

Taiana Ojeda Schwarz

**SISTEMA GRÁFICO-EDITORIAL DE GUIA TURÍSTICO
PARA CRIANÇAS**

Projeto de Conclusão de Curso
submetido(a) ao Curso de Design da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do Grau de
Bacharel em Design
Orientador: Prof. Dr. Israel De
Alcântara Braglia

Florianópolis
2017

Ficha de identificação da obra elaborada pela autora
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

Schwarz, Taiana Ojeda
Sistema Gráfico-Editorial de Guia Turístico para
Crianças / Taiana Ojeda Schwarz ; orientador, Israel
De Alcântara Braglia, 2017.
93 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design,
Florianópolis, 2017.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design Editorial. 3. Projeto
Gráfico. 4. Guia Turístico Infantil. I. Braglia,
Israel De Alcântara. II. Universidade Federal de
Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Taiana Ojeda Schwarz

SISTEMA GRÁFICO-EDITORIAL DE GUIA TURÍSTICO PARA CRIANÇAS

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

Florianópolis, 20 de Junho de 2017.

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

Banca Examinadora:

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

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

Prof.^a Mary Vonni Meürer de Lima, Dr.^a
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, por toda a educação e amor que recebi e por sempre me apoiarem e me incentivarem durante esses anos de graduação. Obrigada por proporcionarem esta oportunidade.

Agradeço a minha irmã por todo o amor e companheirismo. Obrigada por sempre estar ao meu lado.

À todos os demais familiares que também me apoiaram e estivessem presentes durante esta caminhada.

Agradeço ao meu orientador Israel Braglia por ter compartilhado os seus conhecimentos e por ter apoiado a minha ideia, me guiando durante o desenvolvimento desde projeto.

Agradeço a todos os professores e profissionais da UFSC que de algum modo estiverem presentes durante a minha graduação. Em especial agradeço aos professores Luciano e Mary, por fazerem parte da minha banca e por sempre me auxiliarem na melhora do meu projeto.

Agradeço também a todos os professores e profissionais da SCAD que me ajudaram a ampliar as minhas experiências e conhecimentos nessa jornada.

Agradeço aos meus amigos que me acompanharam durante esses anos, sempre me apoiando, aconselhando e principalmente compartilhando os conhecimentos para me tornar uma profissional melhor todos os dias.

RESUMO

Este relatório tem como finalidade a documentação do processo de desenvolvimento de um sistema gráfico-editorial para guia turístico para crianças. Para isso, realizou-se pesquisas e testes com o auxílio da metodologia adaptada de Bruce Archer, incluindo estudos do segmento de mercado, análise de similares, estratégias de design, estruturação gráfica e realização do projeto gráfico.

Palavras-chave: Design Editorial; Projeto Gráfico; Guia Turístico;

ABSTRACT

This report aims to documenting the development process of a graphic-editorial system for a travel guide for children. For this, research and tests were carried out with the aid of the adapted methodology proposed by Bruce Archer, including studies of market segment, analysis of similar, design strategies, graphic structuring and project achievement.

Keywords: Editorial Design; Graphic Design; Travel Guide;

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Metodologia de Bruce Archer presente em “A Prática do Design Gráfico – uma metodologia de criativa”.....	24
Figura 02 – Metodologia Adaptada de Bruce Archer.....	25
Figura 03 – Guia Baedeker Holanda do século XIX.....	32
Figura 04 – <i>HandBook for Travellers – India</i> do século XIX.....	33
Figura 05 – Paris, Guia da Cidade.....	35
Figura 06 – Paris, Guia da Cidade – Sumário.....	37
Figura 07 – Paris, Guia da Cidade – Mapa.....	38
Figura 08 – <i>Welcome to London</i>	39
Figura 09 – <i>Welcome to London</i> – Sumário.....	40
Figura 10 – <i>Welcome to London</i> – Mapa da Cidade.....	41
Figura 11 – <i>Welcome to London</i> – Mapa do Metrô.....	42
Figura 12 – coleção de guias turísticos Proibido para Adultos.....	44
Figura 13 – coleção de guias turísticos Proibido para Adultos.....	44
Figura 14 – Proibido para Adultos - Paris.....	45
Figura 15 – Proibido para Adultos - Roma.....	46
Figura 16 – guias turísticos Isto é Nova York.....	47
Figura 17 – guias turísticos Isto é Roma.....	48
Figura 18 – Guia Turístico Isto é Paris.....	49
Figura 19 – Coleção de guias turísticos Isto é Nova York.....	50
Figura 20 – Coleção de guias turísticos Isto é Nova York.....	51
Figura 21 – Testes de Formato da Página.....	58
Figura 22 – Diferença entre caracteres para adultos e crianças.....	59
Figura 23 – Fontes Pré-Selecionadas.....	60
Figura 24 – Teste em papel das fontes pré-selecionadas.....	60
Figura 25 – Resultado da aplicação do MAST.....	61
Figura 26 – Teste tamanho de texto.....	62
Figura 27 – Teste de Entrelinha.....	63
Figura 28 – Determinação do Módulo.....	64
Figura 29 – Cálculos redimensionamento da página.....	64
Figura 30 – Redimensionamento da Página.....	65
Figura 31 – Tabela Proposta por Bringhurst.....	66
Figura 32 – Margens.....	67
Figura 33 – Colunas e Corpo de Texto.....	68
Figura 34 – Adaptação estilo fonte Didact Gothic.....	69
Figura 35 – Elementos Gráficos Textuais.....	69
Figura 36 – Disco Cores Complementares.....	70
Figura 37 – Teste de Cores no Papel.....	71
Figura 38 – Paleta de Cores Final.....	71

Figura 39 – Cores Predominantes e Complementares.....	72
Figura 40 – Elementos das Ilustrações.....	73
Figura 41 – Exemplos das Ilustrações.....	73
Figura 42 – Capa da Publicação.....	74
Figura 43 – Coleção Guia Turístico para Pimpolhos.....	75
Figura 44 – Elementos Identificação do Guia.....	75
Figura 45 – Espelho da Publicação.....	76
Figura 46 – Diagramação das Páginas.....	77
Figura 47 – Diagramação das Páginas.....	78
Figura 48 – Diagramação das Páginas.....	78
Figura 49 – Diagramação das Páginas.....	79
Figura 50 – Diagramação das Páginas.....	79
Figura 51 – Protótipo.....	81
Figura 52 – Protótipo.....	81
Figura 53 – Protótipo.....	82
Figura 54 – Protótipo.....	82
Figura 55 – Protótipo.....	83
Figura 56 – Protótipo.....	83
Figura 57 – Protótipo.....	84
Figura 58 – Protótipo.....	85
Figura 59 – Protótipo.....	85

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Comparação dos Guias Turísticos.....	43
QUADRO 2 – Comparação dos Guias Turísticos Infantis.....	52

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

OMT – Organização Mundial do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	19
1.1 OBJETIVOS.....	21
1.1.1 Objetivo Geral.....	21
1.1.2 Objetivos Específicos.....	21
1.2 JUSTIFICATIVA.....	21
1.3 DELIMITAÇÕES DO PROJETO.....	22
2 METODOLOGIA.....	23
3 DIAGNÓSTICO.....	27
3.1 FASE ANALÍTICA.....	27
3.1.1 Briefing.....	27
3.1.1.1 Público-alvo.....	30
3.1.1.2 Projeto editorial infantil.....	30
3.1.1.3 Guia turístico.....	31
3.1.2 Editoriais Turísticos Contemporâneos.....	35
3.1.2.1 Guias turísticos.....	35
3.1.2.2 Guias turísticos infantis.....	43
3.1.2.3 Síntese da Análise de Similares.....	52
3.1.3 Conceito Editorial.....	53
3.1.4 Estratégias de Design.....	54
3.1.4.1 Tipografia.....	54
3.1.4.2 Grid.....	54
3.1.4.3 Formato.....	54
3.1.4.4 Cor.....	55
3.1.4.5 Ilustração.....	55
3.1.4.6 Papel.....	56
3.1.4.7 Impressão.....	56
4 FASE CRIATIVA.....	57
4.1 ESTRUTURAÇÃO GRÁFICA.....	57
4.1.1 Predefinição do Formato da Página.....	57
4.1.2 Tipografia.....	58
4.1.3 Entrelinha.....	62
4.1.4 Determinação do Módulo.....	63
4.1.5 Formato da Página, Grid e Diagrama.....	64
4.1.6 Elementos Gráficos Textuais.....	68
4.1.7 Elementos Gráficos Não-Textuais.....	70
4.1.7.1 Cor.....	70

4.1.7.2 Ilustrações.....	72
4.1.8 Capa e Logotipo.....	74
5 FASE EXECUTIVA.....	76
5.1 ESPELHO DA PUBLICAÇÃO.....	76
5.2 DIAGRAMAÇÃO.....	77
5.3 FECHAMENTO DO ARQUIVO.....	80
5.4 PROTÓTIPO.....	80
5.5 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO.....	86
5.6 ESTUDO DE VIABILIDADE.....	87
6 CONCLUSÃO.....	88
6.1 SUGESTÕES DE CONTINUIDADE DO PROJETO.....	88
REFERÊNCIAS.....	89
REFERÊNCIAS DOS TEXTOS DA PUBLICAÇÃO.....	92
APLÊNDICE A – MATRIZ DE SELEÇÃO TIPOGRÁFICA.....	93

1 INTRODUÇÃO

Segundo o dicionário Michaelis (2016), a palavra “turismo” tem como definição o ato de visitar diferentes localidades, distintas do local habitual, por um período determinado, com a finalidade de enriquecimento do entretenimento, da cultura e do lazer. Desta maneira, Alexandre O Grande e Marco Polo podem ser considerados os pioneiros do turismo moderno, uma vez que saíram de suas cidades movidos pela necessidade de explorar novos lugares. Todavia, a grande movimentação de pessoas, em busca de um local para descansar, iniciou-se no século XIX. Neste período, a Revolução Industrial, que ocorria na época, possibilitou a criação de meios de transportes, como ferrovias e navios, que eram capazes de oferecer instalações confortáveis aos passageiros. Apesar das mudanças econômicas e sociais daquele período, as condições deploráveis das grandes cidades atraíam os viajantes para lugares onde pudessem, escapar por um tempo, dos problemas urbanos. Os motivos pelos quais essas pessoas começaram a sair de suas cidades em busca de lazer e descanso são similares aos do século XXI.

Atualmente, o setor de turismo é um dos que mais cresceu nas últimas décadas. Os serviços destinados a esta atividade geram um volume de negócios igual, ou até mesmo maior, que setores importantes da economia, como alimentos e petróleo. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), 1,5 trilhão de dólares em receitas de exportação foram gerados em 2015 pelo turismo internacional. Desde modo, muitos países em desenvolvimento tem o turismo como principal atividade econômica, gerando mais empregos em diferentes setores. Por este motivo, houve um aumento no número de novos destinos e na concorrência entres eles.

Juntamente com o crescimento do turismo, surgiu a necessidade de adquirir informações básicas para que o viajante conseguisse conhecer um local sem dificuldades. Desse modo, criou-se materiais gráfico-editoriais para orientar o turista desde a hospedagem até as compras. O principal impresso deste segmento é o guia turístico. Atualmente, há inúmeras publicações de diferentes lugares e idiomas que tratam do assunto em questão, tanto as publicadas por grandes editoras, como a Lonely Planet e Fodor, quanto as independentes que são geralmente distribuídas gratuitamente em locais de grande movimento turístico. Esses guias eram as principais fontes de informações que um visitante poderia obter antes de uma viagem. Com a popularização da internet, principalmente de blogs destinados ao turismo, houve uma diminuição nas porcentagens de vendas deste

material impresso. Porém, com a melhora nas condições de pagamentos e concorrência, cresceu também o número de pessoas que poderiam pagar por uma viagem. Assim, os guias turísticos voltaram a ganhar destaque, podendo até mesmo se tornar um item de coleção.

Mesmo com essa volta ao mercado editorial, os guias turísticos têm como principal público-alvo os adultos. A variedade desses materiais destinados aos mais velhos é enorme, até mesmo os que são geralmente distribuídos sem nenhum custo. Não é comum encontrar em livrarias, até mesmo nas de grandes redes, guias turísticos destinados especificamente ao público infantil. Geralmente, encontra-se um material destinado aos pais que orienta os mesmos em como a criança pode aproveitar melhor as atrações oferecidas por determinado destino ou como a família pode adaptar um roteiro se um membro faz parte deste público. Conseguir um exemplar de um guia turístico exclusivamente destinado ao público infantil precisa de muita pesquisa. Mesmo com muitas crianças viajando com a família para vários destinos do mundo, não há um investimento significativo neste tipo de material. Algumas das grandes editoras, como a Lonely Planet, produzem um material semelhante, que contém informações sobre os destinos e são escritos com uma linguagem fácil e divertida, porém são pouco divulgados, não ganhando destaque perante o grande volume de guias destinados aos adultos.

A possibilidade de criar uma imersão do público infantil no destino escolhido da viagem é importante para despertar o interesse da criança nas histórias e costumes locais. Além disso, como consequência, esse público pode ampliar os seus interesses por outros assuntos nunca antes apresentados. Este tipo de material pode não ter somente a função de apresentar certo destino à criança ou ensiná-la assuntos diversos, mas também pode contribuir com o mercado editorial voltado a literatura infantil, ajudando as crianças a adquirir o gosto pela leitura.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Desenvolver um sistema gráfico-editorial de guia turístico aplicado ao Estado de Santa Catarina para crianças com idade entre 7 e 9 anos, tendo como piloto a cidade de Itajaí.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Aplicar e aprofundar os estudos de design editorial;
- Avaliar os guias turísticos infantis já existentes;
- Organizar e aplicar os conteúdos para que o guia possa transmitir a sua função ao público-alvo;
 - Projetar a estruturação gráfica de acordo com as pesquisas e justificativas apresentadas neste trabalho;
 - Ilustrar as páginas do guia apresentando os lugares sem descaracterizar os mesmo.

1.2 JUSTIFICATIVA

O tema do presente trabalho surgiu pelo interesse em aprofundar as técnicas do design editorial e pela afinidade com o tema escolhido. A percepção da falta de um material semelhante ao presente foi o motivo pelo qual foi escolhido desenvolver este trabalho.

Atualmente há um grande crescimento no número de materiais gráfico-editoriais destinados ao público-infantil. O aumento da procura por parte dos pais cria, conseqüentemente, uma demanda maior por temas diferenciados que ensinam as crianças assuntos que geralmente são abordados em materiais com foco nos adultos. Desse modo, este material pode ser uma fonte que possibilite abrir caminhos para novas descobertas, por parte deste público, nos outros materiais da literatura infantil já existentes no mercado editorial.

A demanda deste trabalho surgiu após análise dos materiais gráficos disponíveis nos principais locais turísticos da cidade de Itajaí. Como conclusão, percebeu-se a escassez de impressos destinados principalmente às crianças, tendo apenas poucos materiais com foco no entretenimento exclusivamente familiar. Sendo assim, a realização de um guia turístico para crianças pode gerar um maior interesse infantil no assunto em questão.

O desenvolvimento deste projeto poderá proporcionar o melhor entendimento das técnicas do design editorial e o aprimoramento das mesmas, junto com o crescimento pessoal da autora, principalmente na área do design. Espera-se que a elaboração do guia turístico possa colaborar com estudantes e profissionais da área do design gráfico, principalmente nos projetos editoriais voltados ao público infantil.

1.3 DELIMITAÇÃO DO PROJETO

O projeto é delimitado em um guia turístico impresso para crianças com sua aplicação sobre a cidade de Itajaí. Este projeto é um modelo piloto e pode ser aplicado a outras cidades. O conteúdo e as ilustrações serão sempre produzidos pela autora através de pesquisas nos principais meios turísticos de informação. O projeto poderá ser vendido em pontos frequentados por turistas no Estado de Santa Catarina.

2 METODOLOGIA

Compreende-se como Metodologia as etapas a serem seguidas durante um determinado processo. É o detalhamento do método adotado para o desenvolvimento do trabalho de pesquisa, com o objetivo de avaliar as capacidades e limitações do projeto.

O método projectual não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica, ditada pela experiência. O seu objetivo é o de se atingir o melhor resultado com o menor esforço. (MUNARI, 1981, p.20)

Este trabalho tem como base a metodologia de projeto proposta por Bruce Archer, que está presente no livro “A Prática do Design Gráfico – uma metodologia criativa” de Fuentes (2006), pois consegue-se adaptá-la com facilidade para um projeto gráfico editorial.



Figura 01 – Metodologia de Bruce Archer presente em “A Prática do Design Gráfico – uma metodologia de criativa”
 Fonte: Fuentes (2006)

Com o objetivo de aplicar esta metodologia, algumas modificações foram realizadas para que as etapas melhor se adequassem ao projeto gráfico-editorial que está sendo realizado.

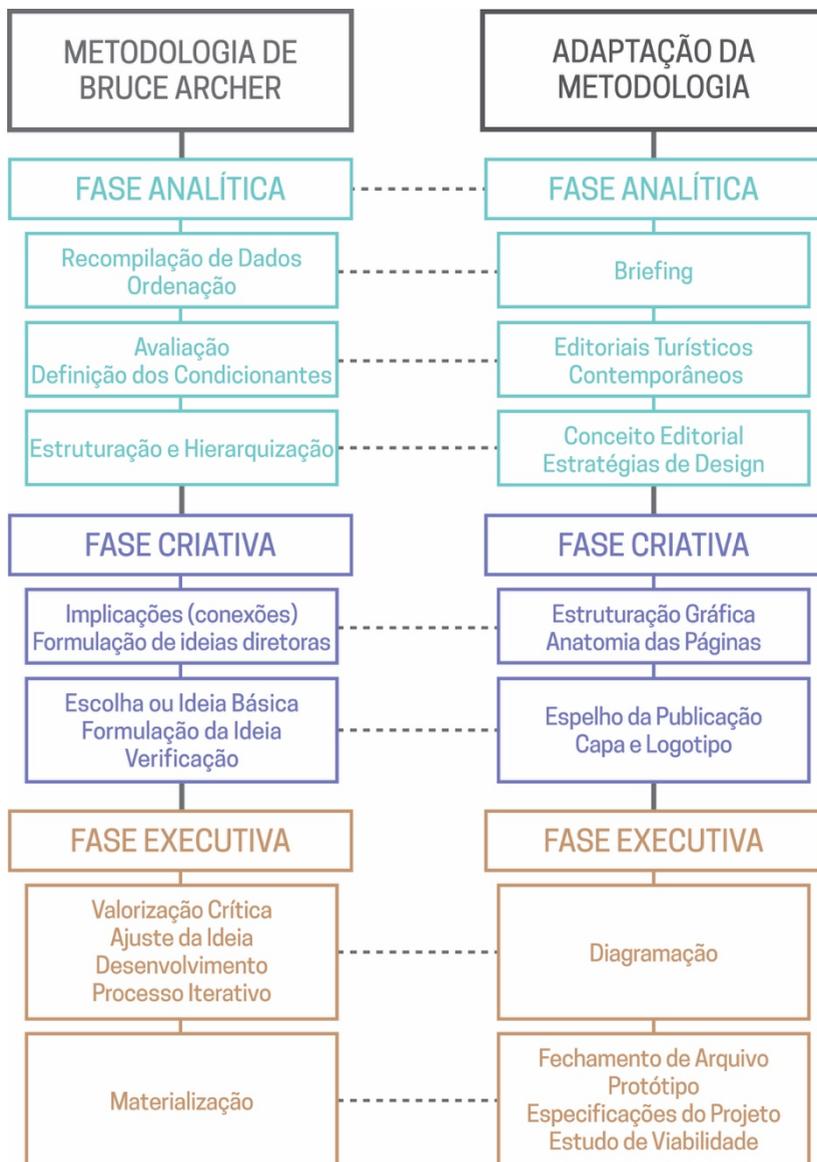


Figura 02 – Metodologia Adaptada de Bruce Archer
 Fonte: Desenvolvida pela autora

Na fase analítica são levantados dados e informações do mercado no qual o projeto será inserido. Esta fase é composta pelas seguintes etapas: briefing, editoriais turísticos contemporâneos, conceito editorial e estratégias de design. No briefing serão analisados e contextualizados o turismo no estado de Santa Catarina, os Guias Turísticos, Projetos Editoriais e Projetos Editoriais voltados ao público infantil. Além disso, o público-alvo será determinado durante esta fase. Já na etapa seguinte, Editoriais Turísticos Contemporâneos, serão diagnosticados projetos editoriais e guias turísticos para o público geral e especificamente para crianças. No Conceito Editorial será determinada a missão editorial do projeto e sua estrutura. Na última etapa da fase analítica, Estratégias de Design, serão definidos os aspectos gráficos do projeto gráfico-editorial.

Na fase criativa serão determinados os conceitos visuais e estruturais que irão guiar o projeto para a sua realização. Deste modo, propõem-se a estruturação gráfica, a anatomia das páginas, o espelho da publicação, capa e logotipo.

Na última fase, a executiva, são executadas as etapas para a concretização do produto final, sendo elas: diagramação, fechamento do arquivo, protótipo, especificações do projeto e estudo de viabilidade.

3 DIAGNÓSTICO

3.1 FASE ANALÍTICA

3.1.1 Briefing

a) Turismo em Santa Catarina

O Estado de Santa Catarina, localizado entre os estados do Rio Grande do Sul e Paraná, possui um território com somente 95,3 mil km² de área. Porém, há uma grande variedade de paisagens e climas que podem ser explorados durante todas as estações do ano. Durante o verão é possível conhecer mais de 500 praias localizadas ao longo dos 560km do litoral catarinense. Já no inverno, pode-se presenciar temperaturas negativas e algumas ocorrências de neve. Além disso, a forte presença de diferentes culturas no estado impacta nos aspectos culturais da população, despertando a curiosidade dos visitantes em conhecer diferentes tradições, como a pesca e cervejas artesanais, além do artesanato, como a renda de bilro. Os grandes eventos que ocorrem nas principais cidades do estado, como a Oktoberfest de Blumenau e o Festival de Dança de Joinville atraem não somente pessoas dos estados mais próximos, como do resto do Brasil e até de outros países do mundo.

O Turismo catarinense tem uma forte presença na economia do estado. Santa Catarina é considerado, muitas vezes, como o melhor destino turístico do país, recebendo mais de 5 milhões de turistas todos os anos. Segundo o Governo do Estado de Santa Catarina, atualmente o turismo representa 12,5% do PIB (Produto Interno Bruto). Somente a rede hoteleira gera mais de 150 mil empregos diretos e indiretos, oferecendo em torno de 200 mil leitos para acomodar os visitantes que desejam passar as suas férias no estado catarinense.

b) Cidade de Itajaí

Itajaí está situada no litoral norte do estado de Santa Catarina, na foz do rio Itajaí-Açu. Com mais de 180 mil habitantes, a cidade se destaca em vários setores da economia, como o portuário, industrial, logístico e construção civil. Como consequência, segundo a Prefeitura de Itajaí, em 2014 o município se tornou o maior PIB do estado, ficando na 3ª posição como maior município da região sul e a 29ª economia do Brasil. A cidade é atualmente o maior porto pesqueiro do país, sendo a única cidade a possuir uma cadeia logística completa da atividade pesqueira, por este motivo é conhecida como a capital da pesca. Além disso, o setor de turismo cresce a cada ano principalmente com a realizações de eventos de porte internacional, como a regata Volvo Ocean Race e a regata francesa Transat Jacques Vabre, sendo eleita, segundo a prefeitura do município, a 14ª cidade do litoral brasileiro com o melhor custo-benefício.

A cidade de Itajaí ganhou importância no turismo por possuir o primeiro terminal marítimo de passageiros alfandegado fora da área portuária do país. Segundo a Prefeitura de Itajaí, o terminal recebe em média cerca de 50 mil passageiros em cada temporada. Essa demanda de turistas pode aproveitar a cidade através de sua natureza e história. A cidade possui um seis praias diferentes, totalmente limpas, para que os visitantes e moradores possam aproveitar ao máximo o mar da região, sendo elas: Praia do Atalaia, Praia Brava, Cabeçudas, Jeremias, Praia dos Amores e Canto do Morcego. Além disso, o turista também pode curtir a natureza no Parque do Atalaia, onde pode-se praticar voo livre e o Morro da Cruz, onde é possível ter uma visão de quase toda a cidade de Itajaí. Contudo, não há somente atrações turísticas naturais. No centro da cidade é possível visitar prédios históricos e casarões, como o Museu Histórico de Itajaí, a Casa da Cultura Dide Brandão e o cartão-postal da cidade, a Igreja Matriz do Santíssimo Sacramento. Ao longo de toda a sua extensão é possível ver os aspectos portugueses e alemães que fazem parte da cultura local.

c) Projeto editorial

Segundo Nicolau (2013), design editorial é um ramo do design gráfico responsável pelo projeto visual de uma edição. Neste contexto, edição é um processo que planeja os textos e imagens que estarão presentes em uma publicação. Como resultado, obtêm-se, por exemplo, livros, revistas, catálogos e jornais como produtos desta especialidade. “Publicações são aplicações extensas de texto e imagem e, como tais, implicam uma grande quantidade de questões que o designer deve considerar.” (SAMARA, 2011, p.11)

Dentro do design editorial há ramificações de acordo com o tipo de publicação que será desenvolvida. Segundo Gomes Filho (2003) o design gráfico dos livros possuem uma série de fatores ergonômicos, no modo de produção tradicional: estrutura morfológica, estrutura tipográfica, estrutura cromática e tecnologia.

A estrutura morfológica prega a absoluta liberdade para criar e buscar soluções gráficas diferentes para organizar de forma compositiva e formal os elementos informais de um livro, tanto nas capas quanto nas contracapas, como títulos, subtítulos, imagens, volume de texto e ilustrações. As capas e contracapas são utilizadas, através dos meios gráficos, para chamar a atenção do público, facilitando a venda da publicação.

A estrutura tipográfica trata de alguns fatores ergonômicos que devem ser considerados durante a escolha da tipografia e seus tributos, uma vez que a informação textual pode ser considerada o elemento mais importante de um livro. Dentre esses fatores ergonômicos estão o tamanho da fonte, o uso de somente caixa baixa, alta ou ambas, o uso ou não de serifa, entrelinha do texto e o estilo do tipo.

A estrutura cromática se preocupa com a utilização de cores na publicação. O uso de alguns cuidados ergonômicos juntamente com a aplicação das cores deve garantir a legibilidade do texto em relação ao parâmetro figura-fundo, proporcionando o conforto visual.

A tecnologia prega a qualidade editorial e gráfica da publicação, como qualidade de papel, tintas e impressões. Desde modo, os recursos tecnológicos para a produção precisam garantir a boa aparência do material gráfico, a resolução gráfica adequada de textos e imagens de modo geral e a minimização do brilho excessivo do papel, que é necessária para não causar desconforto, principalmente durante uma longa leitura.

3.1.1.1 Público-alvo

Após analisar as faixas etárias de livros infantis presentes no mercado, definiu-se o público-alvo do projeto, que se caracteriza por crianças com idades entre 7 e 9 anos, que já passaram pelo processo de alfabetização. Seus pais costumam adquirir livros infantis sobre diversos assuntos, incluindo temas sobre diferentes cidades do mundo. Além disso costumam levar seus filhos durante as viagens em família e procuram envolvê-los nas atividades turísticas que os locais proporcionam.

3.1.1.2 Projeto editorial infantil

Os projetos editoriais voltados para o público infantil levam em consideração os principais elementos do design editorial que estão presentes nas publicações destinadas aos adultos. As etapas e processos geralmente se repetem, porém, devem ter um cuidado mais rígido com determinados elementos, pois trata-se de um público de pouca idade, que está ainda adquirindo a habilidade de aprender através de texto e imagens.

Lins (2004, *apud* LOURENÇO, 2011) define o livro infantil como um produto industrial proveniente de um trabalho artístico e cooperativo que deve responder os anseios estéticos, atendendo as expectativas psicológicas e emocionais do público que será atingido. O autor ainda recomenda dividir em categorias os estilos de livro infantil: livros para crianças pequenas são maiores, com pouco texto, porém com muitas cores e ilustrações, já livros para crianças maiores têm uma quantidade de texto maior e menos ilustrações que os para crianças menores. Além disso, para Lins tudo, como técnica, estilo e traço, precisam trabalhar juntos. Neste caso o designer se preocupa com o resultado final do livro, não apenas na ilustração original.

Para CORDEIRO (1987), a literatura infantil é a mais complexa entre as produções culturais existentes já que há um grande crescimento dos escritores infanto-juvenis. Uma vez que os livros infantis são produzidos por adultos, é importante a proteção da criança através deste produto, pois este material é uma importante ponte onde há troca de imagens verdadeiras de todo o universo. Além disso, o autor define um livro como um meio para adquirir informações e cultura, de entretenimento, de atualização, de intelectualidade e indutor de sonhos.

No caso de um guia turístico, a maioria dos materiais existentes são destinados aos adultos. Como consequência, a complexidade de criar

um material deste segmento para crianças pode ter uma responsabilidade maior se comparado com os outros materiais gráfico-editoriais infantis existentes atualmente no mercado.

3.1.1.3 Guia turístico

Segundo o *New Oxford American Dictionary* (em português “Novo Dicionário Americano Oxford”) (2015), guia turístico tem como definição um livro que contém informações sobre um determinado lugar, designado para o uso de visitantes e turistas. Esses guias tem a finalidade de orientação durante uma viagem através de informações imprescindíveis, como transportes, acomodações, lazer e gastronomia.

Não se sabe ao certo a origem dos guias turísticos, porém alguns se destacaram durante o século XIX, logo após as guerras napoleônicas, quando surgiu uma nova classe média tanto no continente europeu, quanto na América. Os guias Baedeker, publicados pelo editor alemão Karl Baedeker foram um dos que se destacaram na época. Suas primeiras publicações saíram nos anos 1830, com quatro temas diferentes. Seus guias ganharam uma importância significativa para o mercado editorial turístico, sendo produzidos até os dias atuais. Ainda no mesmo século, em 1836, o inglês John Murray começou a publicar sua série de guias, *Handbook for Travellers* (em português “Guia para Viajantes”), ganhando destaque junto com Baedeker. Após essas publicações, várias do mesmo gênero surgiram em toda a Europa.

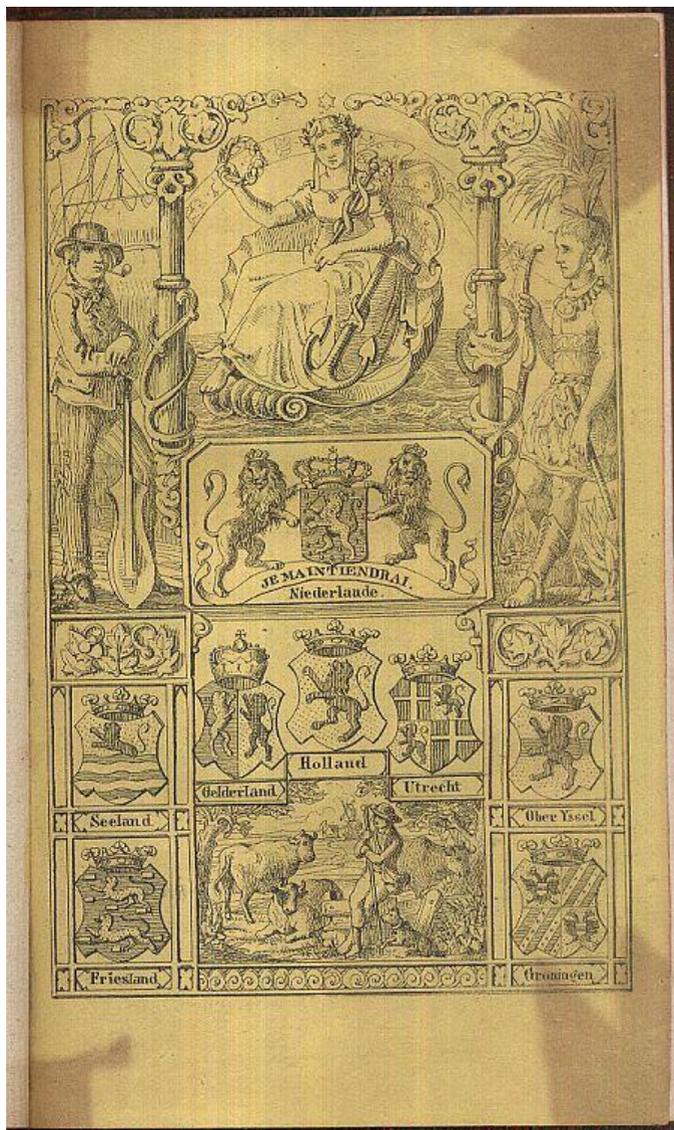


Figura 03 – Guia Baedeker Holanda do século XIX
 Fonte: <http://www.abebooks.com/>

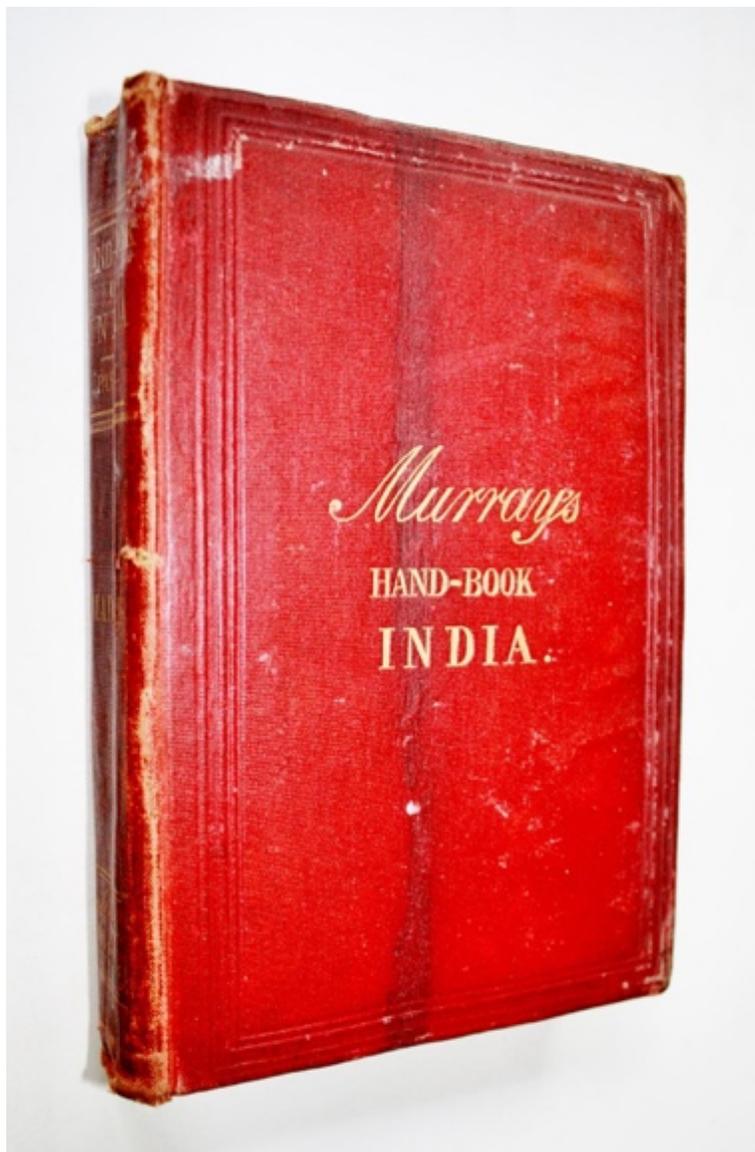


Figura 04 – *HandBook for Travellers – India* do século XIX
Fonte: <http://www.abebooks.com/>

Com a avanço da tecnologia, os guias turísticos perderam uma parcela do mercado para blogs e sites que fornecem aos turistas as mesmas informações para o planejamento de uma boa viagem. Contudo, ainda há uma porcentagem significativa de vendas de guias turísticos em forma física. Segundo o jornal *Boston Globe*, isso ocorre devido ao aumento no número de viagens. Outro motivo que pode ter mantido o gênero no mercado está na compra de grandes nomes por editoras mundialmente conhecidas. A Lonely Planet, que representam 17% do mercado americano editorial de turismo, foi comprada pela BBC Worldwide. Já o segundo mais vendido no país, o guia Fodor, foi comprado pela editora Penguin.

Os guias turísticos também viraram objeto de coleção. Os viajantes que costumam adquirir guias turísticos personalizam os mesmos com anotações individuais e mapas de lugares que marcaram durante a viagem. Ter esses guias na estante é como ter sempre uma lembrança daqueles momentos.

Para melhor entendimento de como esses guias estão atraindo os seus leitores, é necessário realizar uma análise dos guias turísticos que existem atualmente no mercado. Desse modo, é possível comparar os elementos gráficos editoriais que foram aplicados na composição, além de verificar como esses materiais chegam nas mãos dos seus principais consumidores, os viajantes.

3.1.2 Editoriais Turísticos Contemporâneos

3.1.2.1 Guias turísticas

A Lonely Planet é a maior editora de guias turísticos do mundo, sendo a principal referência para o consumidor que pensa em adquirir um guia para se orientar durante uma viagem. Por este motivo, o primeiro exemplar analisado consiste no Guia Turístico “Paris, Guia da Cidade” da editora em questão.

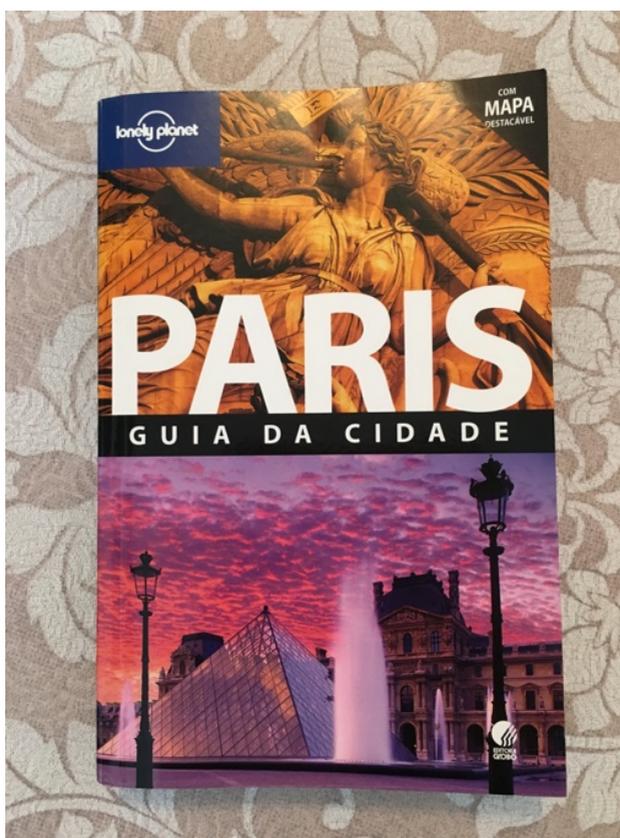


Figura 05 – Paris, Guia da Cidade
Fonte: desenvolvida pela autora

O guia possui um sumário que está dividido em vinte e uma seções diferentes:

- Aqui está Paris,
- Destaques,
- Os Autores,
- Programe sua Viagem,
- Informações Básicas,
- Artes e Arquitetura,
- Regiões,
- Compras,
- Onde Comer,
- Onde Beber,
- Vida Noturna e as Artes,
- Esportes e Atividades,
- Paris para Gays e Lésbicas,
- Onde Dormir,
- Excursões,
- Transportes,
- Informações Úteis,
- Idioma,
- Bastidores,
- Índice e
- Legendas do Mapa.

Desta forma, o leitor pode achar as informações de forma rápida. O uso de duas cores diferentes também facilita a organização dos diferentes tópicos. Além disso, é utilizado um diagrama colunar de duas colunas, assim é possível acomodar as informações em menos páginas e com boa legibilidade.

SUMÁRIO	
AQUI ESTÁ PARIS	2
DESTAQUES	4
OS AUTORES	15
PROGRAMA SUA VIAGEM	16
INFORMAÇÕES BÁSICAS	23
História	23
Meio Ambiente e Planejamento	38
Governo e Política	39
Mídia	40
Moda	41
Idioma	43
ARTES E ARQUITETURA	45
Artes	45
Arquitetura	55
REGIÕES	63
Faça seu roteiro	66
Louvre e Les Halles	70
Ilhas	81
Les Quartiers	85
Quartier Latin	139
St-Germain e Invalides	105
Torre Eiffel e 16e	116
Champs-Élysées e Grands Boulevards	124
Montmartre, Pigalle e 17e	132
Gare du Nord e Canal St-Martin	139
Marais e Mémilmontant	145
Bastille e Gare de Lyon	156
Place d'Italie e Quartier Chinois	163
Montparnasse e 15e	167
Fora da Paris central	173
Passeios a pé	178
COMPRAS	191
Louvre e Les Halles	192
Ilhas	196
Quartier Latin	197
St-Germain e Invalides	198
Champs-Élysées e Grands Boulevards	201
Montmartre, Pigalle e 17e	203
Gare du Nord e Canal St-Martin	204
Marais e Mémilmontant	205
Bastille e Gare de Lyon	210
Montparnasse e 15e	212
Fora da Paris central	212
ONDE COMER	213
Louvre e Les Halles	221
Ilhas	226
Quartier Latin	227
St-Germain e Invalides	231
Torre Eiffel e 16e	238
Champs-Élysées e Grands Boulevards	240
Montmartre, Pigalle e 17e	244
Gare du Nord e Canal St-Martin	248
Marais e Mémilmontant	252
Bastille e Gare de Lyon	261
Place d'Italie e Quartier Chinois	268
Montparnasse e 15e	270
Fora da Paris central	272
ONDE BEBER	275
Louvre e Les Halles	276
Ilhas	279
Quartier Latin	279
St-Germain e Invalides	279
Champs-Élysées e Grands Boulevards	281
Montmartre, Pigalle e 17e	283
Gare du Nord e Canal St-Martin	284
Marais e Mémilmontant	285
Bastille e Gare de Lyon	286
Montparnasse e 15e	289
Place d'Italie e Quartier Chinois	290
Montparnasse e 15e	291
Fora da Paris central	292
VIDA NOTURNA E AS ARTES	293
Cabares	295
Boates	296
Humor	299
Música	299
Dança	305
Cinema	305
Ópera	306
Teatro	307
ESPORTES E ATIVIDADES	309
Saúde e bem-estar	310
Atividades	311
Para assistir	315
PARIS PARA GAYS E LÉSBIICAS	317
Compras	318
Onde comer	318
Onde beber e Vida noturna	318
Onde dormir	320
Outros recursos	320
ONDE DORMIR	323
Louvre e Les Halles	323
Ilhas	328
Quartier Latin	328
St-Germain e Invalides	328
Torre Eiffel e 16e	329
Champs-Élysées e Grands Boulevards	329
Montmartre, Pigalle e 17e	329
Gare du Nord e Canal St-Martin	329
Marais e Mémilmontant	329
Bastille e Gare de Lyon	329
Place d'Italie e Quartier Chinois	329
Montparnasse e 15e	329
EXCURSÕES	353
Versalhes	354
Fontainebleau	362
Vaux-le-Vicomte	366
Chartilly	366
Senlis	370
Chartres	370
Beauvais	375
Giverny	376
Auvers-sur-Oise	377
Disneyland Resort Paris	380
Parc Astérix	381
TRANSPORTES	383
INFORMAÇÕES ÚTEIS	391
IDIOMA	411
BASTIDORES	417
ÍNDICE	421
LEGENDAS DO MAPA	432

Figura 06 – Paris, Guia da Cidade – Sumário

Fonte: desenvolvida pela autora

Além do extenso conteúdo, o guia turístico acompanha um mapa descartável que pode ser consultado pelo turista em qualquer momento da viagem. Este material engloba toda a parte turística da cidade de Paris, além de um pequeno mapa com as linhas do metrô.

Este guia foi impresso no formato 19,8 cm de altura por 12,8 cm de largura. Seu acabamento em brochura é composto por lombada quadrada com o interior de 432 páginas composto por quinze cadernos costuras e colados. As folhas internas foram impressas em papel imprensa, sendo 18 páginas impressas em papel couché, com a função de dividir algumas seções e destacar alguns dos principais atrativos da cidade.



Figura 07 – Paris, Guia da Cidade – Mapa
 Fonte: desenvolvida pela autora

O outro exemplar analisado foi o guia sobre a cidade de Londres patrocinado pelo banco inglês HSBC. Este material é distribuído nos principais aeroportos da capital. Além de não possuir nenhum custo, o turista pode adquiri-lo logo na saída dos aviões,

facilitando a distribuição e induzindo o visitante a utilizar o guia ao longo da viagem.



Figura 08 – *Welcome to London*
Fonte: desenvolvida pela autora

Este guia possui um sumário com somente sete seções diferentes:

- *Getting There* (Como chegar)
- *Calendar* (Calendário)
- *Sightseeing* (Pontos Turísticos)

- *Eating & Drinking* (Onde Comer e Beber)
- *Shopping* (Compras)
- *Arts & Leisure* (Arte e Lazer)
- *Street Index & Map* (Índice de Ruas e Mapa)

Desse modo, o viajante pode encontrar as informações desejadas sem muitas dificuldades. Mesmo com poucas páginas, o turista pode obter as informações mais importantes da cidade. O guia utiliza um padrão de duas cores para destacar e organizar as informações. Mesmo sendo um material de tamanho pequeno, é utilizado um diagrama colunar de duas colunas para acomodar as informações, isto não prejudicou a legibilidade e contribuiu para a diminuição do número de páginas.



Figura 09 – *Welcome to London* – Sumário

Fonte: desenvolvida pela autora

Além das informações básicas da cidade, o guia possui um pequeno mapa da capital inglesa e do metrô da cidade. Esses materiais mostram a principal área turística da cidade, bem como as principais linhas de metrô que o turista irá utilizar para visitar os pontos turísticos.

O guia foi impresso no formato de 14,8 cm de altura por 10,5 cm de largura. O acabamento foi feito com grampos – canoa, pois possui apenas 26 páginas, não sendo recomendado acabamentos em brochura ou capa dura. Sua capa foi impressa em papel couché fosco com laminação fosca dos dois lados. Suas páginas internas também foram impressas em papel couché, porém com uma gramatura inferior se comparada com a capa.

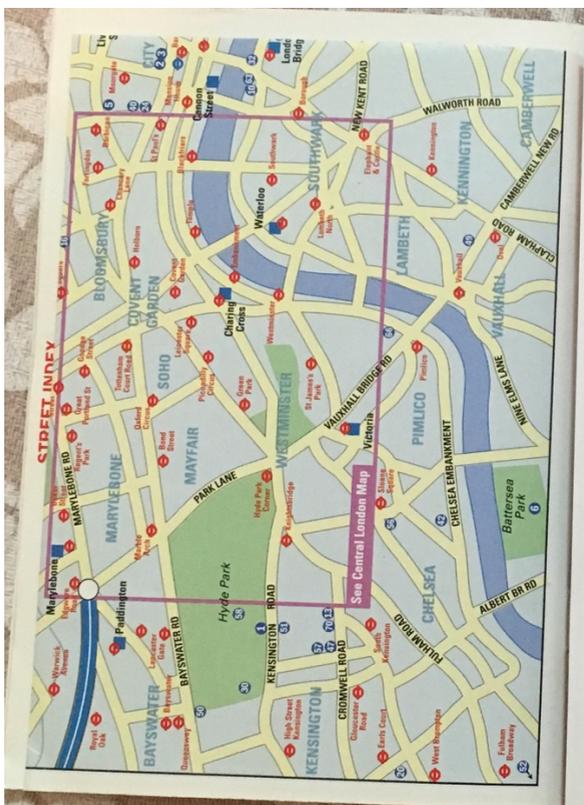


Figura 10 – *Welcome to London* – Mapa da Cidade
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 11 – *Welcome to London* – Mapa do Metrô
Fonte: desenvolvida pela autora

Quadro 1 – Comparação dos Guias Turísticos

	Paris, Guia da Cidade	Guia de Londres pelo HSBC
Formato	19,8 x 12,8 cm	14,8 x 10,5 cm
Número de Seções	21 + mapa destacável	7 + mapa dentro do guia
Diagrama	Colunar, com duas colunas	Colunar, com duas colunas
Papel	Couché e Imprensa	Couché fosco
N. de Páginas	432	26
Acabamento	Lombada Quadrada	Lombada Canoa (grampos)

3.1.2.2 Guias Turísticos Infantis

A editora Lonely Planet, conhecida pelos seus guias turísticos para adultos, também possui uma coleção voltada para o público infantil, a série de livros “Proibidos para Adultos”. São quatro guias que tratam individualmente de quatro cidades do mundo: Londres, Nova York, Roma e Paris. Os temas abordados são similares aos encontrados em guias de viagens como: pontos turísticos, histórias, curiosidades e gastronomia.



Figura 12 – coleção de guias turísticos Proibido para Adultos
 Fonte: <http://www.amazon.com.br>



Figura 13 – coleção de guias turísticos Proibido para Adultos
 Fonte: <http://www.amazon.com.br>

Os livros da coleção apresentam imagens grandes e textos descontraídos para atrair a atenção do pequeno leitor. A mistura de ilustrações com fotos dos símbolos das cidades contribui para que as páginas tentam um aspecto de colagem, tirando a seriedade do assunto. Este recurso ajuda a introduzir as informações sem a formalidade que um livro para adultos geralmente utiliza.



Figura 14 – Proibido para Adultos - Paris
Fonte: <http://www.viajandocompimpolhos.com/>

Os guias possuem o tamanho de 20,8 x 16 cm, possibilitando a aplicação de imagens com tamanhos maiores. Tanto as fontes de texto quanto as fontes display são sem serifa e com tamanhos maiores que o padrão indicado para adultos, facilitando a leitura pelo público infantil. As páginas possuem uma grande quantidade de imagens misturadas com os blocos de textos, deixando a composição confusa em determinados assuntos. Estes guias possuem em média 96 páginas por exemplar, por este motivo o acabamento escolhido, brochura com lombada quadrada, pôde ser implementado.

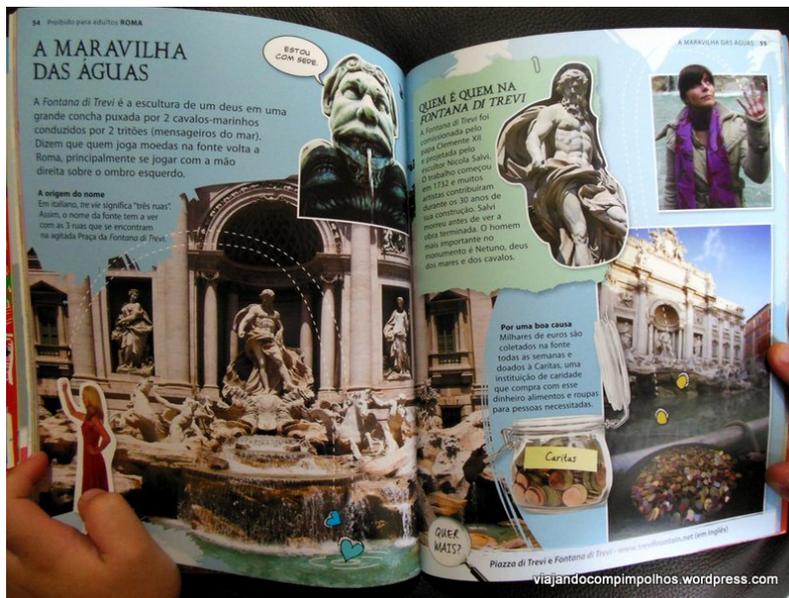


Figura 15 – Proibido para Adultos - Roma
 Fonte: <http://www.viajandocompimpolhos.com/>

O outro guia infantil analisado foi a coleção “Isto é...” da editora Cosac Naify. São três cidades como tema: Nova York, Paris e Roma, com um livro para cada uma. O objetivo destes guias é conduzir o pequeno leitor em um passeio por essas cidades, ensinando principalmente a história e geografia de cada local.

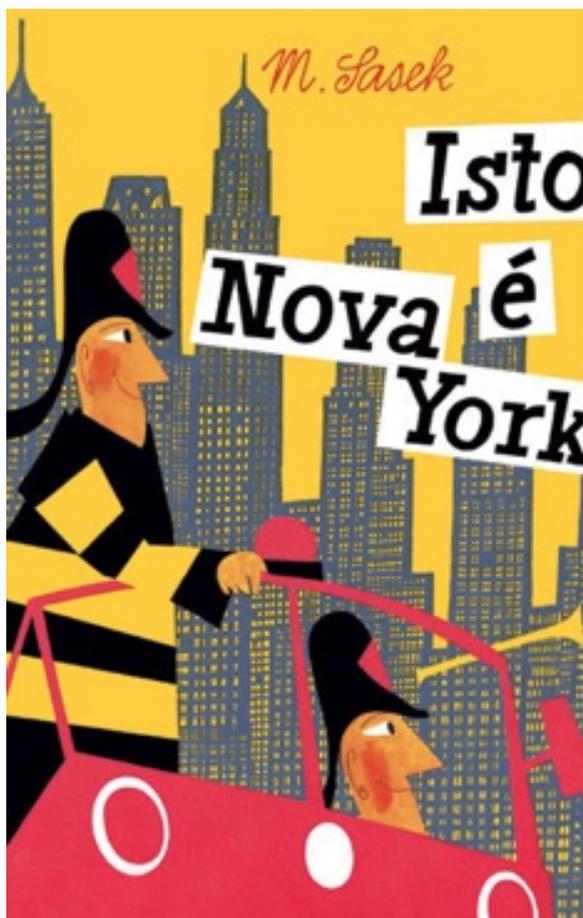


Figura 16 – Guia Turístico Isto é Nova York
Fonte: <http://www.amazon.com.br>



Figura 17 – Guia Turístico Isto é Roma
Fonte: <http://www.amazon.com.br>



Figura 18 – Guia Turístico Isto é Paris
Fonte: <http://www.amazon.com.br>

Os guias desta coleção utilizam de ilustrações para mostrar os locais e objetos que possuem uma certa importância para o local, as quais apresenta um estilo infantil para se conectar com o público. O livro não possui grandes quantidades de textos, sendo apenas utilizadas poucas frases para descrever as situações que estão sendo apresentadas às crianças. Além disso, a escrita descontraída facilita a leitura e atrai a atenção dos leitores.

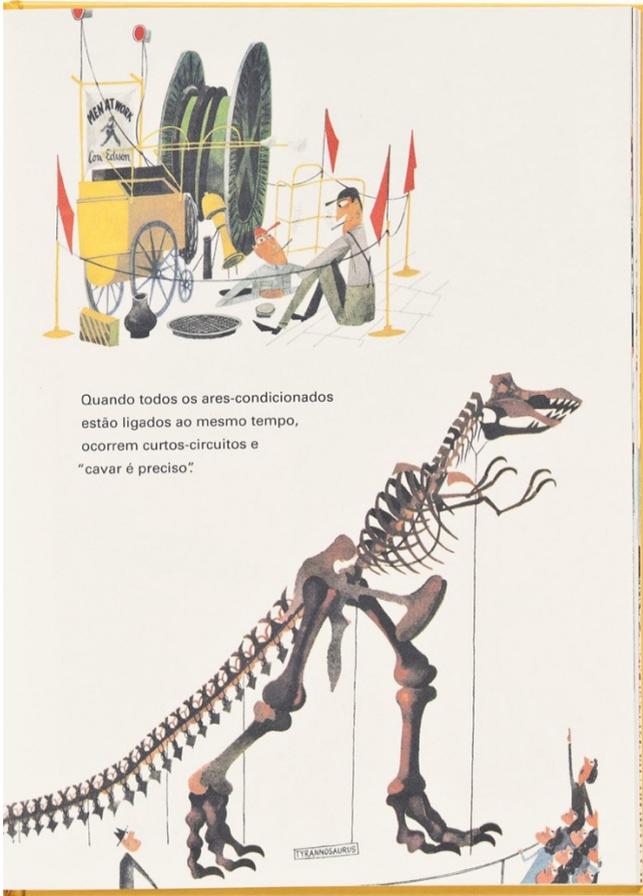


Figura 19 – Coleção de guias turísticos Isto é Nova York
 Fonte: <http://www.amazon.com.br>

Os guias *Isto é...* possuem o tamanho de 31 x 23 cm, não sendo ideais para carregar durante uma viagem, porém por este motivo, possuem imagem maiores. A tipografia utilizada é sem serifa e com o tamanho maior do que o indicado para livros voltados ao público adulto. A entrelinha é maior que 20%, o que facilita a leitura das crianças. A composição é simples, com espaços em branco, o que pode ajudar no ritmo ou causar estranheza do público-alvo, uma vez que o mesmo está acostumado com projetos editoriais com bastante cores. Os guias

possuem em média 64 páginas com acabamento em capa dura, superior aos guias turísticos que existem no mercado.



O Harlem fica na parte alta da cidade.

A policia fecha muitas ruas de Nova York
para que as crianças possam brincar nelas.

29

Figura 20 – Coleção de guias turísticos Isto é Nova York
Fonte: <http://www.amazon.com.br>

Quadro 2 – Comparação dos Guias Turísticos Infantis

	Proibido para Adultos	Isto é...
Formato	20,8 x 16 cm	31 x 23 cm
Cidades	4 cidades	3 cidades
Elementos	Ilustrações com fotos	Ilustrações
Acabamento	Brochura (lombada quadrada)	Capa dura
Tipografia	Sem serifa	Sem serifa

3.1.2.3 Síntese da Análise de Similares

Após analisar os guias turísticos, tanto os destinados ao público-infantil quanto os para crianças, pode-se concluir que todos tentam explorar os principais aspectos de cada local. Apesar de todos os materiais terem a mesma função e apresentarem conteúdos que remetem as características do local, os guias destinados ao público-infantil procuram abordar o assunto com um foco maior na história e nos costumes das cidades. Apesar de tratar o assunto de forma a chamar a atenção da criança, a função de guia turístico não é explorada, sem muitas vezes orientar para as atividades que podem ser realizadas em determinado local. Já os guias turísticos da Lonely Planet e do HSBC transmitem ao público as principais informações para poder aproveitar a cidade, porém não são adequados para o público-infantil pela grande quantidade de informação e forma de abordar os assuntos nos mesmos.

3.1.3 Conceito Editorial

- **Missão editorial:** ser um material que apresente à criança, a cultura e costumes de cidades turísticas através do design editorial, contribuindo para que o público infantil desperte o interesse em outros assuntos e na literatura infantil.
 - O conteúdo deve ser simples e divertido para chamar a atenção das crianças;
 - Possuir cores e imagens adequadas a um livro infantil;
 - Não possuir conteúdos que confundam o entendimento por parte do público infantil;
 - Procurar ter elementos gráficos que possibilitem uma maior interação da criança com o material.

- **Título:** para o título do material em questão cogitou-se em “Guia Turístico para Pimpolhos”, sugerindo um nome que fosse criativo, porém que assimilasse com o tema turismo. Contudo ainda não é um título definitivo.

- **Fórmula editorial:** o guia turístico infantil será composto por diferentes seções fixas que abordará temas relevantes com o tema em questão.
 - Sumário
 - História da cidade de Itajaí
 - Pontos turísticos naturais
 - Pontos turísticos históricos
 - Lugares para diversão
 - Curiosidades
 - Mapa da cidade

3.1.4 Estratégias de Design

3.1.4.1 Tipografia

Segundo SAMARA (2011), a tipografia é um dos maiores focos quanto se está desenvolvendo uma publicação. A legibilidade, hierarquia e clareza são algumas das questões que precisam ser consideradas quanto se está planejando um design editorial. Quando se trata de um projeto editorial voltado ao público infantil, escolher a tipografia e suas características é de extrema importância para que o público possa obter as informações sem dificuldades. Burt (1955), aconselha tamanhos maiores para leitores menores de 12 anos, para crianças entre 7 e 10 anos os tamanhos variam de 18 a 14 pontos. Com base na análise de similares realizada com guias turísticos indicados ao público infantil e nos projetos editoriais que são realizados com foco neste público, é possível perceber que fontes sem serifa são as mais usadas quanto se trata de materiais desenvolvidos para as crianças.

3.1.4.2 Grid

O grid é um conjunto de linhas horizontais e verticais que cortam um plano, podendo ser também irregular, circular ou anguloso (Lupton, 2008). De acordo com Samara (2011) durante a construção do grid, muitas considerações do design são solucionadas, facilitando ao designer diagramar grandes quantidades de informação em um tempo reduzido. Por este motivo, clareza, eficiência, economia e continuidade são alguns dos benefícios que o sistema de grid proporciona. Como em muitos projetos editoriais destinados às crianças há muitas imagens e ilustrações e não há grades manchas gráficas, é importante determinar a escolha de um grid com base no grau de flexibilidade que o mesmo proporciona. Para Samara (2011), o grid colunar é muito flexível, pois as colunas podem ser dependentes, quando aplicado um texto corrente, independentes, quando utiliza-se pequenos blocos de texto, ou atravessadas, para a criação de colunas mais largas.

3.1.4.3 Formato

Haslam (2009) determina que formato é a relação entre a altura e a largura da página, sendo que, na maioria dos casos, um livro é projetado seguindo três formatos diferentes: retrato, paisagem e quadrado. Contudo, não há uma regra que determine o formato exato. É

importante sempre considerar os aspectos ergonômicos e econômicos. Lupton (2011), aconselha que o formato 21 x 29,7 cm seja evitado, neste caso o formato quadrado oferecerá uma maior flexibilidade. Tschichold (2007) também comenta que o livro não deve ter as medidas maiores que 24 cm, pois é um formato que dificulta o manuseio e o armazenamento, uma vez que não cabe na posição vertical em estantes.

3.1.4.4 Cor

A cor é um estímulo visual, sendo um dos elementos mais importantes que o designer deve considerar no design editorial. Segundo Lupton (2008), a cor tem o intuito de diferenciar e conectar, ressaltar e esconder. Os designers utilizam a cor com o objetivo de destacar ou camuflar elementos e informações. Além disso, as cores podem transmitir diferentes significados. “A cor traz uma variedade de mensagens psicológicas que podem influenciar o conteúdo” (SAMARA, 2011, p.28).

Após as análises dos materiais gráficos para crianças, que tem o turismo como tema, percebeu-se que, nos em projetos destinados ao público infantil, é importante utilizar as cores como um recurso para estimular o público enquanto o mesmo está lendo o material. Por este motivo, as cores devem transmitir ideias e significados que atraem a atenção das crianças.

3.1.4.5 Ilustração

A imagem é um meio que pode criar a memória visual da criança. Harmonizar a leitura da palavra com a ilustração pode ampliar o significado lúdico e simbólico de um livro (OLIVEIRA, 2009). A ilustração em uma publicação pode ser um recurso fundamental para auxiliar o público infantil durante a leitura, facilitando a compreensão do assunto. Segundo Cavalcante (2010), tanto a ilustração quanto o texto escrito possuem a função de contar histórias. Neste caso, a ilustração propõe uma compreensão de espaço e tempo. Durante a leitura, o conteúdo é lido de forma linear, enquanto as imagens sugerem uma narrativa própria. As duas funções se sobressaem uma em relação a outra, porém o objetivo de transmitir um assunto comunicativo e de contar histórias prevalecem.

3.1.4.6 Papel

Para Haslam (2007) a forma física do bloco do livro, as páginas e superfície impressão são compostos pelo papel. Desse modo, os livros atribuem as suas formas à qualidade do papel. Para escolher qual o melhor papel para determinado projeto é importante considerar algumas propriedades como a gramatura, textura e custos. Segundo Villas-boas (2002) quanto maior a gramatura, maior será a opacidade, o peso, a largura da lombada e maior o custo. Os papeis de média gramatura são os considerados ideais para folhetos, livros, entre outros. Já os de alta gramatura são recomendados para capas, cartões e embalagens. Ainda segundo Villas-Boas, no processo de impressão offset, quanto mais liso for o papel, mais nítida será a sua impressão. O papel offset e o couché são os mais utilizados. O offset é o mais barato, comparado ao couché, porém possui uma textura fosca, já o couché, por possuir um acabamento gessado, tem um brilho acetinado, contudo é preciso manuseá-lo com cuidado pois pode amassar com facilidade.

3.1.4.7 Impressão

Ambrose e Harris (2009) definem impressão como técnicas diferentes usadas para aplicar tinta em um suporte. Cada método de impressão possui suas próprias variáveis, como a velocidade de impressão, a disponibilidade de cores, a capacidade de impressão e os custos. Segundo Lupton (2011), a impressão offset e digital são as mais utilizadas em impressões comerciais, sendo usadas para projetos que costumam ter algumas centenas de cópias. Contudo, a impressão digital pode apresentar variações na qualidade, já o método offset possui uma consistência.

4 FASE CRIATIVA

4.1 ESTRUTURAÇÃO GRÁFICA

Para guiar o projeto nas etapas da fase criativa, optou-se por utilizar como base a metodologia proposta por Castro e Perassi (2013), presente na publicação “*A Tipografia como Base do Projeto Gráfico-Editorial*”, a qual se desenvolve a partir da definição da tipografia. “A tipografia é o elemento primordial que funda e caracteriza a gramática do design gráfico, a qual é complementada por outros elementos, tais como a cor, a forma e a textura” (CASTRO; PERASSI, 2013). Desse modo são sugeridos na metodologia os seguintes passos:

1. Definição da tipografia.
2. Estabelecimento da entrelinha.
3. Determinação do módulo.
4. Dimensionamento da forma da página e construção da grade (módulos).
5. Criação de uma escala modular.
6. Representação do diagrama (largura de colunas e margens).
7. Distribuição de textos e imagens para compor a mancha gráfica.

4.1.1 Predefinição do Formato da Página

Para a predefinição do formato final da publicação, levou-se em consideração o manuseio e o tamanho disponível para os elementos presentes na composição. Era importante que o público, no caso crianças, conseguissem segurar o guia de forma confortável e armazenar o mesmo sem suas mochilas, que muitas vezes são menores que as usadas por adultos.

Segundo Haluch (2013), os livros impressos podem ser projetados em qualquer forma física, contudo, o retângulo vertical tornou-se a forma mais utilizada na indústria, tanto pelo costume quanto pela praticidade no uso. Dessa forma, realizou-se testes com três possíveis formatos, todos com o valor da altura maior que o valor da largura.

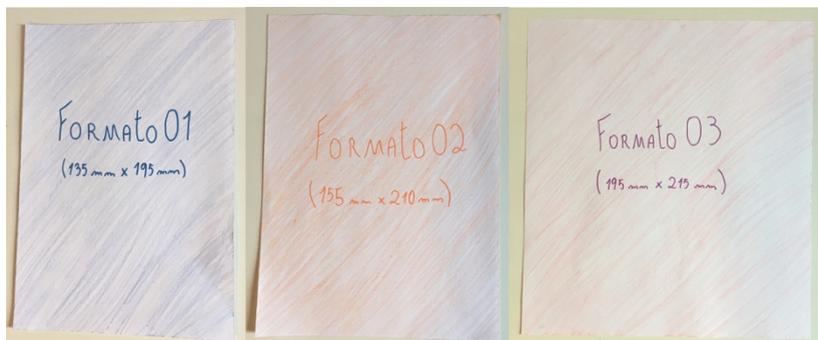


Figura 21 – Testes de Formatos da Página
Fonte: desenvolvida pela autora

O formato que mais se adequou aos critérios estabelecidos anteriormente (manuseio, tamanho disponível para os elementos e armazenamento) foi o segundo formato, que possui 155 mm de largura por 210 mm de altura. Este tamanho é um formato próximo ao já utilizado anteriormente para este tipo de publicação, como é o caso do guia *“Proibido para Adultos”*, avaliado na Análise de Similares deste trabalho, que possui o tamanho de 160 mm x 208 mm.

4.1.2 Tipografia

Durante a definição da tipografia que será aplicada a este projeto, usou-se o Modelo de Apoio à Seleção Tipográfica, proposto por Meürer (2017).

Este modelo consiste em cinco etapas: contexto do problema, escolha dos critérios, definição de hierarquia para os critérios, busca de fontes incluindo a realizações de testes e avaliação com o uso da matriz.

A primeira etapa, contexto do problema, corresponde a análise do briefing do projeto em questão, compreendendo o conteúdo, o público e o suporte da publicação. Baseado nessas informações, são definidos os critérios relevantes ao projeto, considerando os fatores formais e funcionais, conceituais, técnicos e econômicos. Após estabelecer quais critérios irão ser considerados na seleção da tipografia, é determinada uma hierarquia, através de pesos, que estabelece o nível de relevância de cada critério, variando em uma escala de 1 e 5, do

menos para o mais relevante. Na etapa seguinte, busca de fontes, inicia-se o processo de pré-seleção das fontes que podem se adequar ao projeto de acordo com os critérios estabelecidos anteriormente. Segundo Meürer (2017), as fontes pré-selecionadas necessitam de testes principalmente para serem avaliadas de acordo com os fatores formais e funcionais. Desta forma, é possível analisar o comportamento das fontes em critérios como a legibilidade e a impressão. Após selecionar o conjunto ideal de fontes pré-selecionadas, inicia-se a etapa de avaliação. As mesmas são classificadas novamente, variando entre 1 e 5 pontos, atribuindo os valores considerando o atendimento dos requisitos ou não, além dos testes realizados. Esta avaliação ocorre através da matriz de seleção que indicará qual fonte é a com mais pontos, a qual será mais adequada para aplicação no projeto.

Na busca de fontes que poderiam ser aplicadas a este projeto, procurou-se as famílias tipográficas sem serifa e que continham caracteres infantis na sua estrutura. Segundo Lourenço (2011), os caracteres infantis são caracteres especiais que são desenvolvidos principalmente para a melhora da legibilidade dos textos infantis.

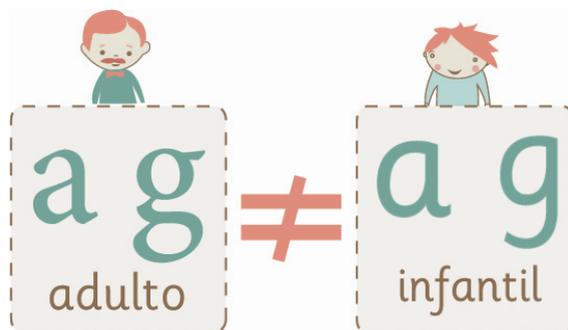


Figura 22 – Diferença entre caracteres para adultos e para crianças
Fonte: Lourenço (2011)

O levantamento de tipografias que se adequassem ao projeto foi realizado através da biblioteca tipográfica virtual *Google Fontes*, que fornece fontes gratuitas e de qualidade. As quatro fontes que mais se adequaram aos critérios determinados para a escolha da tipografia neste

projeto foram: Amaranth, ABeeZee, Didact Gothic e Imprima.

Amaranth
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Didact Gothic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

ABeeZee
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Imprima
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Figura 23 – Fontes Pré-Selecionadas
 Fonte: desenvolvida pela autora

A avaliação das fontes pré-selecionadas ocorreu através da matriz de seleção, onde foram classificadas novamente na escala de 1 a 5, conforme o cumprimento ou não dos requisitos estabelecidos. Além disso, realizou-se teste de impressão para poder avaliar o comportamento das fontes no papel.

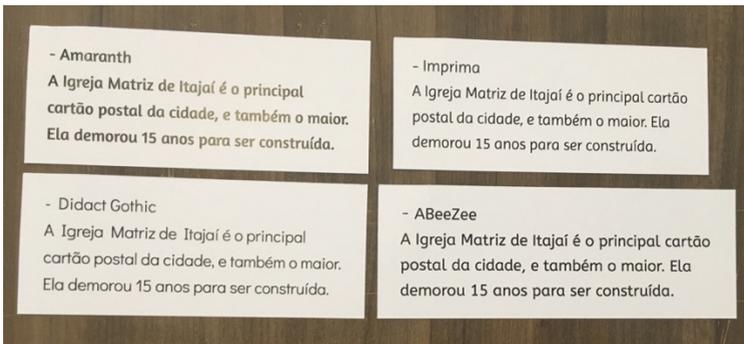


Figura 24 – Teste em papel das fontes pré-selecionadas
 Fonte: desenvolvida pela autora

FONTE	SOMA
Peso	
1. Amaranth	126
2. Didact Gothic	125
3. ABeeZee	136
4. Imprima	132

Figura 25 – Resultado da aplicação do MAST
Fonte: desenvolvida pela autora

Como resultado, obteve-se a fonte de texto ABeeZee, a qual foi desenvolvida por Anja Meiners, com o objetivo de ser usada principalmente em materiais para crianças. Suas formas distintas facilita a diferenciação dos caracteres pelo público infantil. Contudo, ela também pode ser indicada aos adultos, podendo ser aplicada em uma ampla variedade de materiais.

Para definir o tamanho da fonte ABeeZee a ser utilizado, considerou-se o volume de texto a ser aplicado na composição, além da limitação indicada ao público infantil, que pode variar de 14 a 18 pontos. Testes foram realizados com diferentes tamanhos da fonte, aplicados no tamanho da página que foi predefinido anteriormente. Dessa forma, estabeleceu-se que a fonte ABeeZee de 14 pontos seria a mais indicada, ocupando um espaço adequado na página e com um tamanho de fonte que não prejudica a leitura do público infantil.

<p>ABeeZee 14pt:</p> <p>A Casa da Cultura de Itajaí tem mais de 100 anos e antigamente era uma escola.</p> <p>O prédio era dividido em duas partes: uma para meninos e outra para meninas. Agora o lugar funciona como um centro de artes, com aulas e exposições sobre vários temas.</p> <p>ABeeZee 15pt:</p> <p>A Casa da Cultura de Itajaí tem mais de 100 anos e antigamente era uma escola.</p> <p>O prédio era dividido em duas partes: uma para meninos e outra para meninas. Agora o lugar funciona como um centro de artes, com aulas e exposições sobre vários temas.</p>	<p>ABeeZee 16pt:</p> <p>A Casa da Cultura de Itajaí tem mais de 100 anos e antigamente era uma escola.</p> <p>O prédio era dividido em duas partes: uma para meninos e outra para meninas. Agora o lugar funciona como um centro de artes, com aulas e exposições sobre vários temas.</p> <p>ABeeZee 17pt:</p> <p>A Casa da Cultura de Itajaí tem mais de 100 anos e antigamente era uma escola.</p> <p>O prédio era dividido em duas partes: uma para meninos e outra para meninas. Agora o lugar funciona como um centro de artes, com aulas e exposições sobre vários temas.</p>
---	---

Figura 26 – Teste tamanho fonte de texto
Fonte: desenvolvida pela autora

4.1.3 Entrelinha

Através da definição do tamanho da fonte escolhida para o projeto, é necessário determinar o valor da entrelinha. Segundo Haluch (2013) a entrelinha corresponde ao espaço entre a base de uma linha de texto à base seguinte. De acordo com Castro e Perassi (2013), em grande parte dos projetos gráficos, é preciso que haja um pequeno espaço separando o final das letras da linha superior com o início das letras da linha inferior. Quando esse espaço é maior que a medida do corpo da fonte, pode-se dizer que a entrelinha é positiva.

Considerando que o público do projeto são crianças, optou-se por utilizar a entrelinha maior que 20% do tamanho da fonte. Desde modo, a entrelinha estabelecida foi de 22.4 pontos, correspondendo 60% a mais que o tamanho estabelecido da fonte, de 14 pontos.

<p>Entrelinha 30%</p> <p>Agora o lugar não é mais uma escola, e sim um centro de artes, com aulas e exposições sobre diversos temas.</p>	<p>A casa da cultura de Itajaí tem mais de 100 anos e antigamente era uma escola. O prédio era dividido em duas partes: uma para meninos e outras para meninas.</p>
<p>Entrelinha 40%</p> <p>Agora o lugar não é mais uma escola, e sim um centro de artes, com aulas e exposições sobre diversos temas.</p>	<p>A casa da cultura de Itajaí tem mais de 100 anos e antigamente era uma escola. O prédio era dividido em duas partes: uma para meninos e outras para meninas.</p>
<p>Entrelinha 60%</p> <p>Agora o lugar não é mais uma escola, e sim um centro de artes, com aulas e exposições sobre diversos temas.</p>	<p>A casa da cultura de Itajaí tem mais de 100 anos e antigamente era uma escola. O prédio era dividido em duas partes: uma para meninos e outras para meninas.</p>
<p>Entrelinha 80%</p> <p>Agora o lugar não é mais uma escola, e sim um centro de artes, com aulas e exposições sobre diversos temas.</p>	<p>A casa da cultura de Itajaí tem mais de 100 anos e antigamente era uma escola. O prédio era dividido em duas partes: uma para meninos e outras para meninas.</p>

Figura 27 – Teste de Entrelinha
Fonte: desenvolvida pela autora

4.1.4 Determinação do Módulo

Segundo Castro e Perassi (2013), o módulo consiste em um quadrado ou um retângulo, tendo medidas pré-definidas, que se repetem tanto no sentido vertical quanto no sentido horizontal. A junção desses módulos dá origem a trama que suportará a diagramação do projeto. O valor da entrelinha é fundamental durante esta etapa, uma vez que o mesmo irá determinar as medidas que irão compor o módulo.

Para definir o módulo do grid do guia turístico, converteu-se o

valor estabelecido para a entrelinha, 22.4 pontos, para milímetros (Figura 28). Como resultado, obteve-se um módulo quadrado de 7,9016 mm x 7,9016 mm.

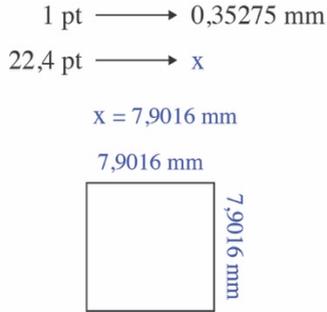


Figura 28 – Determinação do Módulo
 Fonte: desenvolvida pela autora

4.1.5 Formato da Página, Grid e Diagrama

Com base no formato da página estabelecido anteriormente e nas medidas determinadas para o módulo do grid, redimensionou-se as medidas da publicação para encaixar a página dentro do grid, com valores inteiros dos módulos. Desse modo, as medidas finais do formato da página resultaram em 158 mm de largura por 213,34 mm de altura, correspondendo respectivamente a 20 módulos de largura por 27 módulos de altura.

$$155 / 7,9016 = 19,61 - 20 \text{ módulos}$$

$$210 / 7,9016 = 26,57 - 27 \text{ módulos}$$

$$20 \times 7,9016 = 158$$

$$27 \times 7,9016 = 213,34$$

Formato Final: 158 x 213,34 mm

Figura 29 – Cálculos redimensionamento da página
 Fonte: desenvolvida pela autora

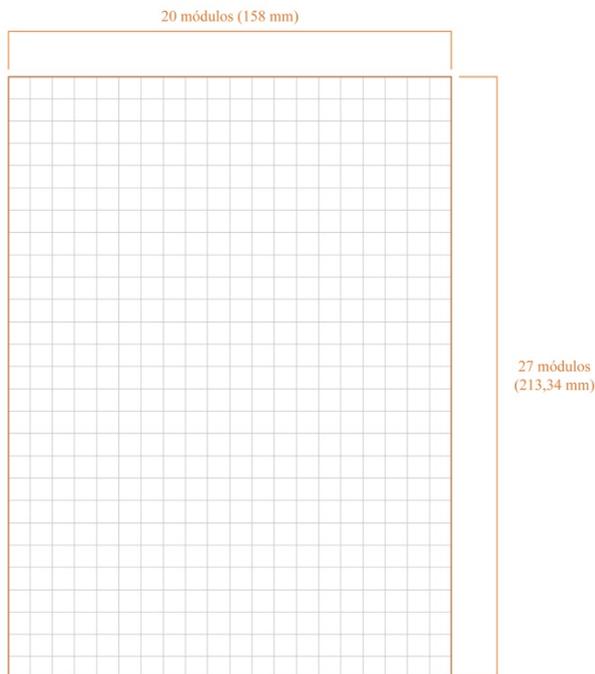


Figura 30 – Redimensionamento da Página
Fonte: desenvolvida pela autora

O diagrama é um recurso que auxilia na organização do conteúdo em relação ao espaço que será ocupado. Segundo Haluch (2013), o diagrama possibilita a integração de imagens, textos e elementos, criando uma composição dinâmica, sem limitar a diagramação. Os diagramas retangular, colunar e modular são os três tipos básicos usados na criação de layouts.

Levando em consideração as necessidades do projeto, determinou-se a utilização de um diagrama colunar, já que o mesmo é considerado muito flexível, permitindo uma melhor distribuição dos elementos da composição (SAMARA, 2011).

Desse modo, para a definição das larguras das colunas que melhor se adequam ao projeto, considerou-se a tabela proposta por Bringhurst (2005). Esse recurso utiliza a largura do alfabeto da fonte escolhida para determinar o tamanho ideal para a coluna, podendo variar conforme o projeto.

MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA

	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40
80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160
85	38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151
90	36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	122	129	136	143
95	34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	117	123	130	137
100	33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	112	119	125	132
105	32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	108	114	120	127
110	30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	104	110	116	122
115	29	35	41	47	53	59	64	70	76	82	88	94	100	105	111	117
120	28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	95	101	106	112
125	27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	91	97	102	108
130	26	31	36	41	47	52	57	62	67	73	78	83	88	93	98	104
135	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
140	24	29	34	39	44	48	53	58	63	68	73	77	82	87	92	97
145	23	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80	84	89	94
150	23	28	32	37	41	46	51	55	60	64	69	74	78	83	87	92
155	22	27	31	36	40	45	49	54	58	63	67	72	76	81	85	90
160	22	26	30	35	39	43	48	52	56	61	65	69	74	78	82	87
165	21	25	30	34	38	42	46	51	55	59	63	68	72	76	80	84
170	21	25	29	33	37	41	45	49	53	57	62	66	70	74	78	82
175	20	24	28	32	36	40	44	48	52	56	60	64	68	72	76	80
180	20	23	27	31	35	39	43	47	51	55	59	62	66	70	74	78
185	19	23	27	30	34	38	42	46	49	53	57	61	65	68	72	76
190	19	22	26	30	33	37	41	44	48	52	56	59	63	67	70	74
195	18	22	25	29	32	36	40	43	47	50	54	58	61	65	68	72
200	18	21	25	28	32	35	39	42	46	49	53	56	60	63	67	70
210	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67
220	16	19	22	25	29	32	35	38	41	45	48	51	54	57	60	64

Figura 31 – Tabela Proposta por Bringhurst
Fonte: Bringhurst (2005)

O alfabeto da fonte de texto escolhida, ABeeZee, teve como medida da largura 67,425 mm ou 191 pontos. De acordo com a tabela dos estudos de Bringhurst (2005), a medida da largura poderia variar de 20 a 40 paicas, com em média 37 a 74 caracteres por linha. Convertendo o valor em paicas para milímetros, obteve-se colunas com variações entre 93mm e 169mm de largura.

Com o intuito de harmonizar o corpo de texto com os elementos não textuais da composição, optou-se por utilizar quatro colunas, com 3 módulos cada, sendo o texto ocupando obrigatoriamente 3 colunas. Desse modo, foi possível manter a largura do texto dentro do limite estabelecido por Bringhurst (2005), com uma coluna de 11 módulos, sem prejudicar a disposição dos elementos na página.

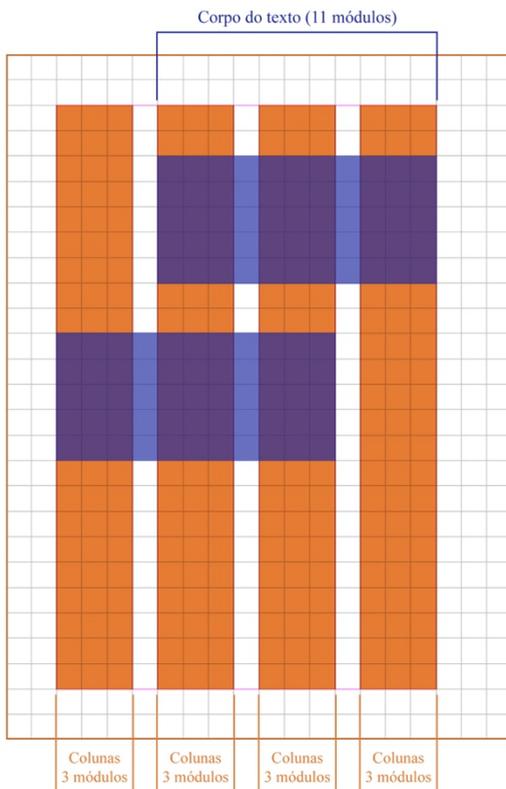


Figura 33 – Colunas e Corpo de Texto
 Fonte: desenvolvida pela autora

As margens das páginas foram definidas pensando no manuseio e visualização pelo público. Com base nos números presentes na sequência de Fibonacci, onde cada número da série corresponde a soma dos dois números anteriores. Dessa forma, determinou-se que as distâncias das margens superior, inferior e interna fosse de 2 módulos do grid e da margem externa de 3 módulos do grid.

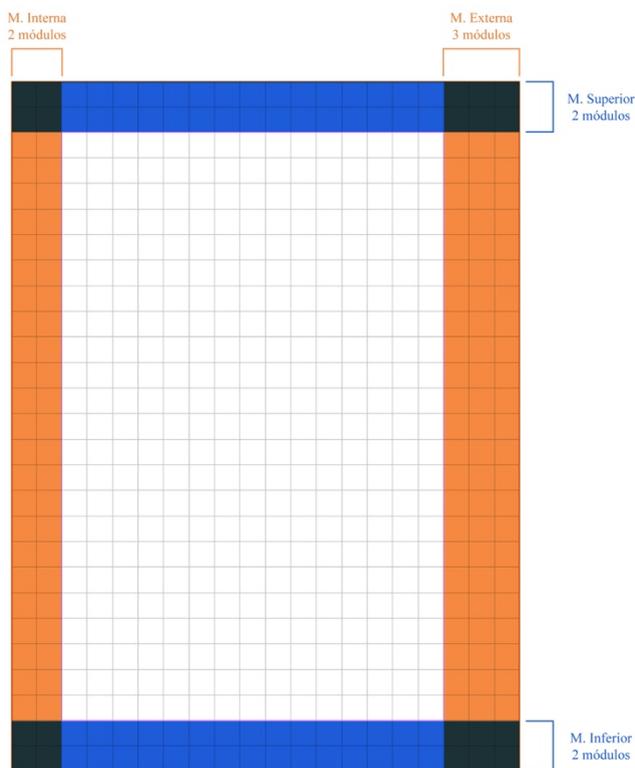


Figura 32 – Margens
Fonte: desenvolvida pela autora

4.1.6 Elementos Gráficos Textuais

Os elementos gráficos textuais foram definidos com o intuito de garantir uma interação maior entre o leitor e o produto final. Os títulos e subtítulos seguiram uma proporção estabelecida a partir do tamanho escolhido para o corpo de texto, de 14 pontos. Dessa forma, esses elementos possuem tamanhos correspondentes a 42 pontos e 28 pontos respectivamente. Para a numeração das páginas optou-se pelo tamanho de 12 pontos, não seguindo a proporção do corpo de texto, para não dificultar a identificação dos números pelo público.

Para harmonizar com as linhas irregulares do estilo de ilustração estabelecido, optou-se por adaptar manualmente o estilo da fonte escolhida para os títulos e subtítulos. Por este motivo, utilizou-se a fonte Didact Gothic, por possuir glifos que deixariam mais evidentes as linhas irregulares. A alteração contribuiu para relacionar o estilo escolhido da fonte com o restante da composição, deixando mais evidente o caráter infantil da mesma.

CURIOSIDADES
↓
CURIOSIDADES
↓
CURIOSIDADES

Figura 34 – Adaptação estilo fonte Didact Gothic
Fonte: desenvolvida pela autora

Elemento	Fonte	Tamanho
TÍTULO	Didact Gothic Regular	42 pt
SUBTÍTULO	Didact Gothic Regular	28 pt
Corpo de texto	ABeeZee	14 pt
Numeração	ABeeZee	12 pt

Figura 35 – Elementos Gráficos Textuais
Fonte: desenvolvida pela autora

4.1.7 Elementos Gráficos Não-Textuais

4.1.7.1 Cor

Na criação da paleta de cores, buscou-se a utilização de cores que estão presentes no modelo de disco cromático, o qual é uma ferramenta que mostra as relações entre as mesmas. Esse modelo é utilizado para ensinar crianças as possíveis misturas cromáticas (LUPTON, 2008). Para harmonizar as composições da publicação, optou-se por utilizar o esquema de cores complementares. Segundo Lupton (2008), as cores são complementares quando estão posicionadas diametralmente no disco cromático. Essas cores não possuem elementos da outra, sendo uma fria e outra quente.

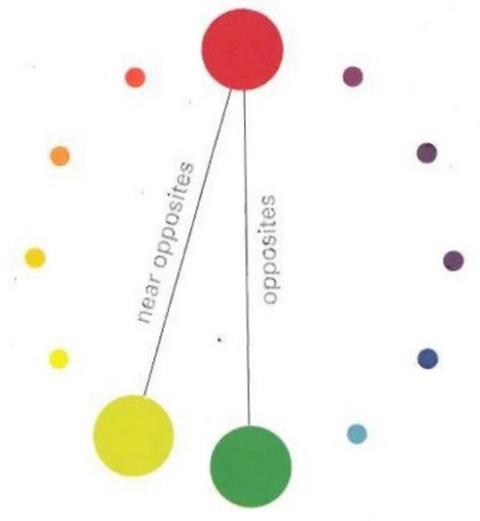


Figura 36 – Disco Cores Complementares

Fonte: LUPTON (2008)

Para analisar o comportamento das cores nos papéis que poderiam ser aplicados na publicação, realizou-se alguns testes de impressão. Como conclusão, observou-se que tanto as cores mais escuras, como o vermelho e o azul, tanto quanto as claras, como a amarela e laranja, apresentaram um bom contraste visual. Dessa forma, pode-se definir a paleta final de cores que seria utilizada no projeto (Figura 36).



Figura 37 – Teste de Cores no Papel
Fonte: desenvolvida pela autora

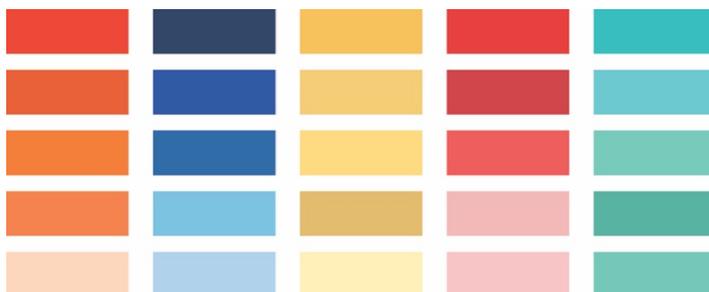


Figura 38 – Paleta de Cores Final
Fonte: desenvolvida pela autora

A cor também pode ser um recurso para organizar as informações e tópicos de uma publicação. Por este motivo, determinou-se uma cor predominante para cada seção do guia, acompanhada de uma cor complementar, com uma função secundária. Dessa forma, é possível identificar o assunto de forma fácil e divertida.



Figura 39 – Cores Predominantes e Complementares

Fonte: desenvolvida pela autora

4.1.7.2 Ilustrações

De acordo com Haluch (2013), nos livros ilustrados o recurso da ilustração é um meio pelo qual é possível reforçar a mensagem verbal através da mensagem visual. Considerando o tipo de publicação proposta neste projeto, optou-se por criar ilustrações que apresentasse o conteúdo de forma clara. Desse modo, os elementos foram criados com cores *flat* e com linhas irregulares, para remeter aos desenhos infantis.



Figura 40 – Elementos das Ilustrações
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 41 – Exemplos das Ilustrações
Fonte: desenvolvida pela autora

Para manter as características dos lugares apresentados na publicação, alguns detalhes foram mantidos, porém de forma reduzida, para não confundir o público e manter o estilo escolhido para as

ilustrações. Mesmo sem todos os detalhes, as principais características foram mantidas, podendo identificar com facilidade o local que está sendo apresentado.

4.1.8 Capa e Logotipo

Segundo Ali (2009), a capa precisa atrair o leitor através do impacto visual e do seu conteúdo. Para isso, um dos recursos é utilizar cores vivas, no lugar de cores apagadas. Dessa forma, as cores escolhidas para a capa foram o amarelo e o azul. Essas cores estão presentes na paleta cromática definida anteriormente, além de ser as cores que estão presentes na bandeira da cidade.



Figura 42 – Capa da Publicação
Fonte: desenvolvida pela autora

Levando em consideração o miolo da publicação, optou-se por seguir o mesmo modelo dos títulos e entretítulos nas principais informações da capa. Além disso, utilizou-se partes de ilustrações que também estão presentes nas páginas do guia. Dessa forma, cria-se uma harmonia entre a capa e o conteúdo presente dentro do livro. Para a

imagem de fundo, usou-se parte do mapa da cidade, criando mais elementos que pudessem conectar já na capa o conteúdo com a cidade.

Em uma possível futura aplicação, pode-se mudar tanto as cores, quanto as pequenas ilustrações e o fundo da capa, conforme o projeto é aplicado para diferentes cidades, mas sem perder as características que compõem a coleção de guias.

Como parte principal da identificação do “Guia Turístico para Pimpolhos”, escolheu-se a customização da fonte como um logotipo, seguindo o estilo de títulos determinado para o miolo. Assim foi possível criar uma conexão com os outros elementos que fazem parte da composição em geral. O título da composição se mantém com as mesmas características, podendo mudar somente a cor. Já o nome da cidade pode variar conforme o número de caracteres, porém deve seguir o mesmo estilo criado para a tipografia. As imagens que simulam fotos também contribuem para a identificação do material, sendo possível mudar apenas as ilustrações conforma a cidade abordada no guia.

Para esta execução do guia, calculou-se uma largura de 5,8mm para a lombada, contudo após entrar em contato com a gráfica escolhida para a produção do projeto, foi determinado que a lombada iria possuir 5mm de largura (FIGURA 42).

COLEÇÃO

GUIA TURÍSTICO

PARA PIMPOLHOS

Figura 43 – Coleção Guia Turístico para Pimpolhos
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 44 – Elementos Identificação do Guia
Fonte: desenvolvida pela autora

5 FASE EXECUTIVA

5.1 ESPELHO DA PUBLICAÇÃO

Para organizar o conteúdo que será distribuído na publicação criou-se um espelho editorial. Segundo Ali (2009), o espelho editorial consiste em um mapa simplificado onde são indicados o conteúdo que irá compor a publicação, a ordem que os assuntos serão apresentados, a relevância e o espaço que será ocupado.

CAPA 01	FOLHA DE GUARDA 01	SUMÁRIO 02 03	HISTÓRIA 04 05	PONTOS TURÍSTICOS NATURAIS 06 07	BICO DO PAPAGAIO 08 09
MORRO DA CRUZ 10 11	PARQUE DA ATALAIA 12 13	PRAIAS 14 15	PONTOS TURÍSTICOS HISTÓRICOS 16 17	CASA DA CULTURA 18 19	
IGREJA MATRIZ 20 21	MERCADO PÚBLICO 22 23	MUSEU ETNO ARQUEOLÓGICO 24 25	MUSEU HISTÓRICO 26 27	PÍER TURÍSTICO 28 29	
PRAÇA VIDAL RAMOS 30 31	LUGARES PARA DIVERSÃO 32 33	BEIRA-RIO 34 35	CENTREVENTOS 36 37	MOLHE DO ATALAIA 38 39	
TEATRO MUNICIPAL 40 41	CURIOSIDADES 42 43	CALÇADÃO HERCÍLIO LUZ 44 45	FERRY BOAT 46 47	MARINA ITAJAÍ 48 49	
PORTO MUNICIPAL 50 51	PASSAPORTE ABERTURA 52 53	PASSAPORTE 54 55	PASSAPORTE 56	CONTRA CAPA 01	

Figura 45 – Espelho da Publicação
Fonte: desenvolvida pela autora

5.2 DIAGRAMAÇÃO

Segundo a Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADG, 2003) a diagramação consiste em um conjunto de operações usadas para organizar na página os elementos gráficos de modo equilibrado, funcional e atraente, procurando estabelecer um sentido de leitura que possa proporcionar uma determinada hierarquia de assuntos. É nessa etapa onde todos os elementos definidos previamente nas fases anteriores são seguidos e aplicados para gerar a diagramação desejável.

Pensando no pequeno volume de texto presente nas páginas e todos os elementos gráficos que seriam aplicados na composição, buscou-se diagramar os spread de modo que evitasse a existência de espaços vazios. Esses possíveis espaços vazios foram preenchidos com ilustrações que tivessem a função de ajudar o leitor na compreensão das informações e que colaborasse com a harmonização de todos os elementos. Em todas as páginas, procurou colocar os subtítulos na mesma posição, assim foi possível criar um fluxo de leitura mais consistente, facilitando a leitura do público infantil.



Figura 46 – Diagramação das Páginas
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 47 – Diagramação das Páginas
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 48 – Diagramação das Páginas
Fonte: desenvolvida pela autora

Para as aberturas de cada seção, seguiu-se o padrão de aberturas de capítulos, onde os mesmos iniciam-se sempre em páginas ímpares. Desse modo, optou-se por posicionar os títulos sempre do lado direito do spread, ocupando o restante da página com ilustrações que introduzem o tema que será exposto em seguida.



Figura 49 – Diagramação das Páginas
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 50 – Diagramação das Páginas
Fonte: desenvolvida pela autora

5.3 FECHAMENTO DO ARQUIVO

Antes de salvar o arquivo para a impressão, é necessária a realização de algumas verificações para que o material seja produzido sem possíveis erros de execução. É preciso verificar se a sangria está devidamente configurada, com as medidas desejadas, e que as imagens estejam posicionadas até a área ocupada pela sangria. É de extrema importância que essas imagens que estarão presentes na publicação estejam todas configuradas no sistema CMYK, o qual é considerado o sistema de cores padrão para materiais impressos.

Após a verificação desses recursos, o arquivo foi salvo em formato PDF/X - 1A, com as devidas configurações para apresentar as marcas de corte, sangria e barra de controle. Esse formato de PDF é geralmente o mais utilizado pelas gráficas, por este motivo é o mais indicado para o fechamento do arquivo.

5.4 PROTÓTIPO

Após todas as etapas finalizadas, um protótipo da publicação foi elaborado com a finalidade de visualizar como o produto final irá ser apresentado para o público.



Figura 51 – Protótipo
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 52 – Protótipo
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 53 – Protótipo
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 54 – Protótipo
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 55 – Protótipo
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 56 – Protótipo
Fonte: desenvolvida pela autora



Figura 57 – Protótipo
Fonte: desenvolvida pela autora

O guia turístico também acompanha um envelope que contém um mapa da cidade, com impressão na frente e no verso, indicando a localização dos principais pontos da cidade. Além disso há também três cartelas de adesivos, com desenhos de carimbos dos pontos turísticos. Eles podem ser colados nas páginas presentes dentro do guia que compõem a parte do passaporte. O Objetivo dos adesivos é serem colados nas páginas conforme a criança visita cada lugar, gerando uma maior interação do público com o produto.

5.5 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

Para determinar as especificações técnicas do Guia Turístico para Crianças, considerou-se recursos que melhor valorizassem tanto o layout desenvolvido quanto as cores e ilustrações presentes na publicação.

Capa e contracapa:

Formato aberto: 321mm x 213,34mm (com lombada)

Formato Fechado: 158mm x 213,34mm

Lombada: 5 mm

Cores: CMYK 4/4

Papel: couché 210g/m²

Impressão: offset

Encadernação: brochura (lombada quadrada)

Miolo:

Número de páginas: 56

Formato aberto: 316mm x 213,34mm

Formato fechado: 158mm x 213,34mm

Cores: CMYK 4/4

Papel: couché 150g/m²

Impressão: offset

Envelope:

Formato fechado: 110mm x 170mm

Cores: CMYK 4/0

Papel: offset 120g/m²

Impressão: offset

Mapa:

Formato: 297mm x 420mm

Cores: CMYK 4/4

Papel: offset 90g/m²

Impressão: offset

Adesivos:

Formato: 165mm x 110mm; 135mm x 105mm; 150mm x 85mm

Cores: CMYK 4/0

Papel: papel adesivo 180g/m²

Impressão: offset

5.6 ESTUDO DE VIABILIDADE

Após definidas as especificações de projeto, foram realizados orçamentos com a finalidade de determinar a viabilidade de aplicação da publicação. O custo de produção foi estimado através de orçamento realizado com uma gráfica offset. O cálculo foi determinado tendo como base a quantidade de 5 mil unidades, conseqüentemente obteve-se o valor de R\$ 13.791,99, resultando em um valor de R\$2,76 por unidade.

6 CONCLUSÃO

Os estudos apresentados neste projeto enfatizam a importância do design editorial durante a elaboração de materiais impressos. Todas as fases executadas procuraram respeitar os métodos recomendados para que o sistema gráfico-editorial se adequasse às determinações do projeto.

A utilização da metodologia adaptada de Bruce Archer (FUENTES, 2006) foi de extrema importância durante a realização das etapas de desenvolvimento do projeto, contribuindo nas definições e pesquisas necessárias para se chegar ao produto final. Além disso, o método proposto por Castro e Perassi (2013) e o Modelo de Apoio à Seleção Tipográfica (MAST) proposto por Meüer (2017), aplicados na fase criativa, foram fundamentais para guiar o processo de estruturação gráfica e anatomia da página.

Acredita-se que o projeto conseguiu atingir os requisitos determinados durante a execução do presente trabalho, cumprindo as necessidades propostas para que a publicação possa proporcionar uma experiência adequada ao público ao qual é destinada. Dessa forma, espera-se que o sistema gráfico-editorial possa ser implementado, suprimindo as necessidades do público infantil e do mercado que poderá ser aplicado.

A realização deste projeto de conclusão de curso possibilitou uma experiência de crescimento e aprofundamento dos estudos, principalmente no design editorial. Em todo o processo de elaboração do sistema de guia turístico foi possível aplicar os ensinamentos transmitidos durante todos os anos da graduação.

6.1 SUGESTÕES PARA CONTINUIDADE DO PROJETO

Como o projeto em questão consiste em um sistema gráfico-editorial de guia turístico para crianças, que teve a sua aplicação sobre a cidade de Itajaí, o mesmo pode ser implementado em outras cidades do Estado de Santa Catarina. Como sugestão, pensou-se nas cidades de Blumenau e Urubici por ambas terem aspectos turísticos diferentes em comparação com a cidade de Itajaí. Futuramente a coleção poderá conter diversos volumes com cada um abordando uma cidade catarinense diferente, assim ampliaria o interesse das crianças por Santa Catarina.

REFERÊNCIAS

ALI, Fátima. A arte de editar revistas. São Paulo: **Companhia Editora Nacional**, 2009.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Impressão & Acabamento**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Turismo. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=turismo>>. Acesso em: 30 de agosto de 2016.

Are travel guidebooks making a comeback? Disponível em: <<https://www.bostonglobe.com/lifestyle/travel/2015/05/30/are-travel-guidebooks-making-comeback/mKrCIPouyj1ktjnLmgRorO/story.html>>. Acesso em: 17 de setembro de 2016.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify. 2005.

BURT, C., W. F., Cooper, J.L., Martin. **A psychological study of typography**. Cambridge: Br Jnl of Statical Psychology, 1955.

CASTRO, Luciano Patrício Souza; SOUSA, Richard Perassi Luiz de. **A tipografia como base do projeto gráfico-editorial**. Disponível em: <<http://wright.ava.ufsc.br/~grupohipermidia/graphica2013/trabalhos/A%20TIPOGRAFIA%20COMO%20BASE%20DO%20PROJETO%20GRAFICO%20EDITORIAL.pdf>> Acesso em: 29 de abril de 2017

CAVALCANTE, Nathalia Chehab de Sá. **Ilustração: uma prática passível de teorização**. Disponível em: <http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0610655_10_pretextual.pdf>. Acesso em: 20 de abril de 2017.

Collecting Travel Guides. Disponível em: <<http://www.abebooks.com/books/rarebooks/Avid-Collector/Apr08/travel-guides.shtml>>. Acesso em: 16 de setembro de 2016.

Coleção “Isto É...” passeia por Paris, Roma e Nova York. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/938315-colecao-isto-e-passeia-por-paris-roma-e-nova-york.shtml>>. Acesso em: 05 de outubro de 2016>.

Comparing Guidebook Series. Disponível em: < <https://www.ricksteves.com/travel-tips/trip-planning/comparing-guidebook-series>>. Acesso em: 17 de setembro de 2016.

CORDEIRO, Xênia Lacerda. **Da invenção da imprensa ao livro infantil:** um enfoque editorial. Faculdade de Biblioteconomia e Documentação Faculdades Integradas Teresa D'Ávilla, São Paulo, 1987.

FUENTES, Rodolfo. **A Prática do Design Gráfico: Uma metodologia criativa.** São Paulo: Edições Rosari, 2006.

GOMES FILHO, João. **Ergonomia do objeto:** sistema técnico de leituras. São Paulo: Escrituras, 2010.

Guidebook. Disponível em: < http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780195392883.001.0001/m_en_us1252704?rskey=I1cUNO&result=35966>. Acesso em: 16 de setembro de 2016.

HALUCH, Aline. Guia prático de design editorial: **Criando livros completos.** Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2013.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II:** como criar e reproduzir livros. São Paulo: Rosari, 2007.

JAYAPALAN, N. **Introduction to turism.** Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=HFWjoeVCLk0C&pg=PA8&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 30 de agosto de 2016.

LINS, Guto. **Livro Infantil?**. São Paulo: Rosari: 2004.

LOURENÇO, Daniel Alves. **Tipografia para livro de literatura infantil:** desenvolvimento de um guia com recomendações tipográficas para designers. Dissertação (Mestrado em Design), Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

LUPTON, Ellen. **A produção de um livro independente:** indie publishing: um guia para autores, artistas e designers. São Paulo: Rosari, 2011.

LUPTON, Ellen; PHILIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac & Naify, 2008.

MEÛRER, Mary Vonni. **Seleção tipográfica no contexto do design editorial: um modelo de apoio à tomada de decisão**. Tese (doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Design. Florianópolis, 2017.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: 1981. M. Fontes, 1981.

NICOLAU, Raquel Rebouças A. **Zoom: Design, Teoria e Prática**. João Pessoa: Ideia, 2013.

O estado de santa catarina. Disponível em: < <http://turismo.sc.gov.br/o-estado/>>. Acesso em: 02 de setembro de 2016.

OLIVEIRA, Rui de. **A Arte de Ilustrar Livros para Crianças e Jovens**. Disponível em: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/materiais/0000012187.pdf>>. Acesso em: 20 de abril de 2017.

Proibido para adultos. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/blog/imperdivel/criancas/proibido-para-adultos/>>. Acesso em: 05 de outubro de 2016.

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

Travel guidebooks: what is the future? Disponível em: < <https://www.theguardian.com/travel/2012/may/04/travel-guidebooks-online-sales>>. Acesso em: 16 de setembro de 2016.

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

Turismo em expansão. Disponível em: < <http://www.santacatarinabrasil.com.br/pt/turismo-em-expansao/>>. Acesso em: 01 de setembro de 2016.

Tourism – an economic and social phenomenon. Disponível em: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>>. Acesso em: 30 de agosto de 2016.

Um estado para todos os turistas. Disponível em: <<http://www.sc.gov.br/turismo>>. Acesso em: 02 de setembro de 2016.

VILLAS-BOAS, André. **Produção gráfica para designers.** Rio de Janeiro: 2AB, 2002.

REFERÊNCIAS DOS TEXTOS DA PUBLICAÇÃO

Fundação Cultural de Itajaí. Disponível em: <<http://fundacaocultural.itajai.sc.gov.br>>. Acesso em: 08 de abril de 2017.

Itajaí e sua História. Disponível em: <<http://www.itajaionline.com.br/materias/historia/32/32.php>>. Acesso em: 08 de abril de 2017.

Marina Itajaí. Disponível em: <<http://marinaitajai.com>>. Acesso em: 08 de abril de 2017.

Município de Itajaí. Disponível em: <<http://www.itajai.sc.gov.br/>>. Acesso em: 07 de abril de 2017.

Parque da Atalaia, em Itajaí, é Opção Para Quem Quer Fugir do Agito do Litoral. Disponível em: <http://osoldiario.clicrbs.com.br/sc/noticia/2013/01/parque-da-atalaia-em-itajai-e-opcao-para-quem-quer-fugir-do-agito-do-litoral-4006901.html>. Acesso em: 07 de abril de 2017.

