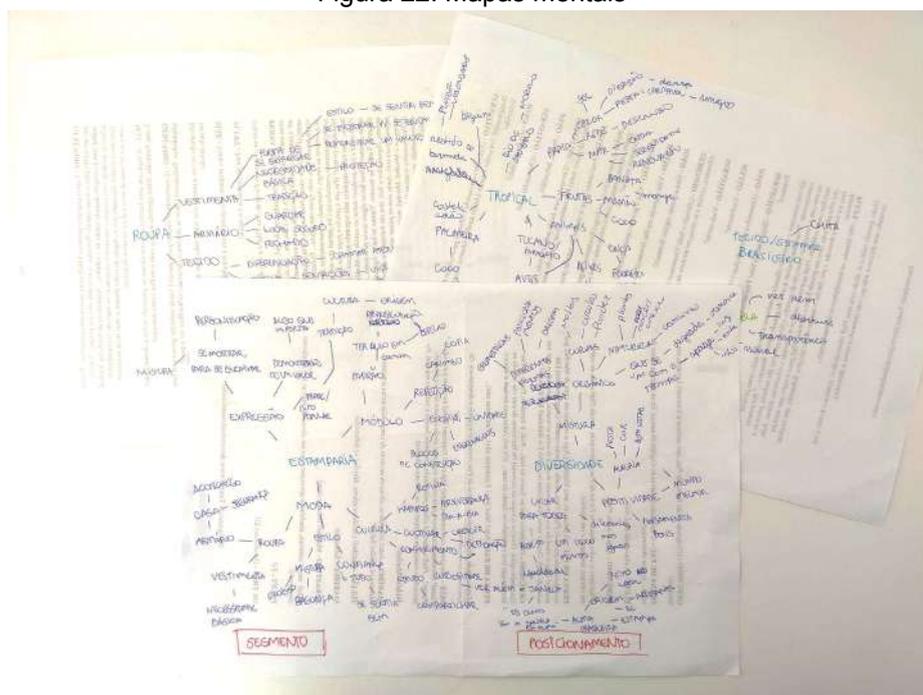
Figura 21: Painéis semânticos.



Fonte: Elaborado pela autora.

Os painéis deram origem a novas palavras, que foram distribuídas nos três grupos anteriores. Embora tenham sido coletadas diversas palavras e imagens que se relacionassem com a temática e com o conteúdo do livro, não se tinha uma conclusão para o conceito do projeto e por isso, optou-se pela construção de mapas mentais utilizando algumas das palavras encontradas nas etapas anteriores. Foram utilizadas as palavras: *diversidade, roupa, tropical e estamparia*. (Figura 22).

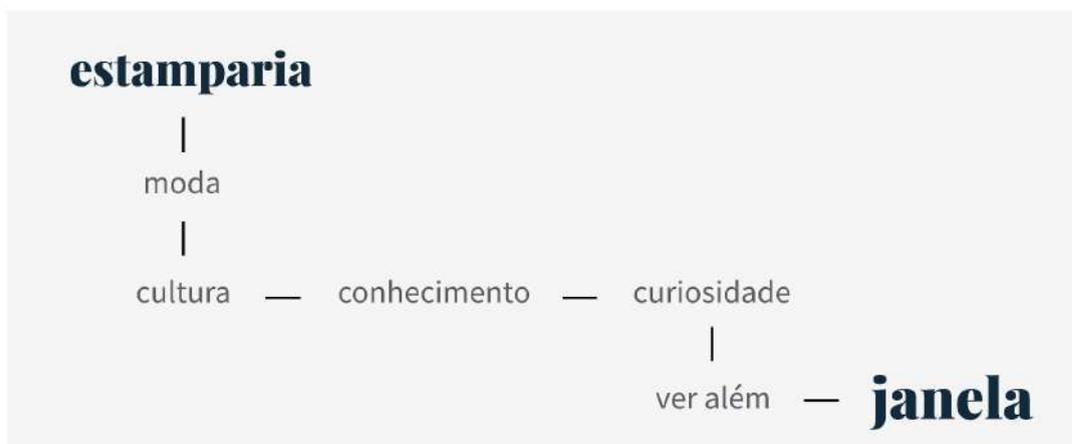
Figura 22: Mapas mentais



Fonte: Elaborado pela autora.

Durante a elaboração do mapa *estamparia* chegou-se à palavra **janela** (figura 23), que serviu como estímulo para duas lembranças.

Figura 23: Caminho do mapa mental ligando a palavra *estamparia* à palavra *janela*.

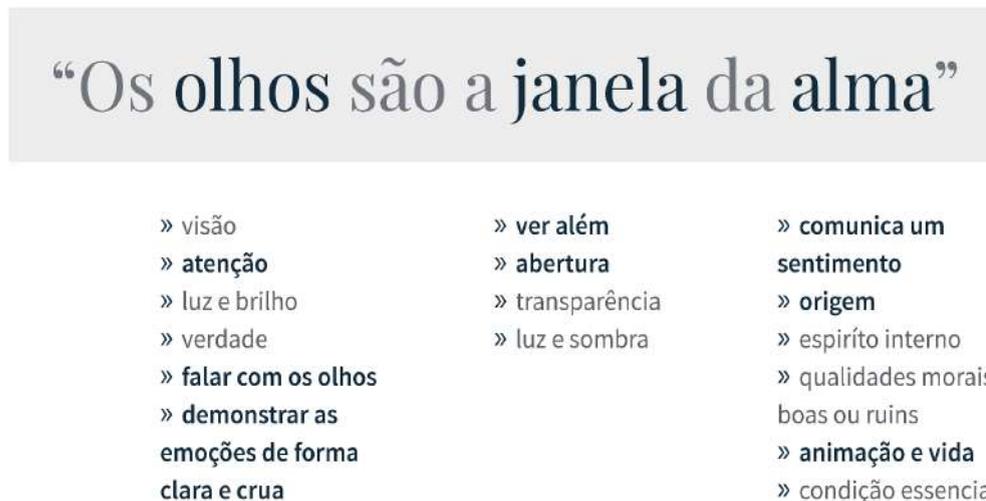


Fonte: Elaborado pela autora.

A primeira lembrança, foi uma fala da designer Renata Rubim que, em suas aulas sobre *rapport* manual, sugere que as pessoas que desejem trabalhar com a criação de estampas levem, junto de si, uma pequena janela de papel pois, ao olhar através dela, poderão enxergar padrões em todos os lugares. A segunda lembrança, foi a frase “os olhos são a janela da alma” (autor desconhecido). Pensando na relação

dessas frases com a estamparia, buscou-se no dicionário a definição e alguns sinônimos das palavras *olhos*, *janela* e *alma* (Figura 24).

Figura 24: Definição e sinônimos das palavras olhos, janela e alma.



Fonte: Elaborado pela autora a partir das informações do dicionário de sinônimos online.

As palavras e expressões encontradas se destacaram porque já haviam sido mencionadas nos exercícios anteriores e principalmente por suas relações com a estamparia. Para a autora deste trabalho, a estampa da vida para a roupa e assim como os olhos falam e demonstram os sentimentos, a estamparia também se comunica com o usuário através do olhar, de modo que, ao chamar a atenção do observador, instiga a sua curiosidade e o convida para se aproximar da peça, para assim explorar os detalhes de cada elemento. Dessa forma, o conceito do projeto pode ser sintetizado na seguinte proposta: “Convidar o leitor a abrir uma janela para estamparia nacional, por onde será apresentado à parte dos designers brasileiros que atuam na área, instigando a sua curiosidade pelo universo da produção de estampas.”

4.1.2 Projeto editorial

Antes de iniciar a etapa de modelação inicial era necessário elaborar o projeto editorial, pois conforme Samara (2011) e Zappaterra e Caldwell (2014) às decisões tomadas nessa etapa guiarão a construção do projeto gráfico, conseqüentemente, influenciando a percepção do leitor no momento da leitura. A seguir serão apresentados o processo de organização e seleção do conteúdo final e também o desenvolvimento do título do livro.

4.1.2.1 Organização e seleção do conteúdo final

Na primeira etapa do trabalho foi considerado para o conteúdo do livro um limite de 20 designers, no entanto, conforme apresentado anteriormente, somente 16 profissionais foram entrevistados. Dessa forma, previu-se que não seria possível, em tempo hábil, entrevistar mais pessoas para o projeto e assim, optou-se por limitar o número de profissionais a 15 pessoas.

A redução do número de profissionais para 15 pessoas ocorreu de forma natural, visto que a designer entrevistada, representante da região norte do país, ainda que tenha preenchido todos os requisitos utilizados para a seleção, afirmou estar na profissão há somente 3 meses e portanto não sabia como responder diversas das questões feitas na entrevista, de forma que não foi possível utilizar o material coletado. Dos outros 15 designers que haviam sido entrevistados na primeira etapa, três não responderam às tentativas de contato posteriores à primeira conversa, logo foi necessário substituí-los. Devido ao tempo do trabalho e pensando no atributo *confiável*, concluiu-se que para a troca, poderiam ser convidados outros três designers, que não se enquadraram nos requisitos utilizados para a seleção inicial e que já possuíssem o reconhecimento na área, obtendo um número final de 15 profissionais. Foram contatados cinco profissionais, porém os designers João Incerti e Carolê Marques, agradeceram o convite, porém, tiveram que recusar por questões pessoais. Os outros três designers que aceitaram, foram convidados a participar do livro escrevendo um texto de até 600 palavras, falando sobre as suas experiências no seu local de atuação. A primeira convidada foi a designer Renata Americano, diretora criativa da marca *Blueman* Brasil, que aceitou participar do livro com um texto sobre a sua visão do mercado de estampa no *fast fashion* brasileiro a partir das vivências que teve durante os seus 16 anos de carreira. O segundo convidado foi o Daniel Bo, designer brasileiro que hoje atua na marca de luxo francesa *Kenzo*. Daniel aceitou participar do livro escrevendo um texto sobre as suas experiências nesse mercado. O terceiro convidado, foi o designer cearense Zé Filho, que possui mais de 10,7 mil seguidores no *Instagram* e tem como base para o seu trabalho a sua terra natal e as suas memórias. Zé aceitou participar do livro com um texto sobre a importância de olhar para as suas origens no desenvolvimento da sua carreira.

Inicialmente, a proposta do trabalho era apresentar designers de todas as regiões do país, porém devido a redução dos número de profissionais a serem retratados no livro, obteve-se um total de 12 profissionais (Figura 24) da região sudeste, dois da região sul e somente um profissional da região nordeste.

Figura 24: Designers selecionados para o livro. Da esquerda para direita - 1ª linha: Ana Carolina Betiati; Bárbara Dantas; Betânia Brentano; Carolina Yukie. 2ª linha: Isadora Cury; Pedro Duque; Thais Katsumi; Thiago Barreiros. 3ª linha: Giulio Forgiarini; Glauco Borges; Cacau Francisco; Sabrina Carvalho



Fonte: Elaborado pela autora com as fotos enviadas pelos próprios designers..

A partir da transcrição das entrevistas, o primeiro passo foi estruturar o material, retirando as informações repetidas e também as que não se encaixavam com o contexto da pergunta. Optou-se pela utilização da terceira pessoa para a escrita do texto, pois o formato permitiria que o material fosse trabalhado com mais liberdade do que o texto em primeira pessoa. Assim, visando a seleção do conteúdo final do livro, foram selecionadas, para cada profissional, as quatro respostas que se mais se destacavam, por serem mais completas ou diferentes das demais.

O segundo passo foi a organização das imagens que seriam utilizadas. Foi solicitado para cada designer que enviasse uma foto sua, quatro imagens de estampas corridas que tivesse feito e também fotos do material aplicado na peça. Devido ao caráter impresso do livro, foi solicitado que as imagens estivessem em alta qualidade. Todos os profissionais foram informados que este projeto é acadêmico e que não possui nenhum viés comercial e portanto seus trabalhos não seriam utilizados em nenhuma outra situação sem a autorização prévia dos

mesmos. Nem todos os profissionais possuíam imagens com alta resolução dos seus produtos aplicados em peças e por isso optou-se por utilizar somente as estampas.

Ainda que o conteúdo textual já estivesse definido, durante a construção do trabalho, a autora deste projeto, se deparou com um texto publicado por Juliana Lotif²⁰, chamado “A Invisibilidade do Design e de Designers”²¹, em que aborda a importância do reconhecimento do trabalho dos designers para a valorização da profissão. Devido a relação direta com o tema do trabalho, entrou-se em contato com a autora, da publicação, convidando-a para participar do projeto a partir da utilização do texto em questão. A autora se mostrou interessada no projeto, aceitou a proposta e autorizou o seu uso. Assim, o texto foi utilizado como um elemento pré-textual do projeto, com a função de introduzir o leitor ao tema do livro.

4.1.2.2 Naming

De acordo com Ribeiro e Câmara (2019), o título é um elemento muito importante para a obra e que para uma boa intitulação, o autor deve considerar o público alvo a quem a obra se dirige, o meio por onde será divulgada e o seu objetivo. Para as autoras, as suas principais funções são “captar a atenção do leitor, orientar o caminho de leitura a ser feito e demonstrar de forma sintética o conteúdo do texto”. Sendo assim, considerando as informações coletadas na etapa de pesquisa e o conceito proposto para o projeto, foram feitos dois *brainstormings* voltados para a escolha do título.

A primeira realização do exercício criativo antecedeu a definição do conceito do projeto, porém, para a geração de alternativas, embasou-se nos mapas mentais realizados na etapa. Portanto, as primeiras ideias propostas tiveram como base a brasilidade, origem e estamperia. Nesse primeiro momento, foram elaboradas nove alternativas (Quadro 3).

²⁰ Juliana Lotif é comunicadora social, designer e professora de Comunicação Visual na UFCA. Mestre e doutoranda em Design pela ULisboa, foi coordenadora de cursos de graduação e pós-graduação em Publicidade, Jornalismo e Design. Instagram: @design.prelo.

²¹ Texto originalmente publicado no hub de comunicação Bemdito (<https://bemditojor.com/>) em 09 de outubro de 2021.

Quadro 3: Primeira lista de nomes para o livro.

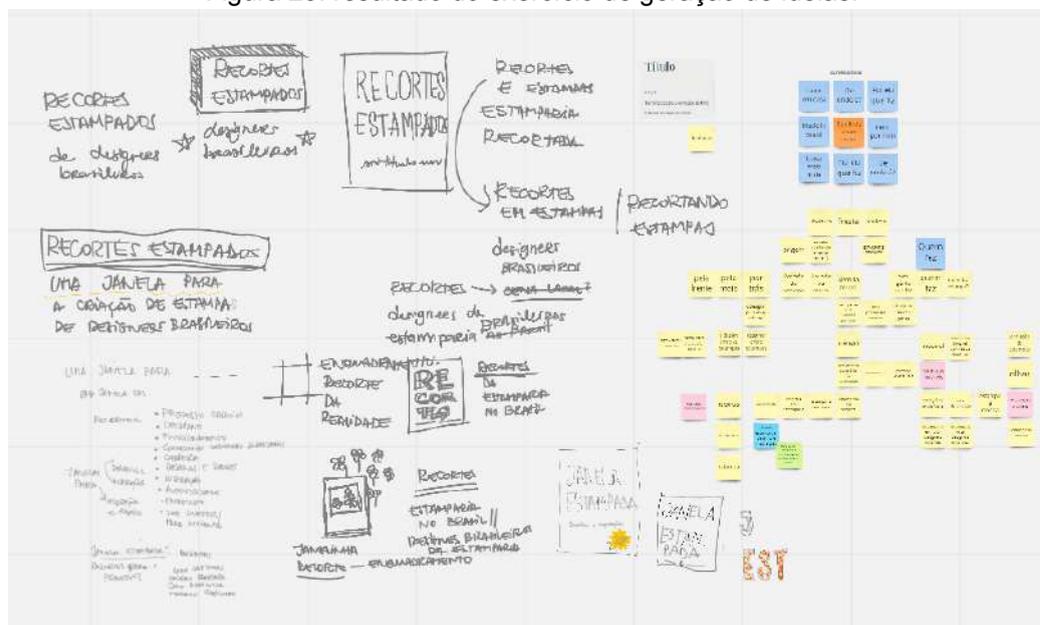
Feito em casa	Feito no Brasil	Fui eu que fiz
Made in Brasil	Que linda a sua roupa!	Feito por mim
Quem que fez?	Coisa mais linda	De onde é?

Fonte: elaborado pela autora.

Dessas opções, foi feita uma mescla entre duas alternativas gerando o título “Que linda a sua roupa! - Obrigado, fui eu que fiz”. Essa ideia tem como origem um elogio frequente recebido pelos designers de estamparia, que muitas vezes compram as peças com os seus trabalhos e quando as vestem, escutam a frase de diversas pessoas na rua, que normalmente desconhecem a autoria do desenho e se surpreendem ao conhecer o profissional. Essa alternativa, se destacou das demais, pois, de forma alegre e descontraída, ao destacar a frase “fui eu que fiz” apresentaria o conteúdo do livro e chamaria a atenção, principalmente, de profissionais da área do design e da moda. Essa opção foi apresentada para duas designers gráficas e duas designers de moda, que aprovaram a ideia e sugeriram a variação “Muito linda a tua roupa”, alegando que a mudança o tornava mais elegante. Esse título foi considerado nos primeiros rascunhos do projeto gráfico, porém ao ser apresentado para a banca do Painel Intermediário do TCC II, os professores ressaltaram que ao ler o título, seus pensamentos se direcionaram para a confecção e modelagem das peças e não às estampas diretamente, recomendando assim, que o mesmo fosse repensado.

Tendo em conta o retorno dos professores, foi necessário realizar outro *brainstorming*. Esse segundo exercício contou com a participação da autora, da estudante de design visual Gabriela Rau e da designer gráfica Carmem Galvão. Antes de iniciar a atividade, a autora apresentou os principais pontos do projeto, incluindo o conceito do projeto, que já havia sido definido, bem como as alternativas anteriores. Com essas informações, foram geradas novas associações de palavras e possibilidades de títulos (Figura 25).

Figura 25: resultado do exercício de geração de ideias.



Fonte: Captura de tela da plataforma Miro, onde foi realizado o exercício.

Esse exercício gerou oito novas alternativas, que tinham como objetivo apresentar, de forma explícita e direta, para o leitor, que o tema do livro é a estamparia e os profissionais que se dedicam à área (Quadro 4).

Quadro 4: Segunda lista de nomes para o livro.

Recortes estampados	Quem faz as estampas?
Janela estampada: desafios e inspirações	Por trás da estampa
Estampas invisíveis	Estampa à vista: designers invisíveis
O designer por trás da estampa	Estamparia de Moda: desafios e inspirações

Fonte: elaborado pela autora.

Dentre as opções, foi selecionada a frase “Estampa à vista: designers invisíveis”, que posteriormente foi modificada para “Estampa à vista: designers brasileiros”. Esse título foi escolhido pois, a primeira parte do título se enquadra no conceito do projeto, remetendo a visão, enquanto chama atenção do leitor, convidando-o a olhar para o subtítulo, que apresenta o enfoque do livro, que são os designers brasileiros. A fim de esclarecer para o leitor que no livro não são apresentados todos os profissionais brasileiros da área, optou-se por informar ao leitor, no texto da quarta capa, que o livro apresenta um recorte da cena brasileira de estamparia.

4.2 Modelação inicial

Com o conteúdo do livro selecionado, iniciou-se a etapa de modelação inicial. O processo de geração de alternativas começou pela definição do tipo de livro que seria feito, podendo ser um livro-ilustrado ou um livro de arte. Considerando o conteúdo das entrevistas, o volume de texto e de imagens coletadas, optou-se por fazer um livro ilustrado.

Na sequência foi feita uma comparação entre as vantagens e desvantagens de dois tipos de encadernação e papel. Utilizando os atributos do projeto, foi feita uma análise comparativa (Figura 26), que demonstrou que o livro deveria ter uma capa dura e o miolo deveria ser impresso em papel couchê fosco. Dessa forma, concluiu-se que a encadernação seria feita com costura e cola.

Figura 26: Comparação de tipos de encadernação e papéis.

	durável	original	confiável	bem acabado	total
brochura	3	3	5	3	14
capa dura	5	5	5	5	20
papel pólen	5	5	3	3	16
couché fosco	5	3	5	5	18

Fonte: Elaborado pela autora.

4.2.1 Geração de Alternativas

O principal desafio, para essa etapa do trabalho, era transmitir o conceito do projeto na sua estrutura, convidando o leitor a “olhar por uma janela” e assim instigar a sua curiosidade. Com isso em mente e a partir de um passeio na Fundação Iberê Camargo em Porto Alegre deu-se início a geração de alternativas. O passeio, apesar de não ter relação direta com o conteúdo do livro, serviu de inspiração para o projeto devido a uma característica da sua construção. De acordo com a monitora da Fundação Iberê, todas as janelas do prédio estão posicionadas de forma que o observador possa admirar a paisagem, assim como admiram as obras de arte expostas no local (Figura 27).

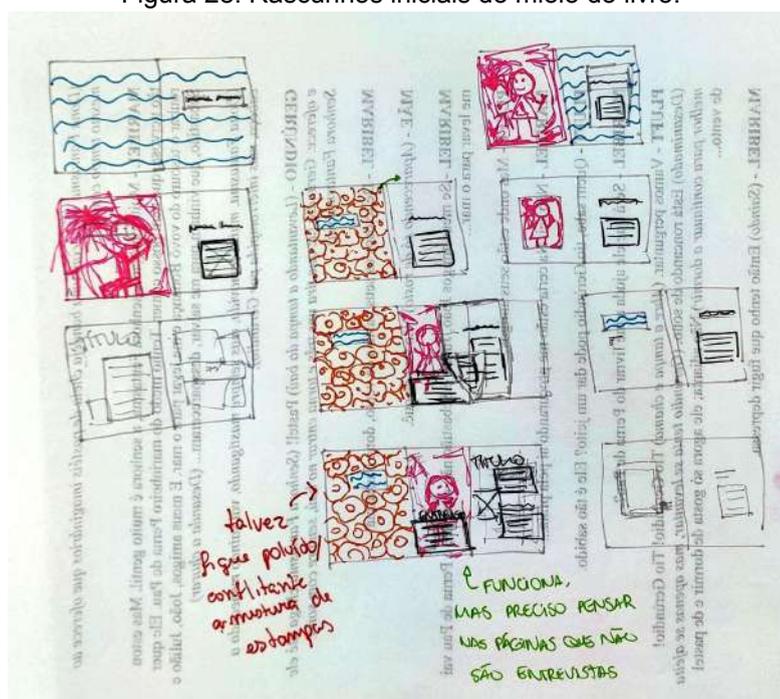
Figura 27: Janela do Café Valori, localizado na Fundação Iberê Camargo em Porto Alegre. As janelas foram posicionadas para que o observador possa admirar a paisagem sem que a visão seja atrapalhada pelo movimento dos carros que passam no local.



Fonte: Foto disponibilizada por Luiz Gustavo Monteiro da Silva, barista do Café Valori

Com isso em mente foram elaborados diversos rascunhos, principalmente relacionados ao miolo do livro. Neles, buscou-se explorar as diferentes maneiras que um recorte, representando uma janela, poderia ser posicionado, de forma que, assim como um moldura em um quadro, destacasse os diferentes conteúdos, dependendo da página em que se encontrava (Figura 28).

Figura 28: Rascunhos iniciais do miolo do livro.



Fonte: elaborado pela autora.

Além do recorte, umas das alternativas geradas consistia na utilização de uma dobra, em que a página, como em uma espécie de *folder*, ao ser aberta, apresentaria o conteúdo textual de cada designer. Entretanto, para garantir que esse formato seria possível foi necessária a criação de um protótipo de baixa fidelidade. Nele, foram testados diferentes tamanhos para o recorte, diferentes possibilidades de volume de texto que seria apresentado por ele e principalmente se a formatação dos cadernos seria possível (Figura 29).

Figura 29: Protótipos de baixa fidelidade desenvolvidos a partir de recortes de revistas.



Fonte: Elaborado pela autora.

Com o protótipo foi possível perceber que a formatação das páginas era possível e que seria necessário planejar o tamanho do recorte de acordo com o volume de texto que seria apresentado por ele, enquanto a posição do texto seria definida pela localização do recorte na página. Também percebeu-se a necessidade de diferenciação das páginas dos doze designers principais e dos três especialistas.

4.2.2 Imposição e Espelho

Antes de começar o planejamento da imposição das páginas e do espelho, os componentes do livro foram listados e classificados nas seguintes categorias:

pré-textuais, textuais e pós-textuais (HALUCH, 2013). Conforme o quadro 5 o abaixo.

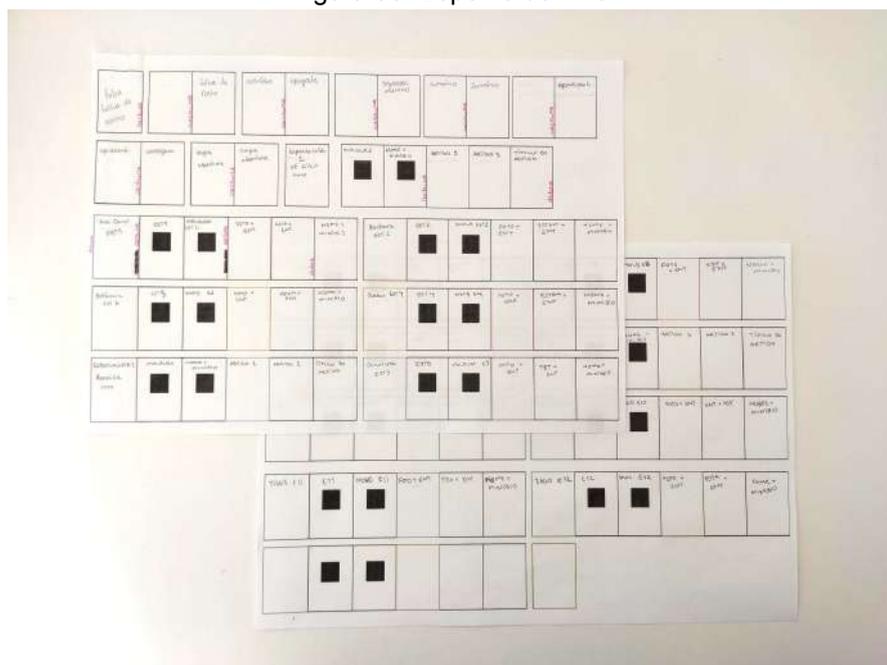
Quadro 5: classificação dos componentes do livro.

Pré-textuais	Textuais	Pós-textuais
Folha de Rosto	Texto Designers 1-3	Colofão
Falsa Folha de Rosto	Texto do Zé Filho	
Epígrafe	Texto Designers 4-6	
Agradecimentos	Texto Renata Americano	
Introdução	Texto Designers 10-12	
Sumário	Texto Daniel Bo	
Apresentação		

Fonte: Elaborado pela autora, conforme classificação de Haluch (2013).

Com a confirmação de que a configuração planejada das páginas era viável, o passo seguinte foi definir a imposição das páginas. Devido a utilização da página extra dobrada, percebeu-se que o número de páginas final do livro não necessariamente precisaria ser múltiplo de quatro. Assim, buscando identificar o número de páginas total e considerando o volume de texto que seria utilizado e o modelo do protótipo, foi construído o espelho do livro (Figura 30), onde concluiu-se que para o conteúdo pré-textual seriam necessárias 16 páginas e que seriam utilizadas seis páginas para cada profissional apresentado.

Figura 30: Espelho do livro.



Fonte: Elaborado pela autora.

Definiu-se que os designers seriam apresentados em ordem alfabética, intercalados de três em três pelos especialistas convidados e a ordem dos especialistas seria: primeiro, Zé Filho cujo texto falava sobre origem, depois a designer Renata Americano, abordando o mercado de trabalho e por último, o Daniel Bo, com conselhos de quem já alcançou bastante na profissão. Com isso, conclui-se que a divisão dos cadernos seria feita de forma que no primeiro caderno, com o conteúdo pré-textual, o número de páginas deveria ser múltiplo de quatro, enquanto nos demais, o total deveria ser múltiplo de três. O resultado foi um caderno com quatro folhas (16 páginas) e três cadernos com cinco folhas (30 páginas). Para testar se o que havia sido pensado era funcional, foi feito um “mini boneco” (Figura 31), que também tinha como objetivo avaliar a disposição das páginas para impressão e a posição da costura e do vinco. O estudo sobre a construção dos cadernos será apresentado no capítulo de Normatização.

Figura 31: “Mini boneco”.



Fonte: Elaborado pela autora.

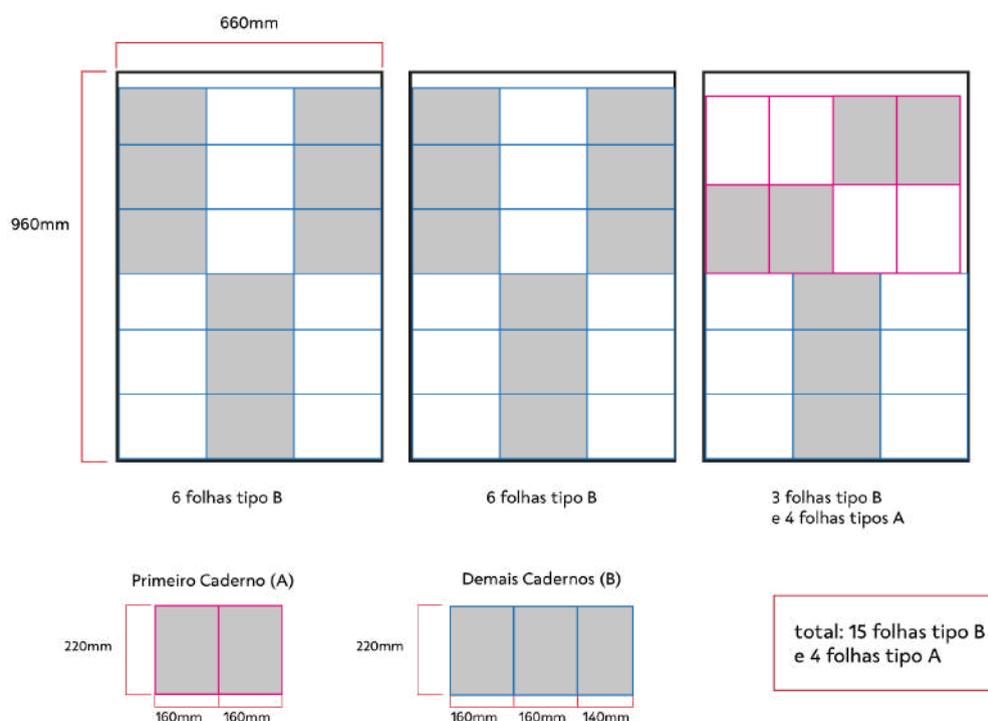
4.2.3 Formato e Papel

Foi com base no espelho que percebeu-se a necessidade de avaliar qual seria a melhor opção de tamanho para o livro, considerando o número de páginas e o melhor aproveitamento do papel. Inicialmente, haviam sido considerados os tamanhos 21cm x 28cm e 17,5cm x 26cm. Porém, levando em conta o volume de conteúdo interno do livro, tamanho da lombada e aproveitamento do papel concluiu-se que utilizar tamanhos maiores, dificultaria a leitura, pois seria necessário um apoio e também reduziria o número de páginas, diminuindo a espessura da lombada. Sendo assim, optou-se pelo tamanho de 16cm x 22cm. Dessa forma, no primeiro caderno, ambas as páginas seguiriam esse padrão, enquanto nos demais,

a página extra teria dois centímetros a menos (14cm x 22cm). A redução do tamanho da página foi necessária a fim de evitar que as mesmas se curvassem ao fechar o livro.

Conforme apresentado anteriormente, no Brasil é mais comum a utilização, pela indústria, de papéis que seguem o padrão AA (760x120mm) e BB (660x960mm). Calculou-se então, que o melhor formato a ser utilizado, considerando o aproveitamento do papel, seria o padrão BB, conforme apresentado na figura a seguir (Figura 32).

Figura 32: Estudo feito para avaliação do aproveitamento de papel.



Fonte: Elaborado pela autora.

Para o miolo do livro optou-se por utilizar o papel couché fosco. De acordo com o “Guia de Produção de Papel Revestido” fornecido pela empresa produtora de papel Suzano, o papel couchê é um papel *offset* revestido por uma tinta à base d’água composto por pigmentos, ligantes e aditivos. Bann (2012) afirma que o papel fornece uma excelente reprodução das imagens, sem que o brilho atrapalhe a legibilidade do conteúdo textual. Não foi considerado o uso do papel couchê brilhante, pois apesar da alta qualidade na impressão das imagens, uma das suas características é a alta reflexão da luz, que ao refletir no papel, atrapalha a leitura de

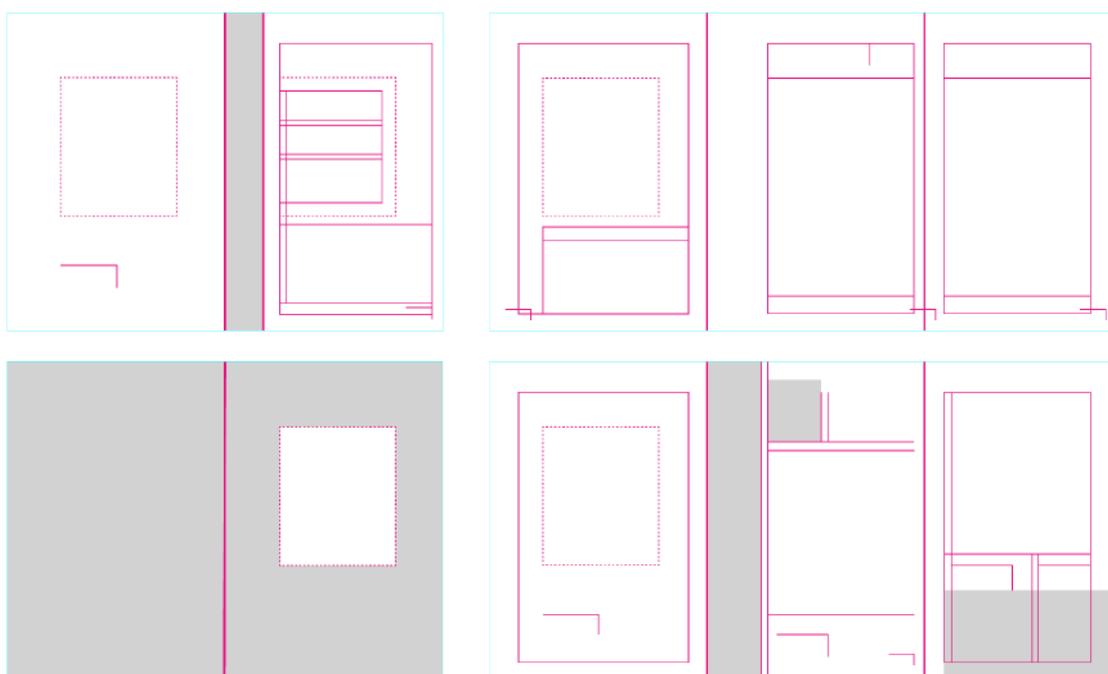
textos. Dessa forma, o acabamento fosco se mostrou mais apropriado para o projeto. Quanto à gramatura, optou-se por utilizar um papel de 170g/m². Essa gramatura foi escolhida devido a espessura do papel, visando aumentar a lombada do livro e também garantir que as imagens não seriam vistas no verso da folha.

4.2.4 Grid

Considerando as decisões tomadas acerca do formato do livro e as ideias para o *layout* desenvolvidas no protótipo inicial, iniciou-se o desenvolvimento do grid. De acordo com Samara (2005), alguns designers consideram o grid uma ferramenta fundamental para a diagramação de projetos gráficos, pois beneficia o trabalho tornando mais claro e eficiente. O recurso também proporciona ao designer uma economia de tempo dedicada ao projeto, facilitando a diagramação e auxiliando na continuidade do conteúdo.

Para a construção do grid do projeto foi utilizado como objeto principal o recorte interno do miolo do livro, que serviu como guia para a construção das páginas. Foram elaboradas quatro páginas-mestres iniciais (Figura 33).

Figura 33: Páginas-mestres utilizadas para a construção do grid final .

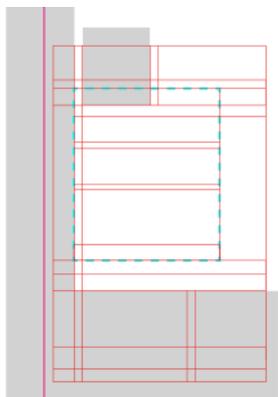


Fonte: Elaborado pela autora

Na sequência, ao serem sobrepostas, as páginas foram mescladas em uma única imagem, gerando um grid fixo assimétrico (Figura 34), que guiou o refinamento

dos *layouts* que já haviam sido planejados e também a construção das demais páginas do livro.

Figura 34: Grid fixo assimétrico.



Fonte: Elaborado pela autora.

4.2.5 Tipografia

Uma das oportunidades encontradas durante a elaboração dos requisitos de projeto e que foi considerada como importante para a hierarquia dos fatores projetuais, era a utilização de fontes tipográficas desenvolvidas por designers brasileiros. Portanto, iniciou-se a pesquisa de fontes para o projeto, pela busca desse material. O acesso a essas informações foi facilitado pelo designer e pesquisador em tipografia Henrique Nardi que disponibilizou, no ano de 2020, uma planilha onde compilou mais de 100 fontes criadas por brasileiros nos últimos dez anos. Dentre as opções da lista, foram analisadas fontes que pudessem ser utilizadas para o texto e para a capa do livro.

Tendo em conta o volume textual do projeto e imposição das páginas do livro, a fonte escolhida deveria ser adequada para a leitura de textos com tamanhos pequenos, possuir uma família com diferentes pesos e ser livre para utilização sem fins comerciais. A partir disso, foram testadas três fontes (Figura 35), desenvolvidas pelo Estúdio Tipográfico Fabio Haag, que é referência no mercado da área. E mesmo não sendo livres para utilização, as fontes estavam disponíveis de forma completa, para teste, no site da empresa.

Figura 35: Opções de fontes analisadas.

Lembra	Lembra Lembra Lembra Lembra Lembra	Lembra sugere o cruzamento entre formas contemporâneas e as origens caligráficas da escrita. Detalhes sutis da pena caligráfica quebram as formas limpas sem-serifas, criando uma sobreposição de expressões. Em tamanhos grandes, a fonte Lembra entrega uma expressiva personalidade, enquanto em tamanhos de texto, ela oferece uma confortável experiência de leitura; uma escolha ideal para projetos de branding, onde distinção e funcionalidade precisam andar lado a lado.
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 w x y z		
Sua	Sua Sua Sua Sua Sua Sua	Sua é uma tipografia charmosa. Detalhes diferenciados – como as curvas que se estendem além das hastes – a fazem brilhar em títulos. Enquanto isso, suas formas limpas garantem a legibilidade mesmo em textos curtos e em tamanhos menores. As proporções ligeiramente largas ditam uma velocidade de leitura calma – ela não deixa seu charme passar despercebido.
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 w x y z		
Seiva	Seiva Seiva Seiva Seiva Seiva Seiva	Assim como o líquido que nutre os vegetais, a fonte Seiva tem em sua essência a transformação. Das raízes no estilo Moderno sobram o alto contraste de Bodoni ou Didot, pois ela cresceu com autonomia, desafiando a tradição. À medida em que suas letras crescem, a expressividade da Seiva desabrocha com traços finos e delicados, contrastando com formas orgânicas volumosas, carregadas de vida. Nenhuma forma na natureza simplesmente é, ao acaso. Da mesma maneira, a família Seiva se adapta ao ambiente em que vive fazendo uso da tecnologia Variable Font: a exuberância das letras em tamanhos grandes é podada à medida em que o tamanho vai diminuindo, em favor da legibilidade. Os detalhes delicados ganham a vitalidade necessária para funcionar em tamanhos de texto. Os itálicos cresceram vívidos e com letras alternativas exóticas graças à rica diversidade de nutrientes do solo Brasileiro.
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 w x y z		
Text		
Poster		
Display		

Fonte: Elaborado pela autora a partir das informações fornecidas pelo Estúdio Fabio Haag.

Apesar das três famílias tipográficas escolhidas cumprirem os requisitos elencados, foi escolhida a **Seiva** para o projeto. De acordo com a empresa, a fonte traz o alto contraste de Bodoni ou Didot, que são amplamente utilizadas na indústria da moda, se relacionando com a temática do trabalho. A fonte possui seis estilos - *text*, *poster*, *display* e suas versões itálicas - e seis pesos diferentes - *thin*, *light*, *regular*, *medium*, *bold* e *extrabold* - aumentando as possibilidades de utilização da mesma. Na sequência, com objetivo de avaliar a legibilidade da fonte impressa, foi feito um teste de impressão do material, no qual a fonte se mostrou apropriada. Após a confirmação de que a fonte se adequava ao projeto, a autora considerou importante pedir autorização para o uso. Por esse motivo, entrou-se em contato com o designer Fabio Haag, que autorizou a utilização da mesma no trabalho.

4.2.6 Miolo

Ambrose e Harris (2009) apontam que a disposição dos elementos influenciam a maneira como o leitor recebe as informações. Samara (2011) acrescenta que o conteúdo não se limita ao texto, de forma que as imagens, cores e

tipografia também transmitem mensagens que vão além do que está escrito. Com o grid e a tipografia definidos, iniciou-se o desenvolvimento do miolo pela diagramação do conteúdo principal do livro: as páginas sobre os designers selecionados.

A concepção do *layout* desenvolvido para apresentação dos designers iniciou ainda na etapa de geração de alternativas, durante a construção do protótipo de baixa fidelidade. Conforme dito anteriormente, os testes feitos no modelo de papel demonstraram que o planejamento deveria iniciar pela busca por um equilíbrio entre a localização da janela e os elementos introdutórios do profissional. Devido ao custo de produção e a utilização de uma faca de corte, era importante planejar com cuidado a posição, pois o corte seria o mesmo ao longo do caderno. Inicialmente os elementos considerados foram: nome, pronomes que utiliza, idade, cidade de origem e mini biografia, porém com o avanço do layout e pelo volume de texto, optou-se por substituir a mini biografia por uma frase marcante da entrevista.  figura 36 a seguir apresenta quatro testes de recorte feitos para a abertura do capítulo.

Figura 36: Diferentes opções de tamanho para o corte. 1ª coluna: modelos do protótipo; 2ª coluna: modelos digitais.



Fonte: elaborado pela autora.

Na sequência, foram elaboradas alternativas para a página cujo conteúdo tinha maior volume textual. As figuras 37 e 38 abaixo apresentam os modelos desenvolvidos e um teste de impressão realizado.

Figura 37: Alternativas para o miolo. 1ª coluna: modelos do protótipo; 2ª coluna: modelos digitais.



Fonte: elaborado pela autora.

Figura 38: Teste de impressão de uma das alternativas desenvolvidas.



Fonte: elaborado pela autora.

A princípio, havia sido considerado o uso das fotos das peças estampadas, porém nem todos os designers enviaram as imagens com alta qualidade, de forma que não apresentariam um bom resultado após a impressão. Por esse motivo, optou-se por utilizar somente as estampas. Também foi avaliado se a foto dos profissionais seria colorida ou em preto e branco. A autora optou pela segunda opção, pois a quantidade de cores presentes na página estava poluindo o *layout*, de forma que ao utilizar a versão monocromática, foi possível aliviar o desconforto visual. Conseqüentemente, a escolha contribuiu para a hierarquização dos elementos dentro do *layout*.

Quanto à tipografia, para o corpo de texto utilizou-se a fonte Seiva Regular (tamanho: 10pt) que havia sido aprovada no teste de impressão. Para os subtítulos foi feito um comparativo entre quatro diferentes opções, que se diferenciavam pela cor, peso e uso do itálico (Figura 39).

Figura 39: Teste de impressão de uma das alternativas desenvolvidas.

<p>Seiva Medium 12 pt</p> <p>100 K</p>	<p>O que mais gosta no processo de criação</p> <p>Gosta de trabalhar nos elementos utilizando técnicas como aquarela bem seca ou ilustração digital, usando brushes que pareçam naturais, com pequenas falhas, acrescentando bastante detalhes e texturas, porque se o elemento estiver lindo, a estampa vai funcionar, vai ficar linda também e são esses detalhes que tornam a estampa única e especial.</p>
<p>Seiva Medium 12 pt</p> <p>87 C 47 M 43 Y 34 K</p>	<p>Relação com o cliente</p> <p>Seja simpático e educado, ajude o cliente a entender o que deseja, converse sobre prazos e possibilidades, para depois passar os valores e desenhar. Com empresas grandes é mais fácil o processo, mas é importante “falar a mesma língua”, entender que o que você está pensando é o mesmo da outra pessoa. Às vezes o designer tem que explicar o processo, entender qual a forma de impressão que o cliente vai fazer</p>
<p>Seiva Medium Italic 12 pt</p> <p>87 C 47 M 43 Y 34 K</p>	<p>Autenticidade</p> <p>Para ser um grande designer de estampa, tem que fazer uma grande mistura de referências, saber as terminologias e as palavras que são usadas pelo cliente, para então chegar no efeito que o cliente deseja. A partir disso, misturar tudo isso que já existe com a sua experiência, as suas referências</p>
<p>Seiva Thin Italic 12 pt</p> <p>87 C 47 M 43 Y 34 K</p>	<p>Inspiração</p> <p>Existe uma lenda sobre a inspiração, onde quem trabalha com arte e criação, possuem uma capacidade inspiracional sobrenatural, como se a mão da pessoa começasse a desenhar sozinha, porém na vida real não assim. A inspiração tem relação com o estado de espírito que você está e principalmente com a experiência que você tem. É um processo, e quanto mais tempo passa, melhor você vai</p>

Fonte: elaborado pela autora.

Devido ao espaço limitado dedicado para cada designer, à diferença de tamanho entre os parágrafos de cada profissional e a estética da página, foi necessário avaliar se a melhor formatação para o texto era o alinhamento à esquerda ou a justificação (Figura 40). De acordo com Samara (2011), o alinhamento à esquerda é o mais recomendado, porém deve se cuidar com a formação de franjas, que podem distrair o leitor. O autor explica que no alinhamento justificado as linhas possuem o mesmo comprimento e são alinhadas pela direita e pela esquerda. Neste caso deve-se tomar cuidado com os possíveis “caminhos de rato”, que são espaços de tamanhos variados entre as palavras do texto, prejudicando a leitura. Para garantir que não seja formada uma franja irregular ou caminho de rato, o autor explica que o designer deve alterar a largura do parágrafo, ajustando a composição e assim alcançar o melhor resultado. A escolha será apresentada no capítulo de Modelação Final.

Figura 40: testes de alinhamento.



Fonte: elaborado pela autora.

Com o objetivo de analisar o que havia sido planejado, foi feito um mockup inicial do projeto do miolo do livro (Figura 41).

Figura 41: mockup inicial do projeto do miolo.



Fonte: elaborado pela autora. Modelo 3D desenvolvido por Vinícios Marra.

No modelo foi possível perceber que era necessário alterar espaçamentos, fazer correções no texto e acrescentar elementos que não haviam sido colocados, como elementos de apoio que fizessem a ligação entre as imagens e as legendas e também a numeração das páginas.

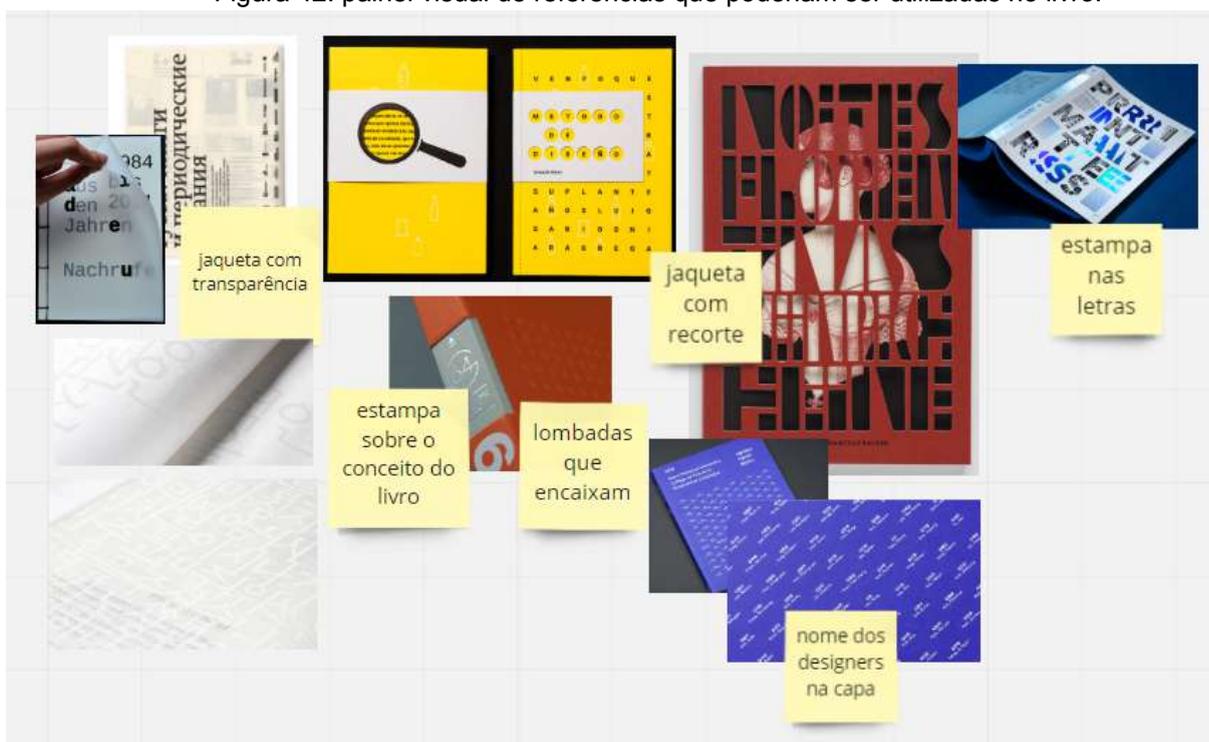
As escolhas feitas para este capítulo serviram como base para a construção dos demais capítulos do livro, que serão apresentados na etapa de modelação final.

4.2.7 Alternativas de Capa

Conforme apresentado por Samara (2011), a capa deve chamar atenção para gerar interesse, devendo ser projetada cuidadosamente, visto que será o primeiro contato entre a obra e o leitor. Por esse motivo, o processo de criação da capa se deu através de diversas etapas que serão apresentadas neste capítulo.

Com o conceito do projeto em mente, foi construído um painel visual (Figura 42) com objetivo de entender as diferentes maneiras que se poderia trabalhar a capa. Foram compiladas imagens de projetos que trabalhassem de forma criativa questões como recortes, transparências, invisibilidade e estampa.

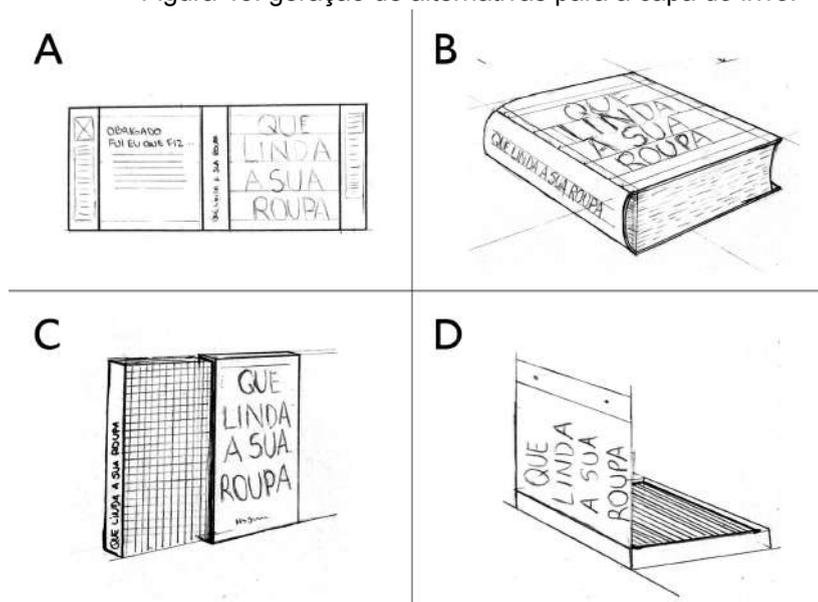
Figura 42: painel visual de referências que poderiam ser utilizadas no livro.



Fonte: elaborado pela autora.

O painel auxiliou na construção de quatro diferentes alternativas (Figura 43), que consistiam na utilização de uma jaqueta ao redor do livro (opção A), livro sem nenhum acompanhamento (opção B), utilização de uma luva (opção C) ou de uma caixa com fechamento por imã (opção D).

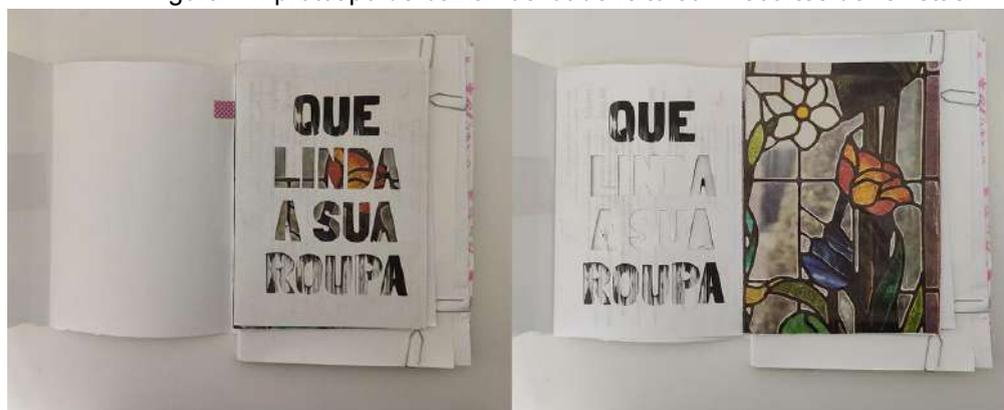
Figura 43: geração de alternativas para a capa do livro.



Fonte: elaborado pela autora.

Considerando o conceito de olhar pela janela, optou-se pela utilização de uma jaqueta ao redor do livro (opção A), onde o título seria vazado, revelando a imagem impressa na capa do livro. A ideia foi testada com um protótipo de baixa fidelidade a fim de testar o seu funcionamento (Figura 44).

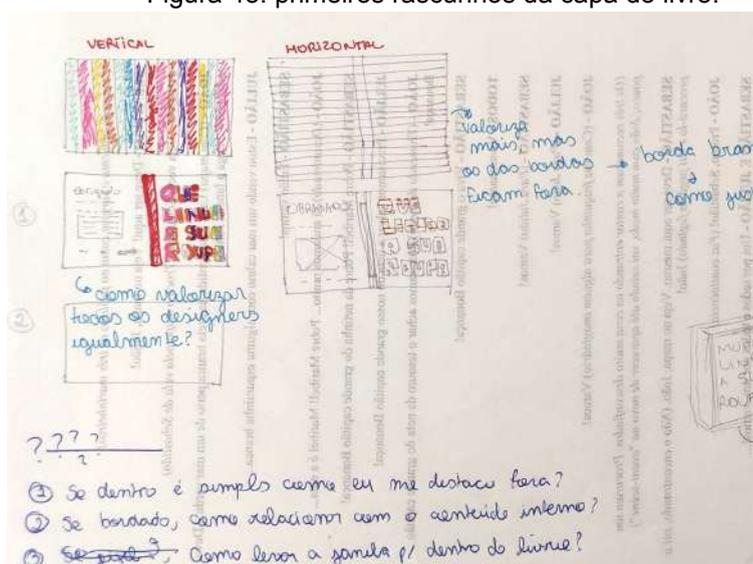
Figura 44: protótipo de baixa fidelidade feito com recortes de revistas.



Fonte: elaborado pela autora.

Durante a fase de rascunhos (Figura 45), percebeu-se dois desafios da construção da capa. O primeiro, era encontrar uma forma de apresentar o conteúdo do livro sem priorizar nenhum designer em relação aos outros e o segundo, era encontrar uma forma de mesclar as estampas presentes no livro, sem poluir visualmente e de forma criativa.

Figura 45: primeiros rascunhos da capa do livro.



Fonte: elaborado pela autora.

Assim, iniciou-se o desenvolvimento da capa pela procura de uma estética que se relacionasse com estamparia, representasse visualmente a brasilidade e

fosse composta por diferentes padrões ou cores, que pudessem ser substituídos pelas estampas do livro. Porém, um dos requisitos era que não fosse uma imagem de flores ou frutas, fugindo do estereótipo de natureza tropical. Para isso, com base nas palavras elencadas nos mapas mentais e nos painéis visuais da etapa de conceituação, foram escolhidas cinco possibilidades, que podem ser vistas na figura 46 a seguir:

Figura 46: Opções de estéticas para a capa do livro. Primeira linha: Azulejos; piso de mosaico e vitral. Segunda linha: tecidos estampas e bordado ponto cruz.



Fonte: Elaborado pela autora.

Considerando as cinco opções encontradas, conclui-se que o tecido estampado estava diretamente relacionado com o tema do livro, porém este caminho poderia ser considerado um “ clichê ” ou uma saída comum para o problema e por isso foi descartado. Por esse motivo, a segunda opção que mais se relacionava com estamparia têxtil e a brasilidade, era a estética do bordado  estilo ponto cruz, onde em cada “ ponto ” seria colocada uma das estampas apresentadas internamente. O bordado é uma forma de estampar a roupa e de acordo com Santos, Sousa e Albuquerque (2017) o costume foi trazido para o Brasil pela colonização portuguesa e se difundiu pelo país de diferentes formas. Os autores afirmam que apesar de remeter ao século passado, com o crescimento do

movimento *Slow Fashion*²², o bordado ganhou novos olhares e passou a ser visto como uma possibilidade para trabalhar o design de forma inovadora e responsável.

Para essa alternativa, o estilo de fonte pensado surgiu a partir do painel visual “Coisas que representam o Brasil além do samba e do futebol” (ver figura 21 na etapa de conceituação) e teve como inspiração a “tipografia vernacular”. De acordo com Fukushima (2015), a “tipografia vernacular” normalmente está presente em letreiros de estabelecimentos comerciais, propagandas e muros. Com isso, buscou-se fontes marcantes e que apresentassem uma boa leiturabilidade. Foram testadas as fontes “Londrina Solid”²³ do designer Marcelo Magalhães, “Oferta do Dia”²⁴ do designer Eduardo Ramalho, “Asterístico”²⁵ do designer Jonathan Petroski e a fonte “Bonocô”²⁶ do designer Fernando P.J, conforme a figura 47.

Figura 47: primeiras alternativas de fontes para a capa.

Londrina Solid	Oferta do Dia	<i>ASTERÍSTICO</i>	BONOCO
QUE LINDA A SUA ROUPA	<i>QUE LINDA A SUA ROUPA</i>	<i>QUE LINDA A SUA ROUPA</i>	QUE LINDA A SUA ROUPA

Fonte: elaborado pela autora.

Assim, surgiu a primeira alternativa para a capa (Figura 48).

²² Movimento contrário ao *Fast Fashion*, que vai contra a produção em massa da indústria da moda, valorizando a produção localizada e regional. O *Slow Fashion* propõe uma outra forma de encarar a moda, considerando o meio ambiente e a sustentabilidade (SANTOS, SOUSA E ALBURQUERQUE, 2017)

²³ Disponível em: <https://fonts.google.com/specimen/Londrina+Solid>. Acesso em 15 de Novembro de 2021.

²⁴ Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/25269249/Oferta-do-Dia-Free-Font>. Acesso em 15 de Novembro de 2021.

²⁵ Disponível em: <https://www.dafont.com/pt/asteristico.font>. Acesso em 15 de Novembro de 2021.

²⁶ Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/35929755/Bonoco>. Acesso em 15 de Novembro de 2021.

Figura 48: primeira alternativa para a capa



Fonte: elaborado pela autora.

Embora a opção tivesse potencial, a mesma não pôde ser levada adiante. Conforme dito anteriormente, durante a apresentação do Painel Intermediário do TCC II, além da troca do título, a banca também sugeriu que não fosse utilizada a estética do bordado, pois este remete a coisas antigas, indo de encontro a proposta do projeto de falar sobre designers atuais. Também foi necessário substituir a tipografia escolhida, pois de acordo com Fukushiro (2015), apesar da tipografia vernacular ser popularmente considerada brasileira, deve-se ter cuidado quanto ao uso das suas versões digitais, pois as suas raízes populares são frutos de um processo de exclusão e marginalização. O autor indaga que:

[...] se a tipografia “vernacular” está no “inconsciente do povo”, para usar o termo de Mário de Andrade, e é tipicamente brasileira, “contrariando a globalização do design e assumindo cada vez mais as suas raízes populares, vernaculares” (FINIZOLA, 2010, p. 16), talvez se dê somente em seu original, nos muros e nos estabelecimentos comerciais suburbanos, indicando a tentativa de resistir e de criar uma lógica própria, fora do design da cultura de massas ou que tende ao erudito. Uma vez transposto para o design digital, torna-se um elemento de referência, como o ramo de café, ou, pior, pode ser “escolha discricionária ediletante”, sem maiores reflexões sobre essa transposição. Essa tipografia colabora para um “gesto”, apenas no macro tipográfico: na tipografia como mera imagem - não à toa, trata-se de tipos display. (FUKUSHIRO, 2015, pg. 200)

A fim de evitar qualquer possibilidade de apropriação cultural indevida ou de um uso inadequado desse estilo tipográfico, a autora optou por buscar outras soluções para a construção da capa do livro, mantendo a proposta da utilização de uma jaqueta com recorte.

Inicialmente, manteve-se a ideia de apresentar as estampas na capa, porém com outras disposições dos elementos. A figura 49 a seguir apresenta as diversas variações elaboradas.

Figura 49: 2ª variação de alternativas para a capa.



Fonte: elaborado pela autora

Essa alternativa se mostrou inviável, pois não seria possível apresentar de forma equilibrada todos os profissionais mencionados no livro. Por esse motivo, descartou-se a utilização das estampas, sendo necessário pensar em outras soluções para a capa.

A terceira variação planejada, buscava solucionar a questão a partir de uma capa tipográfica e teve como base, para a sua diagramação, a posição da moldura recortada no interior do livro. A proposta previa que a jaqueta apresentasse um recorte similar, por onde o leitor conseguiria ver partes das palavras “designers” e “brasileiros”. O objetivo de esconder o subtítulo do livro era gerar curiosidade no leitor, de forma que o leitor precisaria abrir o livro ou retirar a jaqueta para visualizá-lo. A figura 50 a seguir apresenta o processo de criação e as variações consideradas.

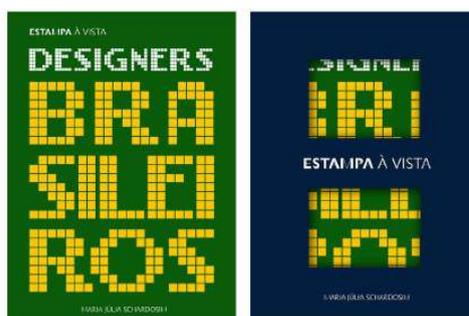
Figura 50: 3ª variação de alternativas para a capa.



Fonte: elaborado pela autora

Para essa alternativa, optou-se por utilizar a mesma tipografia escolhida para o miolo do livro, acompanhada de uma fonte do tipo display quadriculada, para isso, foi escolhida uma fonte do tipo display na estética Pixel Art. Para fazer relação com o Brasil, foram testadas as cores da bandeira nacional. A figura 51 a seguir apresenta a variação escolhida para essa alternativa.

Figura 51: versão intermediária da 3ª alternativa para capa e jaqueta.



Fonte: elaborado pela autora

Para a quarta alternativa elaborada, manteve-se a ideia de utilizar a tipografia como elemento gráfico principal também de “esconder” o subtítulo “designers brasileiros” por trás da jaqueta. Para essa opção, buscou-se trabalhar as informações de forma mais séria e formal, utilizando alguns elementos escolhidos para o miolo do livro, como a fonte Seiva e a cor azul. Para essa versão foram

adicionados à capa os nomes dos profissionais que compõem o conteúdo do livro. A Figura 52 a seguir apresenta a versão intermediária escolhida para essa alternativa.

Figura 52: versão intermediária da 4ª alternativa para capa e jaqueta.



Fonte: elaborado pela autora

Para a última alternativa desenvolvida procurou-se uma forma de apresentar alguma estampa na capa, porém sem utilizar o material do conteúdo interno. Para isso, foi necessário retornar aos painéis visuais a fim de buscar inspirações. A solução encontrada foi apresentar, através do recorte da janela, uma versão desconstruída do famoso piso de caquinhos cerâmicos, muito comum nas casas brasileiras (VANINI, 2016). Assim como na terceira alternativa, optou-se por utilizar a fonte Seiva e a cor azul do miolo do livro. A figura 53 a seguir apresenta a versão final da quarta opção desenvolvida.

Figura 53: versão intermediária da 5ª alternativa para capa e jaqueta.



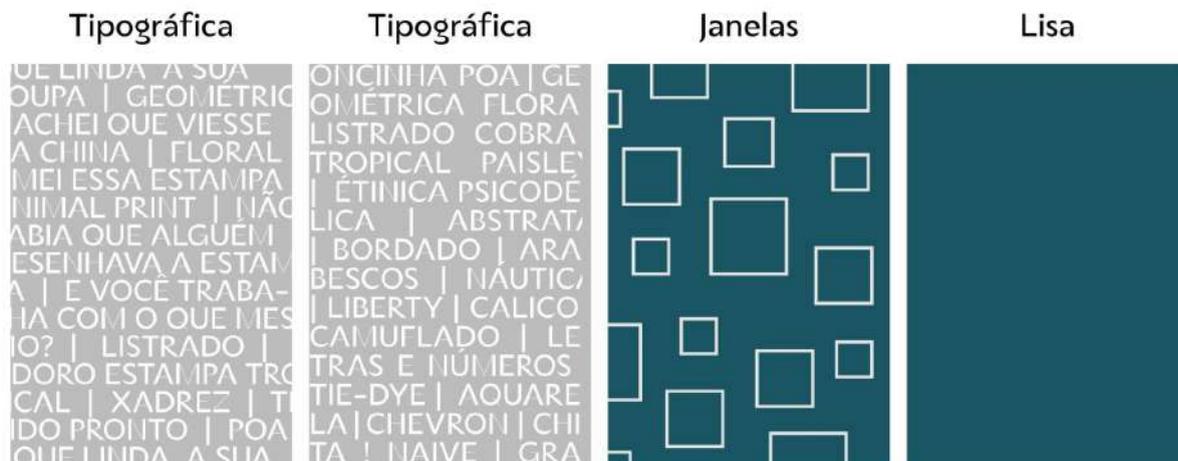
Fonte: elaborado pela autora

Após o desenvolvimento das alternativas, as capas de número três, quatro e cinco foram apresentadas para cinco designers (três designers gráficos e duas designers de produto) que de forma unânime, selecionaram a opção de número

cinco. Os profissionais argumentaram que a proposta de esconder o subtítulo utilizada nas opções três e quatro, gerava um desconforto ao leitor, pois ao interferir na leitura, reduziria o interesse do público pela obra. Também argumentaram que a opção número três remetia a um placar de futebol e portanto não conversava com o tema do projeto, enquanto a opção número quatro, apesar de ser adequada e cumprir a sua função, estava muito séria, remetendo a um livro didático. Sobre a opção escolhida, os comentários foram positivos, principalmente pela utilização de uma estampa na capa e pelo caráter elegante da tipografia utilizada, que contribuiu para uma percepção mais sofisticada do projeto.

Para a guarda, que une a capa ao miolo do livro, foram consideradas quatro alternativas diferentes, duas com caráter tipográfico, uma com elementos geométricos e por último uma versão lisa. Nas versões tipográficas, planejou-se a utilização de frases que designers de estampa costumam ouvir no seu dia-a-dia e também o uso dos nomes de diferentes tipos de estampas conhecidas, como *animal print*, étnica e etc. Os modelos podem ser vistos na figura 54 a seguir.

Figura 54: modelos desenvolvidos para a guarda do livro.



Fonte: elaborado pela autora

5 Realização do projeto

Conforme o método adaptado utilizado no trabalho, a última etapa consiste na realização do projeto. Neste capítulo será apresentado o refinamento e o detalhamento da alternativa escolhida. Na etapa de modelação final, Matte (2014), indica o desenvolvimento de um protótipo físico, porém devido a pandemia do

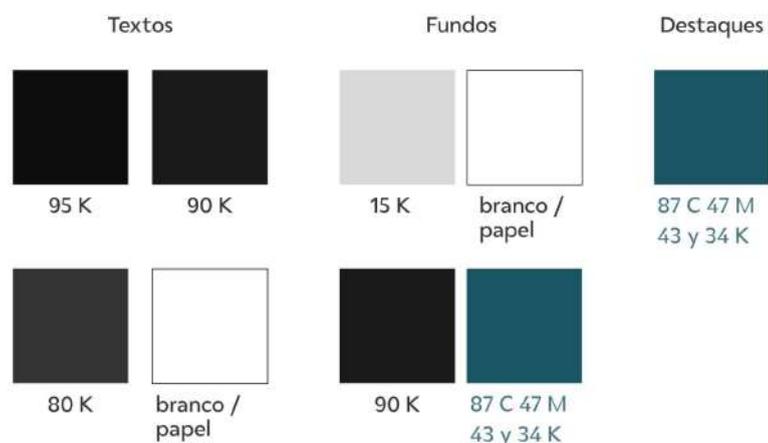
COVID-2019 não foi possível realizar a impressão do mesmo. Entretanto, foi utilizado um *mockup* para que, digitalmente, fosse possível analisar o resultado de forma similar ao esperado na versão impressa. Na sequência, será apresentado o preparo dos arquivos para a produção industrial e o resultado final, com a execução final do mockup.

5.1 Modelação final

Após a etapa de Modelação Inicial deu-se início a etapa de Modelação Final, com o refinamento das alternativas selecionadas e também a finalização dos itens extra-textuais que não haviam sido explorados anteriormente.

Para todas as sessões foi utilizada a seguinte paleta de cores (Figura 55). Para o layout do livro não interferir na visualização do projeto foi utilizada uma paleta de cores limitada. Para títulos e textos, explorou-se a utilização de variações de preto. Para o fundo das categorias pré-textual e pós-textual, foi utilizada a cor cinza (15k), enquanto na categoria textual, utilizou-se o branco do papel. A diferenciação da cor do fundo, foi feita com objetivo de introduzir o conteúdo do livro de forma visualmente “fechada”, a partir do fundo escuro, para quando o leitor entrar na sessão textual, o fundo “se abra”, iluminando a página e consequentemente destacando o conteúdo apresentado. Visando a diferenciação dos especialistas, optou-se pelo uso da cor preta, gerando um contraste em relação às páginas anteriores. Por fim, foi escolhida a cor azul para os elementos de destaque, como subtítulos, assinaturas, fundo das páginas de apoio e o sumário.

Figura 55: paleta de cores utilizada no projeto.



Fonte: elaborado pela autora

Relativo ao alinhamento do texto, optou-se pela justificação. Apesar da dificuldade em ajustar o texto para evitar o “caminho de rato” a escolha foi necessária. Um dos fatores principais do projeto era a importância de tratar todos os profissionais igualmente. Porém, em razão do conteúdo textual de cada designer ter sido elaborado a partir do material coletado nas entrevistas, o volume de texto para cada profissional era irregular. Somado a esse fator, a distribuição de todas as informações de cada pessoa deveria ser feita em um espaço limitado. Samara (2009) explica que a largura do parágrafo é determinada pelo número de palavras em cada linha e que deve ser, em média, entre oito e doze. Assim, para manter uma unidade entre as páginas, de forma que fosse possível manter a mesma largura para todos os parágrafos, foi necessário fazer a justificação do texto. Outro fator considerado foi a utilização de itens para cada tópico abordado na resposta. A divisão do conteúdo em parágrafos curtos, permitiu que a leitura do texto não fosse prejudicada pelo alinhamento escolhido.

A seguir serão apresentados os resultados finais conforme as categorias já mencionadas, que são: elementos pré-textuais, textuais, pós-textuais e extratextuais.

5.1.1 Elementos pré-textuais

As páginas dessa categoria constituem o primeiro caderno do livro e assim como foi apresentado no quadro 5 (ver capítulo 4.2.2), os elementos pré-textuais propostos para o livro eram a folha de rosto, falsa folha de rosto, epígrafe, agradecimentos, introdução, sumário e apresentação. Para configuração do *layout* das páginas mencionadas, foi utilizado o grid fixo assimétrico apresentado na figura 34 (ver capítulo 4.2.4). A figura 56 abaixo demonstra a sobreposição das páginas textuais e do sumário, sobre o grid construído.

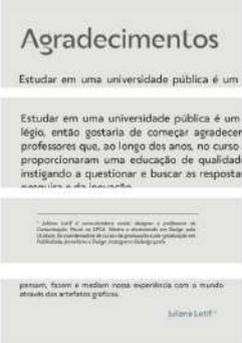
Figura 56: Utilização do grid para a construção do layout das páginas textuais e do sumário.



Fonte: elaborado pela autora

A escolha final dos detalhes da tipografia, como tamanho, peso e cor da fonte estão indicados na figura 57 a seguir.

Figura 57: Demonstração das escolhas relativas a tipografia.

	Categoria	Fonte / Peso	Tamanho	CMYK
	Títulos	Seiva Poster Regular	26 pt	80 K
	Textos	Seiva Text Regular	10 pt	95 K
	Notas	Seiva Text Regular Italic	9 pt	95 K
	Assinatura	Seiva Text Regular	11 pt	87 C 47 M 43 y 34 K

Fonte: elaborado pela autora

A figura 58 abaixo apresenta o resultado final de todas as páginas que fazem parte da categoria, demonstrando a existência de uma unidade visual entre elas.

Figura 58: versão final do conteúdo pré-textual.



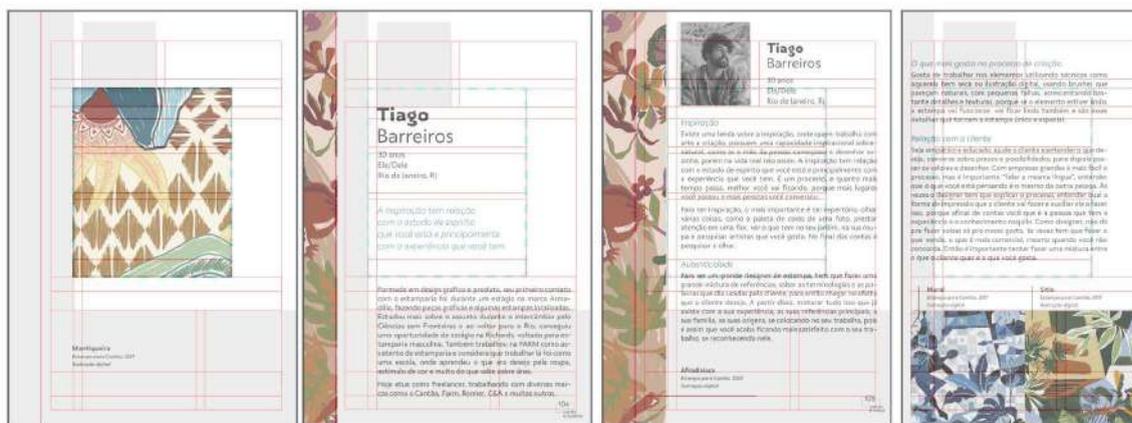
Fonte: elaborado pela autora

5.1.2 Elementos textuais

O conteúdo principal do livro é formado pelas informações dos doze designers entrevistados e pelo texto escrito pelos especialistas que aceitaram participar do projeto. Esse material compõe o segundo, o terceiro e o quarto caderno do livro. A seguir será apresentado o resultado final da diagramação do material.

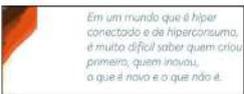
As figuras 59 e 60 abaixo demonstram, respectivamente, a utilização do grid para a organização das informações e o detalhamento da tipografia utilizada nas páginas relativas aos designers.

Figura 59: representação do uso do grid no *layout* dos designers seleccionados.



Fonte: elaborado pela autora

Figura 60: detalhamento do uso da tipografia.

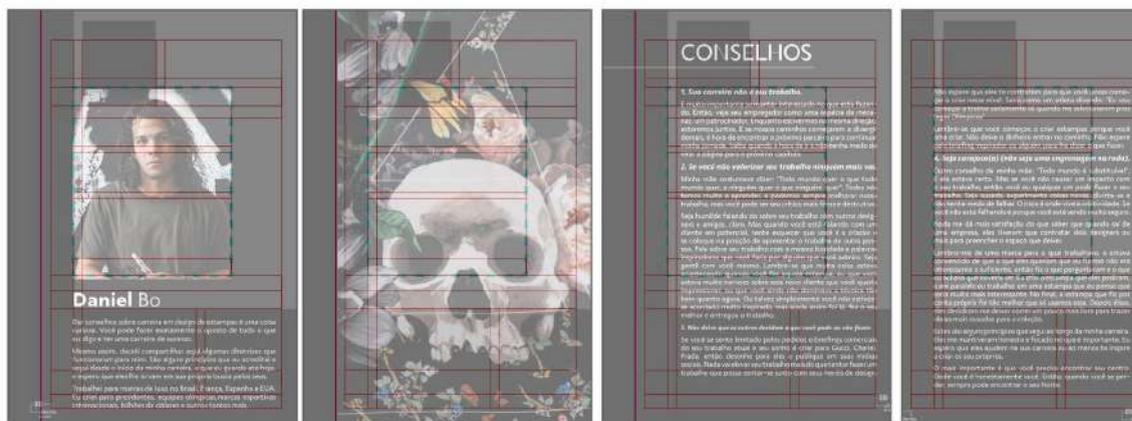
	Categoria	Fonte / Peso	Tamanho	CMYK
	Nome	Seiva Text Bold	28pt	95 K
	Sobrenome	Seiva Text Light		
	Informações	Seiva Text Regular	11 pt	80 K
	Frase marcante	<i>Seiva Text Thin Italic</i>	13 pt	87 C 47 M 43 y 34 K
	Nome da obra	Seiva Text Bold	9 pt	90 K
	Legenda	Seiva Text Light	7pt	80 K
	Nome	Seiva Text Bold	20 pt	95 K
	Sobrenome	Seiva Text Light		
	Subtítulo	<i>Seiva Text Light Italic</i>	12 pt	87 C 47 M 43 y 34 K

Fonte: elaborado pela autora

A fim de diferenciar os profissionais, foi necessário alterar o fundo da página para a cor preta, contrastando com o fundo branco anterior. Da mesma forma, foi necessário adaptar o texto ao grid construído. As figuras 61 e 62 abaixo

demonstram, respectivamente, a utilização do grid e o detalhamento da tipografia utilizada.

Figura 61: representação do uso do grid no layout dos especialistas.



Fonte: elaborado pela autora

Figura 62: detalhamento do uso da tipografia.

	Categoria	Fonte / Peso	Tamanho	CMYK
	Nome Sobrenome	Seiva Text Bold Seiva Text Light	28pt	branco/ papel
	Título	Seiva Poster Regular	33 pt	branco/ papel
	Texto	Seiva Text Regular	10 pt	branco/ papel

Fonte: elaborado pela autora

A figura 63 abaixo apresenta o resultado final de todas as páginas que fazem parte da categoria, demonstrando a existência de uma unidade visual entre elas.

Figura 63: versão final do conteúdo pré-textual.



Fonte: elaborado pela autora

5.1.3 Elementos pós-textuais

Essa categoria faz parte do quarto caderno e é formada por somente uma página com o colofão, onde é apresentada a tipografia utilizada, o tipo de papel no qual o livro foi impresso e uma gráfica hipotética. O resultado pode ser visto na figura 64 abaixo.

Figura 64: versão final do conteúdo pós-textual.



Fonte: elaborado pela autora

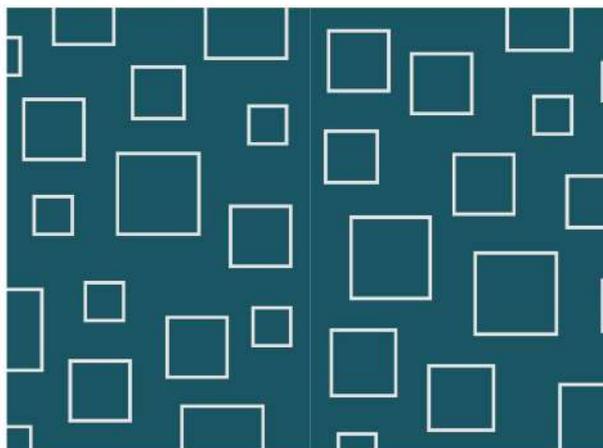
5.1.4 Elementos extra textuais

Finalizando o desenvolvimento do livro, a categoria dos elementos extra textuais é composta pela jaqueta, capas, orelhas e lombadas (MORINI, 2017). A seguir serão apresentados os *layouts* finais dos itens mencionados.

Visando aplicar o conceito do projeto na capa do livro, a solução escolhida foi a utilização de uma jaqueta com dois recortes. O primeiro exibindo a capa do livro e

Para a guarda foi escolhida a versão com elementos geométricos. A escolha foi feita pela autora, com o objetivo de reduzir a quantidade de informações apresentadas, visto que com as alternativas tipográficas, a guarda do livro passaria a transmitir informações textuais, podendo distrair o leitor. Dessa forma, a figura 67 abaixo apresenta o resultado final da guarda.

Figura 67: versão final do conteúdo extra textual.



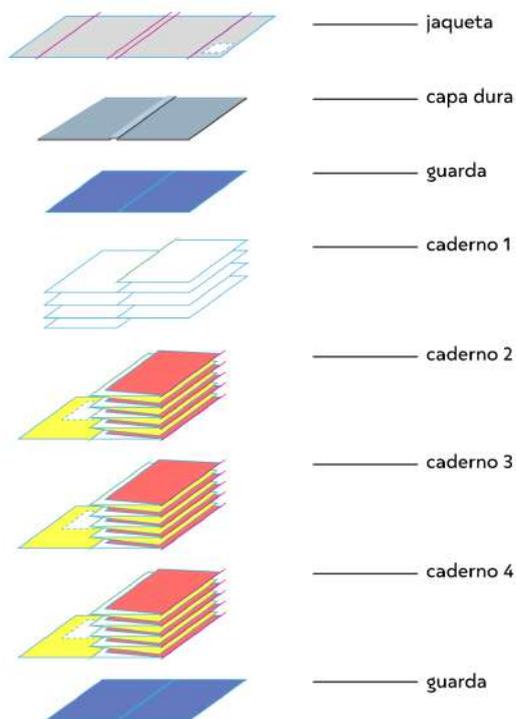
Fonte: elaborado pela autora

5.2 Normatização

Para Matté (2004), na etapa de Normatização, é feita a preparação técnica e codificação do projeto. Bahn (2012) explica que esse processo é muito importante, pois comunica para os profissionais que farão a impressão do livro as especificações definidas pelo designer e pelo editor, alinhando as expectativas de todos os envolvidos no projeto. Portanto, o cumprimento dessa etapa é fundamental para redução de erros durante a impressão final.

O primeiro passo, com objetivo de facilitar a compreensão do projeto, foi a organização de um esquema da construção dos cadernos que compõem o projeto (Figura 68).

Figura 68: Esquema de construção dos cadernos



Fonte: elaborado pela autora.

Na sequência foram elaboradas fichas técnicas para cada componente do livro. As fichas são compostas por um resumo de todas as informações relevantes para cada componente do livro e podem ser vistas no quadro 6.

Quadro 6: Fichas técnicas

Caderno 1	
Formato	16 x 22cm (fechado) / 32 x 44cm (aberto)
Número de páginas	16 páginas em 1 caderno de 4 folhas
Papel	Couché Fosco, 170g/m ²
Impressão	Offset
Cores	4x4
Lombada	canao
Encadernação	costura

Cadernos 2,3,4	
Formato	16 x 22cm (fechado) / 46 x 22 cm (aberto)

Número de páginas	90 páginas divididas em 3 cadernos de 5 folhas com 6 páginas cada
Papel	Couché Fosco, 170g/m ²
Impressão	Offset
Cores	4x4
Lombada	canoas
Encadernação	costura
Acabamentos	Faca de corte e vincagem

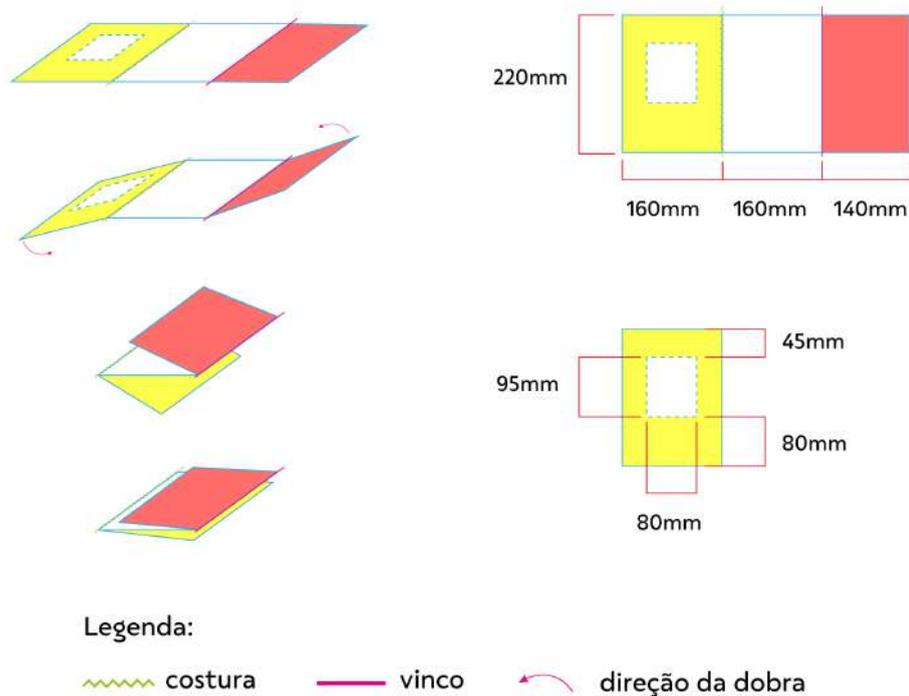
Jaqueta	
Formato	16,6 x 22,6cm (fechado) / 53,3 x 22,6 (aberto)
Papel	Couché Fosco, 170g/m ²
Impressão	Offset
Cores	4x0
Lombada	quadrada
Acabamentos	Faca de corte e vincagem

Capa	
Formato	16 cm x 23 cm
Papel	Capa Dura (Papelão Horlle + Couché Fosco 150g)
Impressão	Offset
Cores	4x0
Lombada	quadrada com miolo costurado
Acabamentos	Laminação fosca

Fonte: elaborado pela autora.

Devido a complexidade dos cadernos de número dois, três e quatro foi elaborado um manual explicativo das dobras que devem ser realizadas após o vinco. No mesmo material encontra-se um guia referente às medidas do acabamento a ser feito com faca de corte (Figura 69).

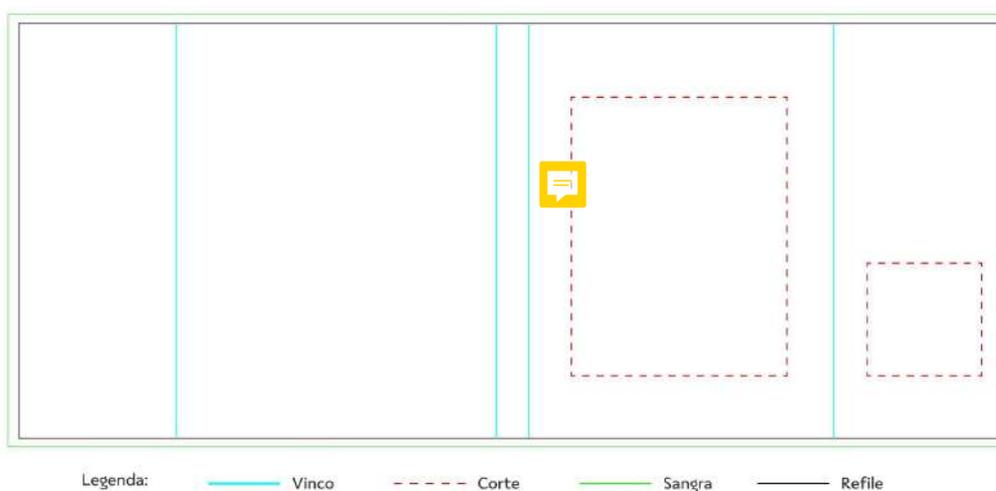
Figura 69: Detalhamento técnico dos cadernos de número dois, três e quatro.



Fonte: elaborado pela autora.

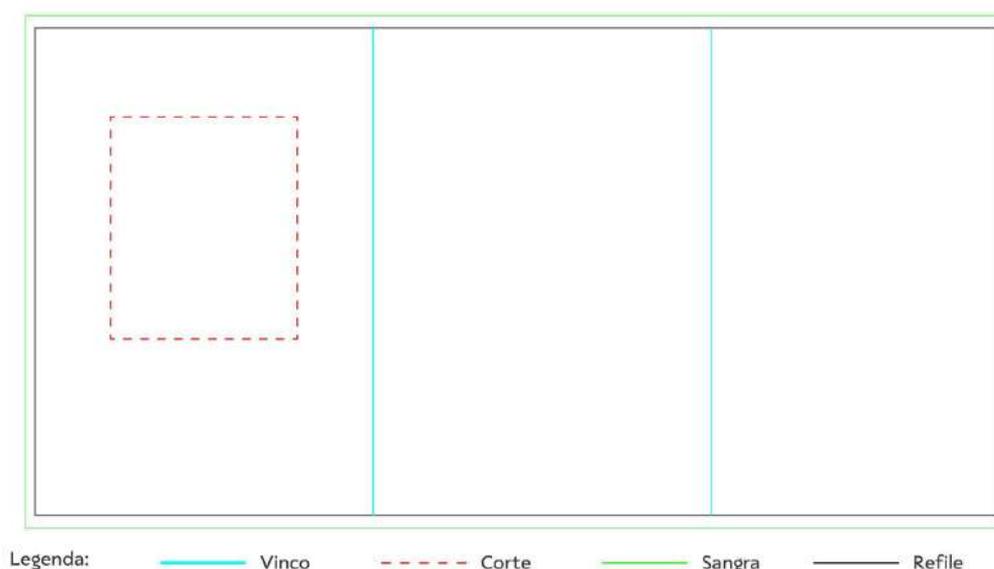
Por fim, foram desenvolvidas as facas de corte necessárias para a finalização do projeto. Os modelos devem ser enviados para gráfica juntamente do arquivo de impressão e para cada molde foi considerada uma sangra de 0,5 cm de espessura. As figuras 70 e 71 abaixo representam os moldes elaborados para a jaqueta e para o miolo, respectivamente.

Figura 70: Faca de corte referente a jaqueta.



Fonte: elaborado pela autora.

Figura 71: Faca de corte referente ao miolo.



Fonte: elaborado pela autora.

5.3 Produção final

Conforme apresentado no método adaptado, o primeiro passo da etapa de produção final se dá por uma última revisão no material. Visando cumprir este primeiro passo, o arquivo digital do livro foi enviado, no formato PDF, para todos os designers participantes do projeto. Foi solicitado aos profissionais que, após a leitura, respondessem um formulário avaliando o projeto. Dos quinze designers que receberam o material, cinco responderam o questionário. Porém, doze responderam o contato expressando a sua opinião diretamente para a autora. Quando perguntados sobre o que mais gostaram do projeto, os profissionais mencionaram a valorização das imagens por meio da diagramação, o uso das janelas no início de cada designer e a possibilidade de conhecer novos profissionais. Quando perguntados sobre o que não haviam gostado, somente duas pessoas responderam. O primeiro respondente afirmou que gostaria de ter visto mais ilustrações, desenhos e mais informações sobre o processo criativo dos profissionais. A segunda resposta tinha estava relacionada a um erro em uma das informações do designer, que posteriormente foi resolvido pela autora. O questionário também solicitava que os profissionais avaliassem com notas de um à cinco a capa, o título, a disposição do conteúdo e o livro como um todo. As médias referentes ao resultado da avaliação podem ser vistas no quadro 7 abaixo.

Quadro 7: médias finais da avaliação do livro feita pelos designers.

	Média
Capa	4,2
Título	5
Disposição do conteúdo	4,8
Livro	4,8

Fonte: elaborado pela autora.

Apesar do baixo número de respondentes do questionário, o *feedback* dado diretamente para a autora foi muito positivo. Os profissionais afirmaram terem gostado muito do projeto e elogiaram o resultado final. Assim como no formulário, outros designers perceberam nas suas páginas alguns erros, que também foram solucionados posteriormente. De acordo com Redish (2000), o material deve ser revisado quantas vezes for necessário antes da produção final.

Com a finalização de todos os materiais necessários para a produção do livro e com objetivo de orçar o custo final do projeto foram contatadas as gráficas *Stampato*, *Palloti* e *Ideal*. As três empresas foram recomendadas pela designer Carmem Galvão, que desenvolve projetos gráficos editoriais para a empresa *Brand&Book* e foram escolhidas, principalmente, por já serem gráficas reconhecidas no mercado editorial. A fim de comparar os valores para tiragens de escalas diferentes, foi solicitado o orçamento para impressão de 500, 1000 e 1500 unidades. As empresas foram contatadas via e-mail e via *WhatsApp*, porém somente a gráfica *Palloti* respondeu ao contato inicial. A gráfica, ao ser informada que o orçamento se tratava de uma etapa do trabalho de conclusão de curso, não respondeu o que havia sido solicitado, informando que a tiragem mínima era de 300 unidades e parou de responder às tentativas de contato seguintes. Devido aos motivos apresentados, não foi possível orçar o projeto.

Conforme dito anteriormente, em virtude da pandemia do COVID-19, para a conclusão deste trabalho, não era obrigatória a realização do protótipo físico do livro, podendo ser utilizado um *mockup* digital, que demonstrasse o resultado esperado do projeto. Visto que os equipamentos eletrônicos da autora não permitem o funcionamento adequado de softwares de modelagem 3D, a construção do modelo final e a renderização das imagens foi feita pelo estudante de design Vinícios Marra. Abaixo, as figuras 72 a 77 mostram diferentes partes do livro, em sua versão final.

Figura 72: Mockup: Versão final da jaqueta



Fonte: elaborado pela autora. Modelo 3D desenvolvido por Vinícios Marra.

Figura 73: Mockup: versão final da capa



Fonte: elaborado pela autora. Modelo 3D desenvolvido por Vinícios Marra.

Figura 74: Mockup: versão final da guarda e 1ª orelha.



Fonte: elaborado pela autora. Modelo 3D desenvolvido por Vinícios Marra.

Figura 75: Mockup: versão final do sumário



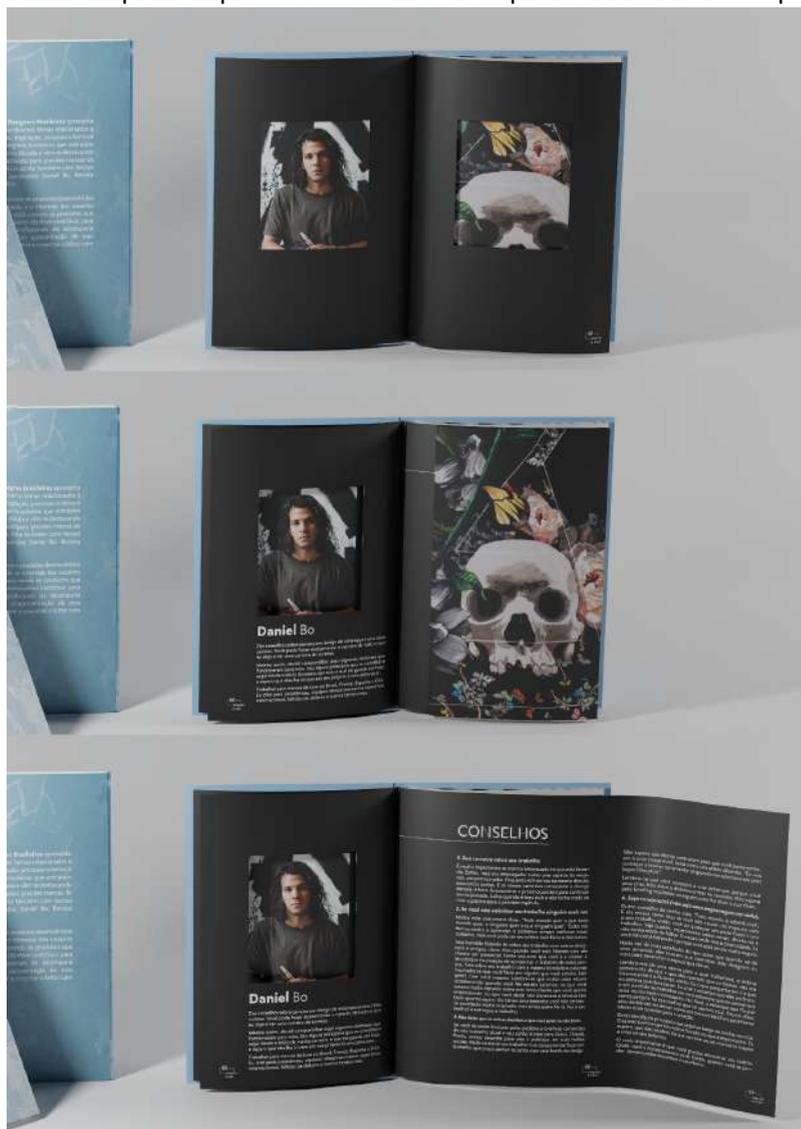
Fonte: elaborado pela autora. Modelo 3D desenvolvido por Vinícios Marra.

Figura 76: Mockup: Exemplo da versão final do capítulo de apresentação dos designers.



Fonte: elaborado pela autora. Modelo 3D desenvolvido por Vinícios Marra.

Figura 77: Mockup: Exemplo da versão final do capítulo dedicado aos especialistas.



Fonte: elaborado pela autora. Modelo 3D desenvolvido por Vinícios Marra.

6. Considerações Finais

Ao trazer para os dias de hoje a alegação feita por Meller (1991) de que, na época, os responsáveis pela criação das estampas ficavam no anonimato, este trabalho teve como objetivo mapear os designers brasileiros que hoje estão trabalhando com a produção de estampas no país. Para isso, durante a etapa de compreensão do projeto foi feita uma pesquisa a fim de localizar esses profissionais, que atuam no mercado de varejo nacional voltado para moda. Como resultado da pesquisa, foram localizados 176 profissionais, de todas as regiões do país. Não se

pretende afirmar que estes são todos os profissionais brasileiros que trabalham na área, mas parte do total.

O objetivo geral do trabalho foi desenvolver um projeto editorial registrando parte do trabalho de todos os profissionais localizados. Mas, como isso não era possível em termos práticos, foram estabelecidos dois critérios de seleção. Um deles foi o tempo de atuação e o outro o grau de reconhecimento pelo público, avaliado pelo número de seguidores na rede social *Instagram*. O resultado foi a seleção de 12 designers com menos de dez anos de carreira e menos de dez mil seguidores. Percebeu-se durante a pesquisa, que a região com o maior número de profissionais é a região sudeste, seguida pela região sul. Para as pessoas entrevistadas, o principal motivo para a pouca presença de designers atuando em estampanaria nas outras regiões, está relacionado a indústria de moda com pouca expressão nesses locais e também a falta de incentivo das universidades ao ensino de estampanaria nos cursos de graduação e pós-graduação.

Por meio da fundamentação teórica foi possível mapear as relações existentes entre o design de superfície, o design têxtil e o design de estampanaria. O aprofundamento nesses tópicos foi fundamental para o alcance dos objetivos propostos neste trabalho, visto que, a partir deles refletiu-se sobre a importância do reconhecimento dos designers para a valorização do setor. Relativo ao projeto editorial, o estudo das principais questões relacionadas ao projeto de um livro, somado ao uso do método adaptado, guiou as escolhas tomadas durante o desenvolvimento do conteúdo, do projeto editorial e do projeto gráfico.

Com a finalização deste trabalho é possível afirmar que, ao apresentar os profissionais que estão atuando hoje no mercado, o livro proposto colabora para a maior visibilidade da produção de estampanaria brasileira atual. Portanto, o resultado obtido se torna uma fonte confiável de informações e de referências para os futuros profissionais da área, contribuindo para a bibliografia em português de design de estampanaria. Sendo assim, o processo de construção do livro se deu de forma satisfatória, uma vez que todos os objetivos propostos foram alcançados.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **Contratações na indústria em janeiro superam demissões, afirma CNI**. São Paulo: 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **Perfil do Setor**. São Paulo: 2020.

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

CAMPBELL, Colin; FARRELL, Justine R. More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing em **Business Horizons**, Elsevier, 2020. v.63, nº4. p. 469-479.

FERNANDES, Amaury. **Notas Sobre a Evolução Gráfica do Livro** em SÁ, Fernando (org.). **Comum**. Rio de Janeiro : Faculdades Integradas Hélio Alonso, 2001. v.6, nº 17.p. 126 -148.

FETTER, Luiz Carlos. **Revistas, Design Editorial e Retórica Tipográfica: a experiência da revista *Trip* (1986 – 2010)**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

FETTER, Sandro Roberto; CATTANI Airton; LIMA, Edna Lucia da Cunha. A escrita, a caligrafia, o desenho de letras e o design de tipos: definições necessárias. In: VANDER LINDEN, Júlio Carlos de Souza; BRUSCATO, Underléa Miotto; BERNARDES, Maurício Moreira e Silva (Orgs.). **Design em Pesquisa – Vol. II**. Porto Alegre: Marca Visual, 2018. p 37-51

FREITAS, Ranielder Fábio de.; COUTINHO, Solange Galvão.; WAECHTER, Hans da Nóbrega. Análise de Metodologias em Design: a informação tratada por diferentes olhares. **Estudos em Design**. Rio de Janeiro: v.21, n.1, p.1-15, 2013.

FUKUSHIRO, Luiz. Ensaio sobre a tipografia brasileira. **Pós. Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP**, [S. l.], v. 21, n. 36, p. 194-208, 2015. DOI: 10.11606/issn.2317-2762.v21i36p194-208. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/90259>. Acesso em: 15 nov. 2021.

HALUCH, Aline. **Design Editorial: criando livros completos**. Teresópolis, 2AB, 2013.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. 2ª edição. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

LANARO, Janaina Thais, **A estampa como meio de diferenciação e comunicação da cultura brasileira**, 2013.138f. Tese (Mestrado em Design e Comunicação de Moda) – Universidade do Minho, Guimarães, Portugal, 2013.

LIMA, Yasmine L.F.; PEREIRA, Carla P.A. A influência da cor na produção de sentidos: um estudo no contexto de capas de livros. **Revista Design & Tecnologia**. 2020, Porto Alegre: v.10, n.21, p.89 - 100.

MARTINS, Nicole Curtinovi; SANCHES, Letícia Cabral da Silveira. Ensaio sobre a relação dos Zoomers com o consumismo moderno, seus impactos ambientais e a percepção do sustentável a partir do *DIY*. 2020, **Blucher Design Proceedings**, v.8, n.5 p. 871-884, 2020.

MATTÉ, Volnei Antônio; Proposta de Metodologia Projetual para Produtos Gráfico-Impressos. **Expressão** (Santa Maria), v.1, p.60-66,2004.

MELLER, Susan; ELFFERS, Joost.; **Textile Designs: Two Hundred Years of European and American Patterns**. Edição Ilustrada. Nova York, EUA: Harry N. Abrams, 2002

MOREIRA, Daniela Brum.; MONTEIRO, Gisela Costa Pinheiro.P.; Categorias Temáticas no Design de Estampas e Padronagens. *In: Simpósio De Pós-graduação em Design Da Esdi*, N°2, 2016, Rio de Janeiro.

NEIRA, LUZ GARCÍA. **Estampas na tecelagem brasileira: dá origem à originalidade**. 2012. 308f. Tese (Doutorado em História e Fundamentos da Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia: uma apresentação**. 4ª edição. Teresópolis: 2AB Editora, 2010.

NÚCLEO GESTOR DA CADEIA TÊXTIL E DE CONFECÇÕES EM PERNAMBUCO, Secretaria de Desenvolvimento Econômico, **Cadeia Têxtil e de Confeções**, Pernambuco, 2021. Disponível em: <https://www.ntcpe.org.br/?page_id=496> Acesso em: 13 de maio de 2021.

PEREIRA, Priscila Zavadil; Ruthschilling, Evelise Anicet.; SILVA, Régio Pierre da. Design de Superfície: cultura iconográfica como referência para a estamperia têxtil. *In: 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*, nº9, 2010. São Paulo.

QUEIROZ, Beatriz Figueiredo de. **Designer de estampas: os desafios do profissional na cidade de Fortaleza**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018.

REDISH, Janice. **What's Information Design?** Technical Communication Journal, 2000. Disponível em: <https://redish.net/wp-content/uploads/Redish_what_is_information_design.pdf>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

RUBIM, Renata. **Desenhando a Superfície**. 3ª edição. São Paulo: Edições Rosari, 2013.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de superfície**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2008.

SANTOS, Ramilton T. V. dos S.; SOUSA, Suzanna R. C. A. de; ALBURQUERQUE, Simone F. de. Bordado: uma nova perspectiva de design no segmento *slow fashion*. *In: 4º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica de Design e Moda*. n.4, 2017, Bauru.

SAMARA, Timothy. **Guia de Design Editorial**: manual prático para o design de publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SAMARA, Timothy. **Making and Breaking the Grid**: A Graphic Design Layout Workshop. Gloucester, MA: Rockport, 2005.

SIMILI, Ivana Guilherme; BARBEIRO, Priscila. Flores, cores e formas: o Brasil estampado de chita. **Visualidades**. Goiânia: v.14, n.2, p.106 -139, 2016.

SILVA, Marcelo Magalhães da,. **A Criação de Estampas no Brasil**: A profissão do designer de estampas. 2016. 40f. Trabalho de Conclusão de Curso da Pós-graduação – Orbitato Instituto de Moda, Design e Arquitetura. Jaraguá do Sul, 2016.

SILVA, Marcia Luiza França da; MENEZES, Marizilda dos Santos. Design de Superfícies: o panorama do ensino no Brasil. *In: 13º Congresso Pesquisa & Desenvolvimento em Design*. n.13, 2018, Joinville.

SILVA, Tânia Cristina do Ramo; PATRÍCIO, Fabiana dos Santos. Design de superfície têxtil: além da imagem estampada. **Entremeios** [Revista de Estudos do Discurso], Seção Estudos, Programa de Pós-graduação em Ciências da Linguagem (PPGCL), Universidade do Vale do Sapucaí, Pouso Alegre (MG), vol. 13, p. 15-32, jul. - dez. 2016.DOI:
<http://dx.doi.org/10.20337/ISSN2179-3514revistaENTREMEIOSvol13pagina15a32>

SOARES, Flávio Aguilar. **Da Vitrine à Estante**: Uma Análise Histórica Sobre a Produção e o Consumo de Livros no Brasil. 2019. 92f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

TANJI, Thiago. Escravos da moda: os bastidores nada bonitos da indústria fashion. **Revista Galileu**, 2016. Disponível em:
<<https://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2016/06/escravos-da-moda-os-bastidores-nada-bonitos-da-industria-fashion.html>>. Acesso em: 08 de maio de 2021.

TSCHICHOLD, Jan. **A forma do livro**: ensaios sobre tipografia e estética do livro. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

VANINI, Eduardo. As histórias por trás dos caquinhos que coloriram subúrbios brasileiros. **Revista O Globo**, 2016. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/ela/decoracao/as-historias-por-tras-dos-caquinhos-que-colo>

riram-suburbios-brasileiros-19092833?utm_medium=website&utm_source=archdaily.com.br>. Acesso em: 17 de novembro de 2021.

VIEIRA, LILIANA BELLIO. **A estamparia têxtil contemporânea**: produção, produtos e subjetividades. 2014. 226f. Dissertação (Mestrado em Projeto de Têxtil e Moda) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

YAMANE, Laura Ayako. **Estamparia Têxtil**. 2008. 127f. Tese (Mestrado em Artes Visuais). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008

ZAPPATERRA, Y.; CALDWELL, C. **Design editorial**: Jornais e revistas / Mídia impressa e digital. 1. ed. São Paulo: Editora Gustavo Gili, 2014.

Apêndice A - Perguntas do Questionário Online

Assunto	Motivo	Sessão	Pergunta	Alternativas	Obs
Introdução	Abrir o questionário	1. Sobre a pesquisa	texto introdutório sobre o trabalho	sem alternativas	Colocar que as informações são anônimas, confidenciais e serão utilizadas somente para a construção do trabalho acadêmico. E que nenhuma pergunta é obrigatória e não responder as questões não impede o envio do questionário.
Área de trabalho	Filtrar as respostas dos respondentes	2. Perfil	Trabalha com design?	Sim ou Não	Se colocar que não, vai pro final do questionário e não precisa responder.
Área de trabalho	Filtrar os respondentes	3. Perfil	Você trabalha com design de estamperia?	Sim e Não	
Região de trabalho	Possível delimitação	4. Trabalha com dsg de estamperia	Em qual região do país você trabalha hoje?	Sul Sudeste Norte Nordeste Centro-oeste	Regiões de acordo com o IBGE
Tempo na área	Saber mais sobre	4. Trabalha	A quanto tempo você	Menos de 1 ano, 1 a 5 anos, 6 a	

	o designer	com dsg de estamperia	trabalha com design de estamperia?	10, 11 a 15, 16 a 20, mais de 20	
Empresas em que atuou	Saber mais sobre o designer	4.Trabalha com dsg de estamperia	Em quais empresas você já trabalhou com estamperia?	caixa aberta	
Assunto	Motivo	Sessão	Pergunta	Alternativas	Obs
Nomes dos profissionais	Identificar nomes lembrados pelos profissionais da area	4.Trabalha com dsg de estamperia	Considerando todas as empresas em que você já trabalhou, tem algum designer de estamperia que você goste muito e recomenda o trabalho desta pessoa? Quem? (Caso não tenha trabalhado em nenhuma empresa, mas conhece alguém responda aqui também)	caixa aberta	
Critérios de seleção	Possíveis critérios para a escolha final	4.Trabalha com dsg de estamperia	Para você, quais critérios devem ser levados em conta para definir a relevância de um profissional de design de estamperia no	Seguidores no Instagram Marcas famosas que já trabalhou Famosos já usaram as suas estampas Anos trabalhando no mercado Outros	

			mercado brasileiro?		
Nomes dos profissionais	Identificar nomes lembrados pelos profissionais da área	4.Trabalha com dsg de estamparia	Quem você acredita que hoje são os três maiores nomes dentro da estamparia brasileira? (Caso não lembre de três, por favor responda com os nomes que lembrar)	caixa aberta	
Assunto	Motivo	Sessão	Pergunta	Alternativas	Obs
Contato	Autorização para entrar em contato	5.Final pra quem trabalha com estamparia	Se o seu nome for selecionado para o livro, você aceitaria dar uma entrevista?	Sim, Não	
Contato	Saber quem é a pessoa	6.Contatos	Caso a resposta tenha sido sim, qual o seu nome?	caixa aberta	Colocar que a pesquisa tem fins acadêmicos e é confidencial e que o nome da pessoa só será utilizado com autorização
Contato	Saber como entrar em contato com a pessoa	6.Contatos	Qual a melhor forma de entrar em contato com você?	whats, email, instagram, outros	

Contato	Saber como entrar em contato com a pessoa	6.Contatos	Com base na resposta anterior, qual o seu e-mail/ @ no Instagram / celular? (Se colocou outros na pergunta anterior, por favor escreva aqui o contato)	caixa aberta	
Área de trabalho	Filtrar as respostas dos respondentes	7.Não trabalha com dsg de estampa	Com qual área do design você trabalha?	Gráfico Produto Moda Editorial Outro	Pode selecionar mais de um assunto
Assunto	Motivo	Sessão	Pergunta	Alternativas	Obs
Nomes dos profissionais	Identificar nomes lembrados pelos profissionais da área	7.Não trabalha com dsg de estampa	Você já trabalhou com algum designer de estampa?	Sim e Não	Se colocar que não, vai direto pra sessão de livro

Nomes dos profissionais	Identificar nomes lembrados pelos profissionais da area	7.Não trabalha com dsg de estamparia	Caso tenha respondido que sim na pergunta anterior, tem algum designer de estamparia que você goste muito e recomenda o trabalho desta pessoa? Quem?	caixa aberta	
Critérios de seleção	Possíveis critérios para a escolha final	7.Não trabalha com dsg de estamparia	Para você, quais critérios devem ser levados em conta para definir a relevância de um profissional de design no mercado brasileiro?	Seguidores no Instagram Marcas famosas que já trabalhou Famosos já usaram as suas estampas Anos trabalhando no mercado Outros	
Livros semelhantes	Análise de similares	8.Livro	Você conhece algum livro que fale sobre designers brasileiros? Se sim, qual?	caixa aberta	
Assunto	Motivo	Sessão	Pergunta	Alternativas	Obs

Livros semelhantes	Validar a importância do trabalho	8.Livro	Você se interessaria por um livro que apresente os designers brasileiros que hoje trabalham com estamparia voltada para moda têxtil?	sim, não, talvez	
Conteúdo do livro	Identificar possíveis conteúdos pro livro	8.Livro	Para você, quais tópicos deveriam ser abordados em um livro sobre designers brasileiros?	caixa aberta	
Conteúdo do livro	Identificar possíveis conteúdos pro livro	8.Livro	Você teria interesse em saber mais sobre o processo criativo de um designer de estampas?	sim, não, talvez	
Conteúdo do livro	Identificar possíveis conteúdos pro livro	8.Livro	Se você pudesse fazer qualquer pergunta para um designer de estampas, o que perguntaria? (Pode ser mais de uma pergunta)	caixa aberta	
Assunto	Motivo	Sessão	Pergunta	Alternativas	Obs

Gênero	possível critério de definição	7.Perfil demográfico	Como você se identifica?	homem cisgenero, mulher cisgenero, homem transgênero, mulher transgênero, não-binarie e outros	
Idade	possível critério de definição	7.Perfil demográfico	Qual a sua idade?	Menos que 18 18 anos a 24 anos 25 anos a 34 anos 35 anos a 44 anos 45 anos a 54 anos Mais de 54	
Região de origem	Garantir que terei respostas que abranjam o país todo	7.Perfil demográfico	Em qual região do país você nasceu?	Sul Sudeste Norte Nordeste Centro-oeste	Regiões de acordo com o IBGE
Escolaridade	saber mais sobre o perfil do respondente	7.Perfil demográfico	Qual seu nível de escolaridade?	Ensino médio completo, superior em andamento, superior completo, mestrado em andamento, mestrado completo, doutorado em andamento, doutorado completo, outro.	
Assunto	Motivo	Sessão	Pergunta	Alternativas	Obs

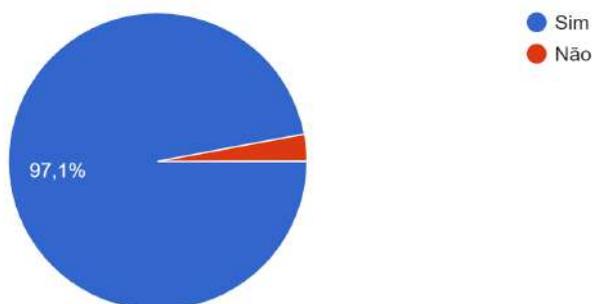
Emprego	saber mais sobre o perfil do respondente	7.Perfil demográfico	Qual a sua situação atual de emprego?	Empregado, Desempregado, Autônomo, Estudante, Aposentado, Outro	
Região de trabalho	possível critério de definição e garantir que terei respostas que abranjam o país todo	7.Perfil demográfico	Em quais regiões do país você já trabalhou?	Sul Sudeste Norte Nordeste Centro-oeste	Regiões de acordo com o IBGE

Apêndice B - Resultado do Questionário

Os resultados das perguntas 4.3, 4.4, 4.6, 6.1, 6.2, 6.3, 7.3, não serão apresentados neste apêndice por conter informações pessoais dos respondentes e os nomes de outros profissionais.

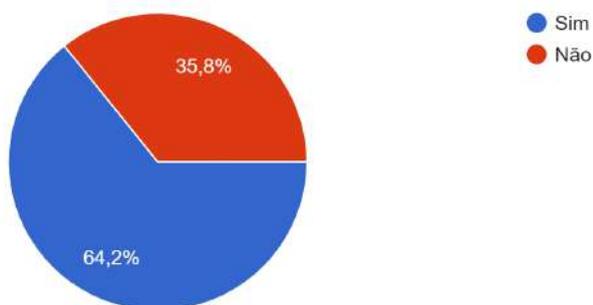
2.1) Você trabalha com design?

170 respostas



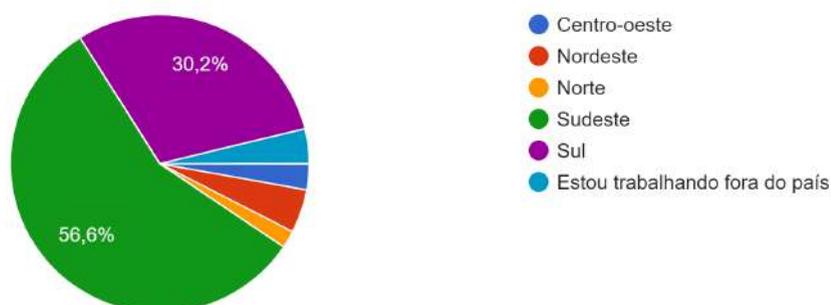
3.1) Você trabalha com design de estampa?

165 respostas



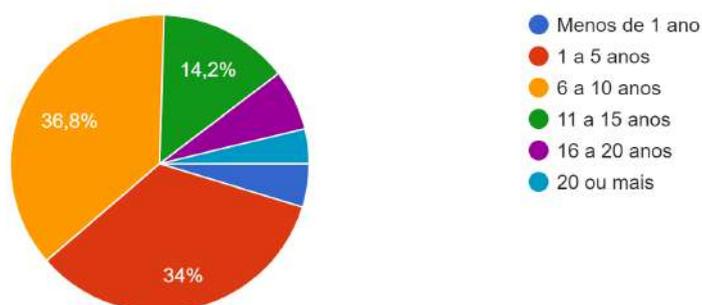
4.1) Em qual região do país você trabalha hoje?

106 respostas



4.2) A quanto tempo você trabalha com design de estampa?

106 respostas



Os resultados da pergunta 4.5 e 7.4 foram agrupados no quadro abaixo. A pergunta era: Para você, quais critérios devem ser levados em conta para definir a relevância de um profissional de design de estampa no mercado brasileiro?

Crítérios agrupados	Nº de Vezes que foi mencionado	Crítérios agrupados	Nº de Vezes que foi mencionado
Tempo de experiência na área	95	Capacidade de criar	1
Ter trabalhado com marcas famosas	50	Concursos que participou	1
Qualidade	23	Conhecer o mercado	1

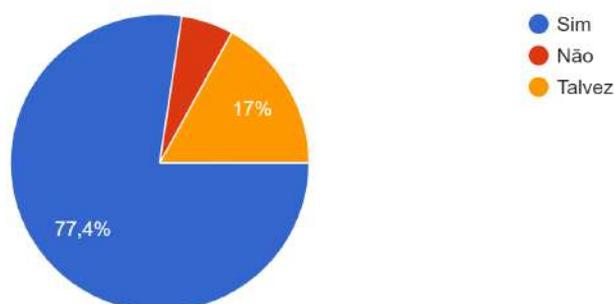
Portfólio	15	Conhecimento das técnicas de impressão	1
Criatividade	13	contribuições que possam expandir a área	1
Originalidade	10	Cuidado no atendimento	1
Habilidades Técnicas	10	Curiosidade	1
Versatilidade	6	Currículo Acadêmico	1
Habilidades Artísticas	6	Dar cursos	1
Inovação	6	Dedicação	1
Famosos já terem utilizado as suas estampas	6	Disponibilidade	1
Traço autoral	5	Entender que o BR é maior que a sua cidade/região	1
Impacto cultural/social dos projetos	4	escrever livros	1
Consistência do trabalho	4	Estampas bonitas e diferenciadas	1
Número de seguidores no Instagram	4	Estar disposto a aprender	1
Comunicação através das estampas	3	Estar sempre se atualizando	1
Talento	3	maturidade estética	1
Conexão com a proposta de projeto ou ideologia da marca	3	Personalidade no trabalho	1

Capacidade de adaptação a diferentes estéticas e briefings	3	Pontualidade na entrega	1
Complexidade	2	Pró-atividade em dar ideias	1
A forma como constroi estampas	2	Profissionalismo	1
Consegue traduzir a sua linguagem autoral para uma marca específica	2	Refinamento nos acabamentos	1
Estar atento as tendências do mercado	2	repertório visual	1
Estética compatível com o produto	2	Ser conhecido por outros profissionais da area	1
Familiaridade com as ferramentas	2	Ser o bom designer	1
Identidade	2	Técnicas diversas	1
senso crítico	2	Técnicas para resolução de problemas	1
senso estético	2	Ter fomentado o mercado de design brasileiro	1
Trabalho bonito	2	ter gerado lucro de forma autoral	1
Amor	2	ter referências	1
Entender de coloração	2	Ter repertório cultural	1

A riqueza dos projetos	1	Ter traço expressivo	1
Alma bom gosto	1	Um novo olhar	1
Buscar sempre novos caminhos	1	Ter visibilidade	1

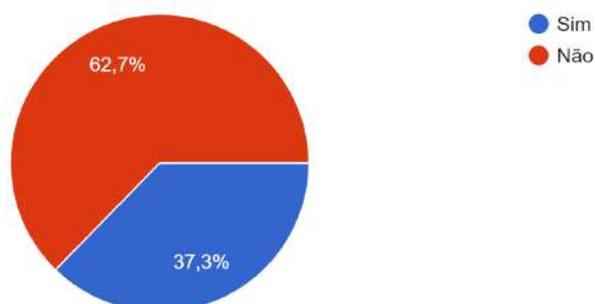
5.1) Se o seu nome for selecionado para o livro, você aceitaria dar uma entrevista?

106 respostas

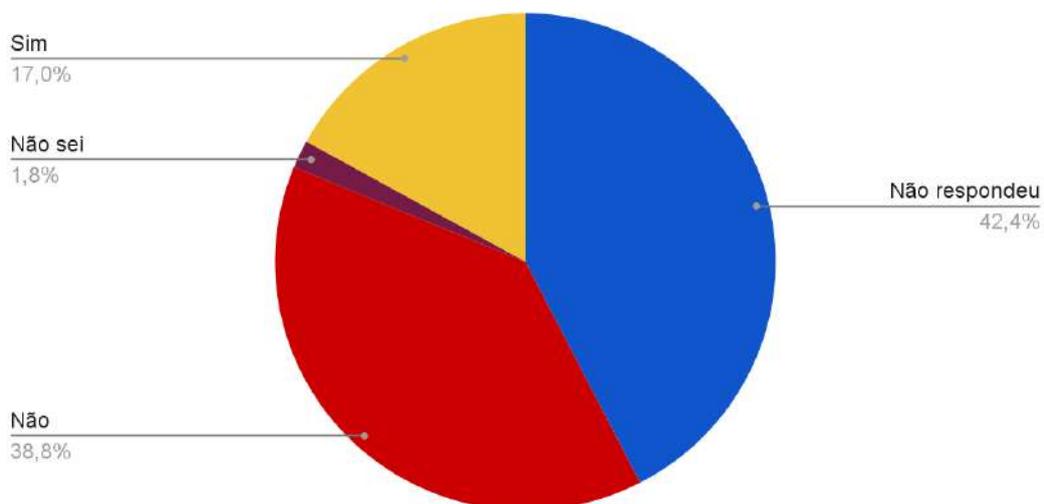


7.2) Você já trabalhou com algum designer de estamperia?

59 respostas

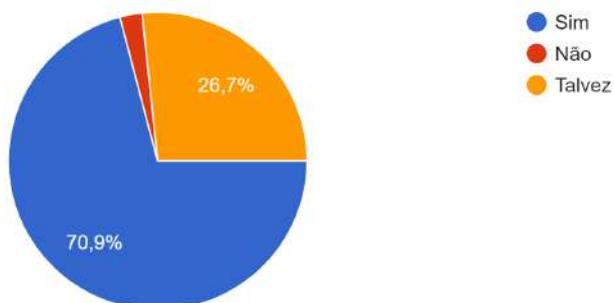


8.1) Você conhece algum livro que fale sobre designers brasileiros? Se sim, qual? (95 respondentes)



8.2) Você se interessaria por um livro que apresente os designers brasileiros que hoje trabalham com estamparia voltada para moda têxtil?

165 respostas

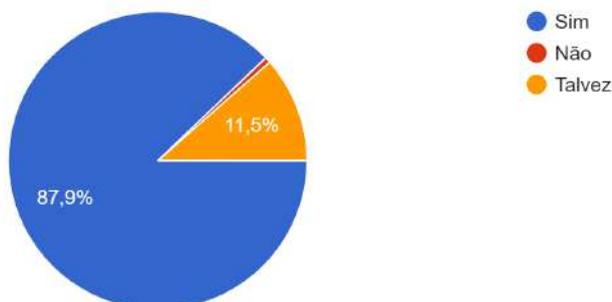


8.3) Para você, quais tópicos deveriam ser abordados em um livro sobre designers brasileiros?

8.3) Para você, quais tópicos deveriam ser abordados em um livro sobre designers brasileiros?	Nº de vezes que apareceu	% total
Principais trabalhos	154	31,3
Breve biografia	118	23,98
Região de Origem	92	18,69
Marcas para quem já trabalhou	70	14,22
Processo criativo	19	3,86
Referências e inspirações	13	2,64
Técnicas que usa	11	2,23
Estilo	5	1,01
Metodologia utilizada	2	0,4
Reflexões sobre a potencialidade do design de estampas	1	0,2
Dificuldades no dia a dia	1	0,2
Contato ou site da pessoa para saber mais	1	0,2
O que mais gosta de fazer	1	0,2
Que diferença fez no mercado brasileiro	1	0,2
Pelo que é conhecido no universo da estamperia	1	0,2
Construção da carreira	1	0,2
Qualidade do design	1	0,2

8.4) Você teria interesse em saber mais sobre o processo criativo de um designer de estampas?

165 respostas



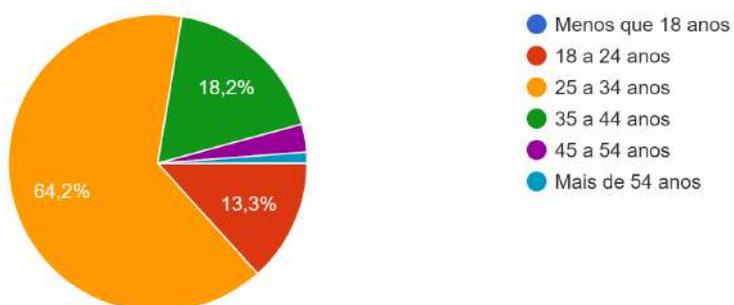
9.1) Como você se identifica?

162 respostas



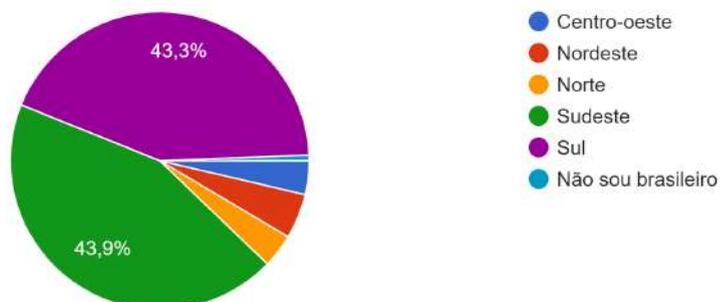
9.2) Qual a sua idade?

165 respostas



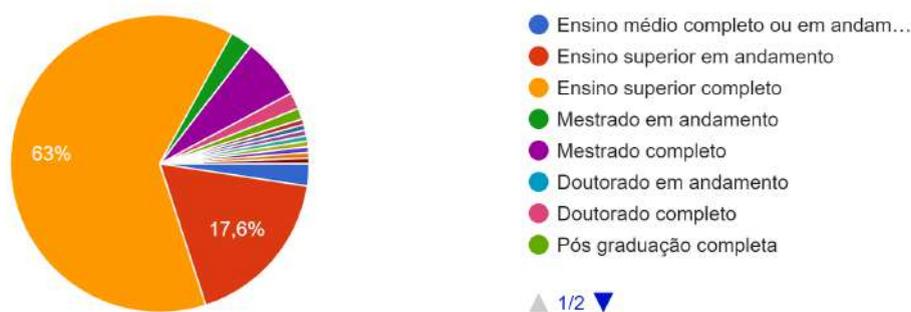
9.3) Em qual região do país você nasceu?

164 respostas



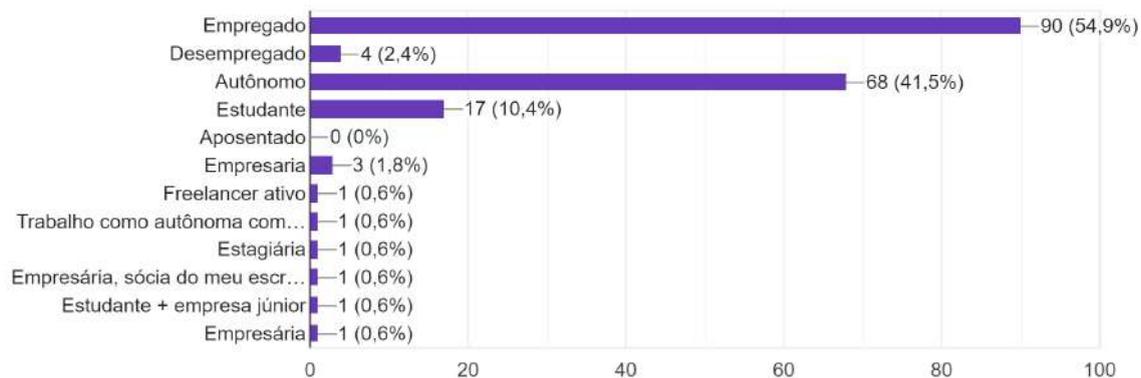
9.4) Qual seu nível de escolaridade?

165 respostas



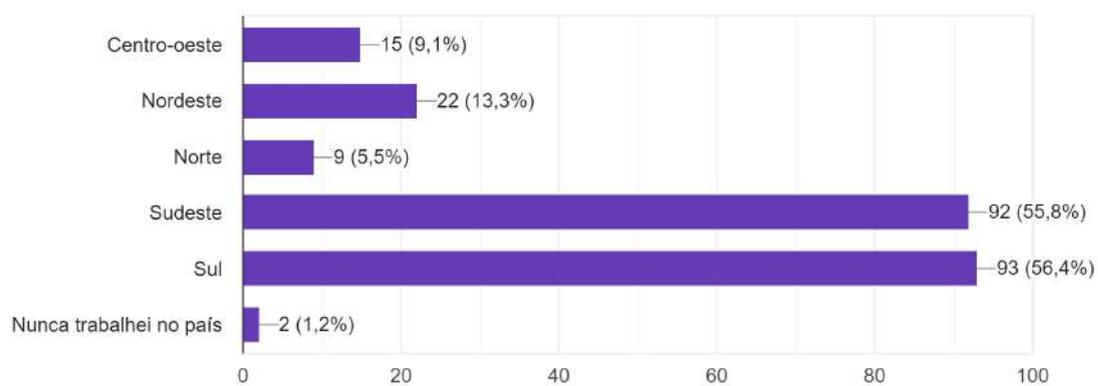
9.5) Qual a sua situação atual de emprego?

164 respostas



9.6) Em quais regiões do país você já trabalhou?

165 respostas



Apêndice C - Personas

PERSONA 1

TCC I - MARIA JULIA SCHARDOSIM



NOME:
MARINA PEREIRA

CIDADE NATAL:
RIO DE JANEIRO/RJ

IDADE:
20 ANOS

CIDADE ATUAL:
RIO DE JANEIRO/RJ

PROFISSÃO:
ESTUDANTE

Fonte: Foto por Ayo Ogunseinde disponível no Unsplash em maio/2021

O QUE FAZ?

Mora com os pais e está no 5º semestre do curso de design de moda na PUC-RIO.

A família possui uma boa renda, dessa forma não precisa trabalhar para ajudar a família.

Seus pais possuem ensino superior e acreditam que a educação é fundamental para o desenvolvimento da Marina.

Gosta de desenhar

O QUE ESCUTA E FALA?

Costuma escutar das pessoas que fazem moda se tornam estilistas ou costureiras, porém não se identifica e não concorda com esse estereótipo.

O QUE VÊ?

Percebeu que a sua cadeira de design de estampas na faculdade foi muito superficial e que para se aprofundar no assunto terá que buscar informações por conta própria. Ao buscar cursos sobre o assunto viu que o valor era muito alto e não teria condições de pagar. Não conhece livros sobre outros designers.

O QUE SENTE?

Entrou no curso de moda porque achava que a moda era responsável pela forma como as pessoas demonstram quem são. Gosta muito do curso, porém descobriu que era muito mais do que achava quando entrou e hoje sabe que não se identifica com as cadeiras de modelagem e costura. Por gostar de desenhar, se interessou pelo design de superfície.

CENÁRIO DE USO:

Compra o livro na livraria do shopping, lê de ponta a ponta em casa e guarda na prateleira do seu quarto.

FRAQUEZAS:

Sua renda não é muito alta e depende da aprovação dos pais para fazer a compra.

GANHOS:

Quer aprofundar seus conhecimentos em design de estampas, mercado de trabalho e conhecer novas referências.

PERSONA 2

TCC I - MARIA JULIA SCHARDOSIM



NOME:
DANIELE GOULART

CIDADE NATAL:
CONDURU/ES

IDADE:
32

CIDADE ATUAL:
PORTO ALEGRE/RS

PROFISSÃO:
ANALISTA

Fonte: Foto por Dmitriy Frantsev disponível no Unsplash em maio/2021

O QUE FAZ?

Mora sozinha na capital do Rio Grande do Sul, para onde se mudou por conta do emprego em uma grande empresa.

Apaixonada por arte e história da arte, visita museus e galerias com frequência.

Mantém contato com a natureza pois considera uma importante fonte de inspiração, para isso visita parques e reservas ambientais.

O QUE ESCUTA E FALA?

Escuta que a peça estampada é comprada da China e já vem de lá assim. Percebe que falta reconhecimento do papel importante da profissão de designer de estampa.

O QUE VÊ?

Nota a falta de reconhecimento do trabalho de estampa e acredita que um livro sobre isso incentivaria a valorização dessa área.

Consegue visualizar-se crescendo na empresa e aumentando sua equipe.

Acha difícil encontrar profissionais na área

O QUE SENTE?

Sente falta de material sobre a atuação de designers de estampa, pois percebe que o pouco conteúdo existente é baseado em profissionais que são referência há muito tempo e gostaria de conhecer novos nomes da área.

Ainda, acredita que esse material a ajudaria em seu trabalho, no momento de produzir, por conta das novas referências e também quando for necessário encontrar novos parceiros e colaboradores.

CENÁRIO DE USO:

Comprou o livro online e o guarda no trabalho, na pilha de livros que usa quando precisa de referências de fácil acesso.

FRAQUEZAS:

GANHOS:

Conhecer novos designers e seus trabalhos, que podem ser referências visuais para usar nas suas criações.

PERSONA 3

TCC I - MARIA JULIA SCHARDOSIM



NOME:
BRUNO CARDOSO

CIDADE NATAL:
PORTO ALEGRE/RS

CIDADE ATUAL:
PORTO ALEGRE/RS

IDADE:
27

PROFISSÃO:
DESIGNER AUTÔNOMO

Fonte: Foto por Sheikh Asif disponível no Unsplash em maio/2021

O QUE FAZ?

Divide o apartamento com um amigo no centro histórico da cidade. Formou-se na Universidade Federal e Trabalha como freelancer em design no geral. Gosta de jogar vídeo-game e maratona séries com sua namorada. Também gosta de desenhar.

CENÁRIO DE USO:

Encontrou o livro na livraria do bairro e achou promissor. Não lê do início ao fim e guarda na estante da sala.

FRAQUEZAS:

Não é a área atual dele, então o livro torna-se supérfluo e por isso avalia bastante o custo.

O QUE ESCUTA E FALA?

Não escuta muito sobre estamparia e já teve que recusar freelances na área, achou o livro uma interessante forma de se inteirar sobre.

O QUE VÊ?

Reconhece o crescimento nesse mercado e acha interessante. Não via a estamparia como possibilidade, o livro despertou interesse nesse conteúdo e também achou atraente o livro-objeto.

O QUE SENTE?

Não teve seu interesse voltado para estamparia pois não teve contato suficiente com a área na faculdade. Sente que ainda tem muito o que aprender, e tem vontade e energia para isso, porém não vê como necessidade imediata uma especialização. Acha importante livros como referência mas também gosta de acumular livros pelo visual na estante.

GANHOS:

Mais um livro para a sua coleção. Gera aprofundamento no assunto e serve como referência para próximos trabalhos.

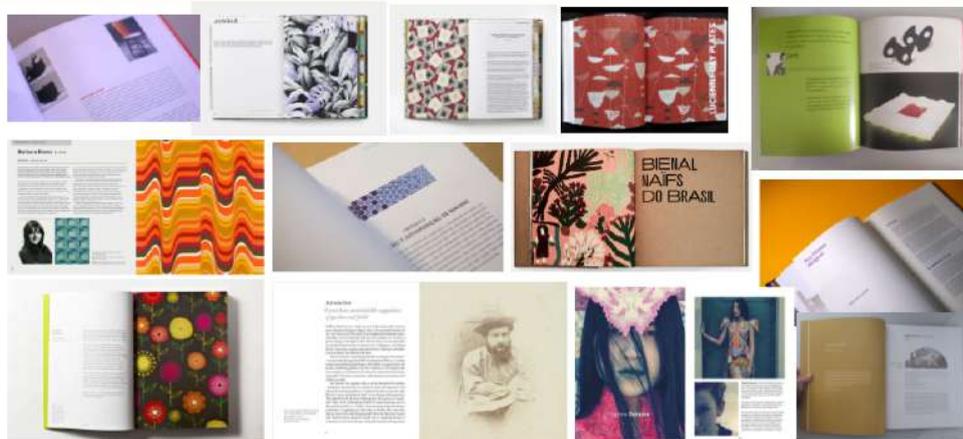
Apêndice D - Roteiro para Entrevistas

Objetivo	Assunto	Pergunta	Ordem das questões
Breve biografia	Sobre o designer	Me conte um pouco sobre você (qual a sua idade e cidade/estado onde nasceu, pronomes que utiliza)	1
Breve biografia	Sobre o designer	Como iniciou na área? Quais e como foram as primeiras oportunidades de trabalho?	2
Breve biografia	Sobre o designer	E depois como seguiu a tua carreira?	3
	Sobre o designer	Qual seu maior sonho dentro da carreira de designer de estampas?	4
Todos	Processo criativo	O que você acha mais desafiador e o mais recompensador no design de estampas? Independente do briefing.	5
	Referências e inspirações	O que você faz quando está sem inspiração e precisa criar?	6
	Referências e inspirações	A indústria da moda é algo que cresce assustadoramente a cada ano, hoje no mercado existem milhares de marcas, principalmente fast fashion, que lançam novas coleções o tempo todo, como se manter criativo e autêntico em meio a tantas referências?	7
	Reflexões	Para você o que é uma estampa inovadora?	8
	Processo criativo	Qual o ponto inicial na hora de compor sua estampa?	9
Todos	Processo criativo	Como é o seu processo criativo na hora de construir a estampa?	10
	Processo criativo	Você tem uma técnica de ilustração preferida?	11
	Processo criativo	Como costuma colorir e montar uma paleta de cores?	12
	Sobre o designer	Qual a sua parte favorita no processo de criação de uma estampa?	13

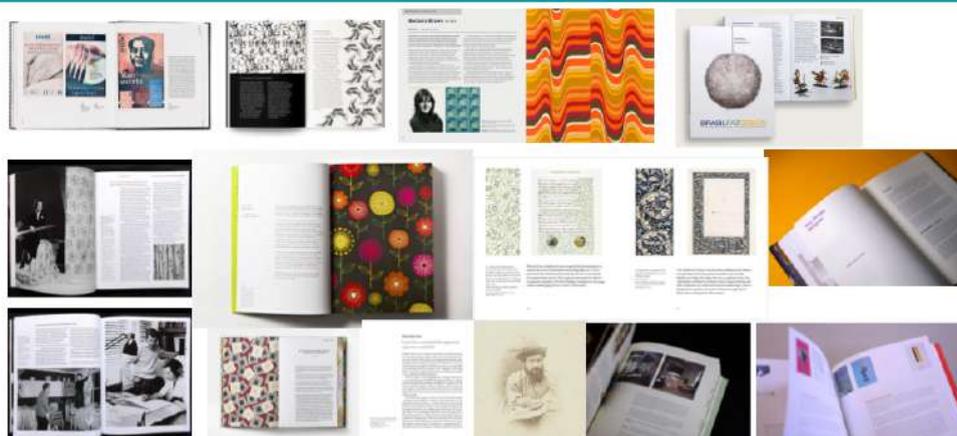
	Orçamentos e custos	Como mensurar o valor/preço de um trabalho?	14
	Mercado de estampa	Como desenvolver uma boa relação com o cliente?	15
	Sobre o designer	Você tem alguma situação/história de algum trabalho que não deu certo e você se arrepende? Do tipo que talvez você fizesse diferente se pudesse fazer novamente	16
Todos	Dicas	Que dicas você tem para quem está começando?	17
Imagens	Principais trabalhos	Você pode me enviar imagens dos seus principais trabalhos ou daqueles que você gosta mais e uma foto sua?	18

Apêndice E - Painéis da Análise de Similares

Livros internamente - abertura de capítulo



Livros internamente - páginas textuais



Livros com diferenciais



