

Julia Morato Leite Lucas

**Guia do Pet Feliz: projeto gráfico-editorial para um livro como
solução de apoio às ONGs da causa animal**

Projeto de Conclusão de Curso submetido(a) ao
Curso de Design da Universidade Federal de Santa
Catarina como requisito parcial para a obtenção do
Grau de Bacharel em Design.

Orientador: Profa. Dra. Mary Vonni Meürer de Lima

Florianópolis

2024

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

Lucas, Julia

Guia do Pet Feliz: projeto gráfico-editorial para um
livro como solução de apoio às ONGs da causa animal /
Julia Lucas ; orientadora, Mary Meurer, 2024.
106 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design,
Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design Editorial. 3. Design Social. 4.
Design Informacional. 5. Causa Animal. I. Meurer, Mary.
II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em
Design. III. Título.

Julia Morato Leite Lucas

**Guia do Pet Feliz: projeto gráfico-editorial para um livro como solução
de apoio às ONGs da causa animal**

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

Florianópolis, 06 de Dezembro de 2024.

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

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Mary Vonni Meurer de Lima (Universidade Federal de Santa Catarina)

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

Prof^a. Dr^a. Marília Matos Gonçalves (Universidade Federal de Santa Catarina)

Professora Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família, especialmente aos meus pais, que com todo seu esforço e carinho foram os maiores incentivadores da minha trajetória. Este trabalho também é dedicado aos animais que alegremente fizeram parte da minha vida: aqueles que me ensinaram sobre amor e hoje brilham no céu, e aqueles que hoje me trazem um motivo para rir espontaneamente numa tarde de segunda-feira.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, meus irmãos e toda a minha família, minha maior gratidão. O esforço e a presença de vocês foi a base que me sustentou, me dando segurança e confiança para seguir. Agradeço por sempre me incentivarem a fazer o que amo e por me apoiarem sempre que necessário.

À Profa. Dra. Mary Meürer, expresso minha gratidão por aceitar ser minha orientadora, me acompanhando ao longo de todas as etapas deste projeto. Sua orientação e dedicação foram essenciais para que este trabalho ganhasse forma e alcançasse seus objetivos da melhor maneira possível. Agradeço carinhosamente também aos professores Luciano Castro e Marília Gonçalves, por quem tenho grande admiração, pela generosidade em compor a banca examinadora deste projeto. Também agradeço aos demais professores que, ao longo de toda a minha trajetória educacional, contribuíram para minha formação pessoal e profissional.

Registro ainda minha gratidão ao Dr. Élito Araújo Jr., que gentilmente se dispôs a revisar o conteúdo veterinário do livro, agregando qualidade e confiabilidade às informações apresentadas. Igualmente, agradeço à Érica Jung, da Pintassilgoprints, pela generosa concessão da licença da fonte Marujo, para especial uso nesse projeto de cunho social.

“Your fervent wishes can only find fulfillment if you succeed in attaining love and understanding of men, and animals, and plants, and stars, so that every joy becomes your joy and every pain your pain.”

– Albert Einstein
(The Ultimate Quotable Einstein)

RESUMO

Este projeto de conclusão de curso apresenta o desenvolvimento do projeto gráfico-editorial para um livro sobre o bem-estar dos animais de estimação, com o objetivo de informar e conscientizar o público adulto e infantil, por meio de conteúdo educativo e passatempos. Além de seu caráter informativo, o livro também tem como objetivo apoiar financeiramente ONGs de proteção animal, destinando parte das vendas como doações. Baseado na metodologia adaptada de Frascara (2004), o projeto foi dividido em três etapas: Absorção, Constituição e Produção. Essas etapas envolveram ferramentas e ações que incluíram desde a pesquisa inicial, análise de similares e definição de conceitos, até a criação e organização final do conteúdo gráfico, resultando em um material de design socialmente relevante.

Palavras-chave: Design Editorial. Design Social. Design Informacional. Causa Animal.

ABSTRACT

This final project presents the development of a graphic-editorial design project for a book focused on pet well-being, aimed at educating and raising awareness among both adult and child audiences through informative content and interactive activities. In addition to its educational purpose, the book is also designed to financially support animal protection NGOs by donating a portion of the sales. Based on a methodology adapted from Frascara (2004), the project was structured in three stages: Absorption, Constitution, and Production. These stages encompassed tools and actions from initial research, analysis of similar projects, and concept definition to the final creation and organization of graphic content, resulting in a socially impactful design material.

Keywords: *Editorial Design. Social Design. Informational Design. Animal Welfare.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia do projeto	24
Figura 2 – Nuvem de palavras: Cuidado Animal	28
Figura 3 – Nuvem de palavras: Conscientização	28
Figura 4 – Gráfico: Faixa etária dos entrevistados	34
Figura 5 – Gráfico: Nível de escolaridade dos entrevistados	35
Figura 6 – Gráfico: Renda familiar mensal dos entrevistados	35
Figura 7 - Livro “Vitamina N”	38
Figura 8 – Detalhes do livro “Vitamina N”	39
Figura 9 – Detalhes do livro “Vitamina N”	40
Figura 10 – Livro “Amor de pet cura tudo”	41
Figura 11 – Livro “Miau, miau, cada gato no seu quintal”	42
Figura 12 – Detalhes da revista “Miau, miau, cada gato no seu quintal”	43
Figura 13 – Detalhes do E-book “Guia para pais de pets de primeira viagem”	44
Figura 14 – Detalhes do E-book “Guia para pais de pets de primeira viagem”	45
Figura 15 – Estrutura do conteúdo do livro	47
Figura 16 – Painel do estilo de vida	51
Figura 17 – Painel da expressão do produto	52
Figura 18 – Painel do tema visual	53
Figura 19 – Painel visual conceitual (Amigável, Didático e Responsável)	54
Figura 20 – Classificação Tipográfica	61
Figura 21 – Teste de fonte de corpo de texto	62
Figura 22 – Teste de variação das fontes	62

Figura 23 – Teste de fonte de corpo de texto	63
Figura 24 – Teste de fonte display	64
Figura 25– Teste de combinação tipográfica	67
Figura 26 – Paleta de Cores inicial	69
Figura 27 – Teste de contraste	70
Figura 28 – Teste de acessibilidade e contraste	71
Figura 29 – Paletas de apoio	72
Figura 30 – Paleta de Cores “Pelos”	72
Figura 31 – Primeira Prova de Cores no papel offset (esquerda) e reciclato (direita)	73
Figura 32 – Detalhes do teste de cores no papel reciclato	74
Figura 33 – Prova de cores final no papel reciclato	74
Figura 34 – Paleta de Cores final do livro	75
Figura 35 – Exemplos de Ilustrações antes (esquerda) e depois (direita) da edição de cores	76
Figura 36 – Painel com ilustrações editadas e utilizadas no livro	77
Figura 37 – Figuras orgânicas utilizadas ao decorrer do livro	78
Figura 38 – Exemplo de aplicação das figuras em padronagem	78
Figura 39 – Iconografia do livro	79
Figura 40 – Proposta para boxes e quadros	79
Figura 41 – Aplicação de cortes tamanho 14,5 x 20,5 sob folha BB	80
Figura 42 – Grid e linha de base aplicado no formato de página escolhido	82
Figura 43 – Tabela para composição de linhas de texto	83
Figura 44 – Página mestre configurada com grid, colunas, margens, fólio e vinheta	84

Figura 45 – Página mestre configurada (1 coluna)	
Figura 46 – Possibilidades de manchas gráficas	85
Figura 47 – Estilos de Parágrafo	86
Figura 48 – Espelho do livro	87
Figura 49 – Exemplo de página personalizável	88
Figura 50 – Exemplo de aplicação publicitária na página personalizável	89
Figura 51 – Orçamento de alta tiragem	91
Figura 52 – Configuração da Justificação do Corpo de Texto	92
Figura 53 – <i>Mockup</i> : Capa do livro	93
Figura 54 – <i>Mockup</i> : Verso da capa e folha de rosto	93
Figura 55 – <i>Mockup</i> : Página de Boas Vindas	94
Figura 56 – <i>Mockup</i> : Página do sumário	94
Figura 57 – <i>Mockup</i> : Exemplo de página aberta (cor clara)	95
Figura 58 – <i>Mockup</i> : Exemplo de página aberta (cor escura)	95
Figura 59 – <i>Mockup</i> : Exemplo de página de passatempo	96
Figura 60 – <i>Mockup</i> : Exemplo de página com ícones e infográfico	96
Figura 61 – <i>Mockup</i> : Página no verso da capa	97
Figura 62 – <i>Mockup</i> : Exemplo de página com tabela	97
Figura 63 – Protótipo digital de expositor para o livro	98
Figura 64 – Exemplo de uso do expositor	99

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Diretrizes e Requisitos	55
Quadro 2 – Critérios de Seleção Tipográfica	58
Quadro 3 – Hierarquia dos Critérios de Seleção para fonte de corpo de texto	59
Quadro 4 – Hierarquia dos Critérios de Seleção para fonte display	60
Quadro 5 – Matriz de seleção: Tipografia de corpo de texto	65
Quadro 6 – Matriz de seleção: Tipografia display	66

LISTA DE ABREVIATURAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

ONGs – Organizações Não Governamentais

IPB – Instituto Pet Brasil

SGNPAN – Sociedade Galdina Protetora dos Animais e da Natureza

CC – Creative Commons

1. INTRODUÇÃO	16
1.1. Apresentação do tema e da problemática de projeto	16
1.2. Objetivos	19
1.2.1. Objetivo Geral	19
1.2.2. Objetivos Específicos	19
1.3. Pergunta de Projeto	20
1.4. Justificativa	20
1.5. Delimitação	20
1.6. Estrutura	21
2. METODOLOGIA	23
3. PROJETO	27
3.1. Comissão do projeto	27
3.1.1. Pesquisa (formulário) com ONGs/iniciativas voltadas à causa animal	27
3.1.2. Primeira definição do problema	31
3.2. Coleta de informações	32
3.2.1. Público-alvo	33
3.2.2. Pesquisa com público-alvo	33
3.2.3. Análise de Similares	37
3.3. Segunda definição do problema	45
3.4. Definição de Objetivos	48
3.4.1. Conceitos	48
3.4.2. Estudo preliminar de implementação	49
3.4.3. Paineis Semânticos	51
3.4.4. Diretrizes e Requisitos do projeto	54

3.5. Terceira definição do problema	56
3.5.1. Seleção Tipográfica	56
3.5.2. Definição da Paleta de Cores	68
3.5.3. Ilustrações e recursos gráficos	75
3.6. Desenvolvimento da proposta de design	80
3.6.1. Definição do layout e formato	80
3.6.2. Definição de materiais	80
3.7. Organização da produção	81
3.7.1. Estruturação do projeto gráfico	81
3.7.2. Especificações técnicas	89
3.7.2.1. Orçamento	90
3.7.3. Diagramação	91
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	99
5. MEIO DE REPRESENTAÇÃO “TRIDIMENSIONAL”	100
6. REFERÊNCIAS	100
6. APÊNDICES	102

1. INTRODUÇÃO

1.1. Apresentação do tema e da problemática de projeto

De acordo com Tatibana e Costa-Val (2009), que citam Beaver (2001, 2005) e Fuck et al. (2006), a relação entre humanos e animais domésticos remonta a milhares de anos. Com o passar do tempo, essa relação foi se transformando e, atualmente, os animais passaram a ser considerados pelas famílias que os adotam como um “integrante” do grupo – percebe-se, de acordo com a etologia, que é precisamente dessa forma que eles se sentem (Fuck et al., 2006).

Mais especificamente no Brasil, de acordo com pesquisas realizadas em 2022 pelo Instituto Pet Brasil (IPB), estima-se que a população de cachorros é de 55,9 milhões e a de felinos 25,6 milhões, somando em um total de 81,5 milhões de animais. Ainda, constatou-se que desses animais, 10,8% são considerados Animais em Condição de Vulnerabilidade¹ – somando um total de 8,8 milhões de animais.

De acordo com outro levantamento realizado pelo IPB (2022), a maioria dos pets² abandonados e animais resgatados por maus tratos vivem sob tutela de ONGs. Segundo o Instituto, “percebe-se claramente uma mudança no perfil das ONGs, verificando que hoje elas detêm, em seu poder, uma proporção maior de animais resultados de maus tratos, perto de 60%, e os 40% restantes são resultados de abandonos” (IPB, 2022).

Segundo Jesus (2023), as ONGs de proteção animal surgiram exatamente da falta de políticas eficientes e da lacuna deixada pela atuação do poder público. Dois dos maiores problemas enfrentados por essas ONGs é a dificuldade de se manter financeiramente, além da falta de conscientização da população em relação à causa animal.

Em entrevista ao jornal *O Tempo*, Patrícia Dutra, presidente da ONG Sociedade Galdina Protetora dos Animais e da Natureza (SGPAN), descreve um cenário comum enfrentado pelas ONGs da causa animal no Brasil. No caso da SGPAN, houve uma diminuição de 84% no acolhimento de animais. Dutra relata que:

¹ O IPB considera como Animais em Condições de Vulnerabilidade aqueles que vivem sob tutela das famílias classificadas abaixo da linha de pobreza, que vivem nas ruas, mas recebem cuidados de pessoas ao redor.

² O termo “pets” é utilizado ao longo deste relatório como sinônimo de “animais de estimação” (Dicio, s.d.). Embora seja uma palavra de origem inglesa, seu uso tornou-se amplamente popular no Brasil, sendo compreendido e adotado no vocabulário cotidiano. No contexto do livro, “pets” refere-se principalmente a cães e gatos, que são o foco principal, embora em um capítulo sejam abordados também alguns cuidados para pequenos roedores.

Atualmente não recebemos quase nada de doações, estamos asfixiados. Se eu continuar atendendo 80 animais por mês, vamos ter uma dívida de R\$ 1 milhão. Não é porque não queremos atender, mas é pelo estrangulamento financeiro total. As ONGs estão sobrecarregadas e empobrecidas porque carregam a sobrecarga decorrente da omissão histórica do poder público [...] (DUTRA, *apud* OLIVEIRA, 2023).

Portanto, nota-se que em um cenário onde não há apoio público, essas ONGs têm de se reinventar e buscar angariar recursos por conta própria. Jesus (2023) destaca que as formas mais frequentes de obtenção de recursos pelas ONGs incluem doações, apadrinhamento, e a venda de óleo de cozinha usado, tampinhas de garrafa PET ou materiais eletroeletrônicos em desuso. A dificuldade, entretanto, é a falta de uma renda fixa e mais estável, que não seja ligada totalmente à doações espontâneas.

O cenário de um alto número de pets que são resgatados por ONGs – seja por terem sido abandonados ou por terem sofrido maus tratos – pode ser resultado ou agravado pela falta de conscientização da população em relação à causa animal. Sobre essa questão, Jesus (2023) ressalta que a educação ambiental desempenha um papel crucial no processo de mudança de mentalidade. Segundo Orselli e Conte (2019), conforme destacado por Denis (2010):

Tudo começa em casa. É o ambiente familiar o local educativo por excelência. E é nesse ambiente que o jovem, desde o nascimento, presencia e aprende mimeticamente o exercício da ‘irreflexão’, da ‘ausência de pensamento’ passado pelos pais, seus primeiros e mais importantes educadores. Desde o nascimento o jovem é submetido ao convívio diário com atos violentos para os animais não-humanos cometidos pelos pais e parentes. [...] (ORSELLI; CONTE, *apud* DENIS, 2010, p. 1).

Olhando por outra perspectiva, admite-se que é de forma semelhante que a troca desses valores para uma cultura na qual se há mais respeito e conscientização sobre a causa animal pode ocorrer – através da construção de conhecimento no ambiente familiar. Chuahy (2009) ressalta ainda que a educação baseada na valorização dos interesses dos animais não humanos contribui para a construção de uma sociedade pacifista e tolerante. A autora ainda destaca que as crianças que aprendem desde cedo a importância do respeito e da valorização dos demais seres vivos tendem a possuir menos preconceitos e a valorizar todas as formas de vida.

Tendo como foco as ONGs da causa animal³, sem se restringir a uma em específico, pois o intuito é oferecer suporte ao maior número possível dessas instituições, a questão se torna qual seria uma possível intervenção de Design que fosse eficaz para ajudar a resolver ambas as problemáticas identificadas – tanto a falta de conscientização da população em relação aos animais, quanto a falta de recursos financeiros das ONGs.

Em *University Course in Information Design*, Simlinger (2007) discute que, ao abordar problemas afetados pela informação ou necessidades indefinidas dos usuários, o campo de atuação no design de informação se expande tanto em profundidade quanto em amplitude. Designers que buscam compreender como a informação pode melhorar situações insatisfatórias desenvolvem soluções inovadoras, que vão além da simples resolução de problemas. Como o autor afirma, “esses conceitos precisam sempre alinhar, de forma tecnicamente viável, os interesses dos ‘proprietários do problema’, dos provedores de informação e dos usuários” (SIMLINGER, 2007, p. 13). Em nível global, isso pode incluir o combate ao HIV/AIDS ou à redução do aquecimento global, enquanto em escala local, pode envolver estratégias para melhorar condições de vida específicas.

Nesse dado contexto, nota-se que para ambas as problemáticas citadas, o desenvolvimento de um livro temático sobre pets com informações úteis à população geral pode vir como facilitador e contribuir como apoio na solução desse problema. Nesse cenário, esse projeto seria estabelecido como um projeto de Design Editorial, tendo sua base no Design Informacional e no Design Social.

Os livros, historicamente, são uma das formas mais antigas de passar informações e com potencial de impacto social, conscientização e/ou aprendizado. E com um bom planejamento gráfico-editorial, um livro pode alcançar sua máxima performance. Segundo Hendel (2003):

O design de livro é diferente de todos os outros tipos de design gráfico. O trabalho real de um designer de livro não é fazer as coisas parecerem “legais”, diferentes ou bonitinhas. É descobrir como colocar uma letra ao lado da outra de modo que as palavras do autor pareçam saltar da página. O design de livro não se deleita com sua própria engenhosidade; é posto a serviço das palavras. Um bom design só pode ser feito por pessoas acostumadas a ler – por aquelas que perdem tempo em ver o que acontece quando as palavras são compostas num tipo determinado. (Hendel, 2003, p. 3).

³ No livro desenvolvido para este projeto, o foco está nas ONGs da causa animal que apoiam cães e gatos, pois esses são os animais abordados prioritariamente como conteúdo textual do livro. No entanto, futuras edições podem ampliar esse escopo para incluir outras espécies e, assim, beneficiar também ONGs que apoiam diferentes tipos de animais.

A ideia deste projeto, portanto, é desenvolver o projeto gráfico-editorial de um livro que aborda temas essenciais sobre o bem-estar animal, com o intuito de informar e conscientizar a população. No entanto, sua função pode ir além do aspecto informativo. O livro também busca ser uma solução criativa para a questão da falta de recursos financeiros enfrentada por muitas ONGs de proteção animal, como foi citado anteriormente. A proposta é que ele seja comercializado e que uma parte significativa das vendas seja revertida em doações para essas instituições, enquanto uma fração menor cobre os custos de produção. Assim, além de seu potencial educativo, o livro se torna uma ferramenta alternativa de arrecadação, ajudando a sustentar financeiramente as ONGs e contribuir para a causa animal.

1.2. Objetivos

Os objetivos deste projeto direcionam as ações e decisões para garantir que o livro atenda às necessidades do projeto de forma eficaz, a fim de obter um resultado final satisfatório. A seguir, são apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos que guiam este projeto.

1.2.1. Objetivo Geral

Desenvolver um livro voltado para pessoas que tenham simpatia por pets, com o propósito de gerar conscientização sobre a causa animal e angariar recursos para ONGs e iniciativas de proteção aos animais.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Compreender a realidade e as características do público-alvo para criar um material com linguagem gráfica apropriada e eficaz, capaz de informar e entreter o leitor de forma didática;
- Criar uma identidade visual única e coerente que seja cativante para crianças e adultos, facilitando o engajamento com o conteúdo;
- Desenvolver o livro com foco na produção a um custo viável e comercial, visando gerar um lucro significativo para as ONGs beneficiadas.

1.3. Pergunta de Projeto

Como elaborar uma forma inovadora de disseminar informações relevantes e conscientização para o público em geral, ao mesmo tempo em que se torna um meio eficaz de arrecadar fundos para as ONGs que atuam em defesa dos animais?

1.4. Justificativa

Desde cedo, minha trajetória como voluntária em ONGs dedicadas à proteção animal me fez notar as lacunas existentes na conscientização e no apoio a essa causa no Brasil. Ao testemunhar de perto os desafios enfrentados por essas organizações, como a escassez de recursos e a falta de suporte governamental, percebi a necessidade dessas ONGs em sempre estar se reinventando e lutando para conseguir angariar recursos necessários para dar continuidade ao seu trabalho.

Além dessa experiência como voluntária, paralelamente à minha graduação em Design estudei em um curso técnico de Auxiliar Veterinária, que me proporcionou uma perspectiva maior sobre os cuidados e as necessidades dos animais. Com essas duas experiências veio o interesse em unir minha paixão pelo design com meu compromisso com a causa animal, buscando criar um projeto que não apenas informasse e inspirasse, mas também mobilizasse ação e mudança positiva em um contexto social.

Como estudante de design, sempre me inspirei em projetos que tivessem um impacto social positivo e ultrapassassem o âmbito comercial. Ao longo do curso, desenvolvi um interesse especial pelo Design Editorial e me questionei como ele poderia ser aplicado no contexto do Design Social. Ao unir todas essas questões, vi uma oportunidade de criar um projeto com um impacto factível, além de concretizar uma maneira pela qual o Design Editorial pode ser utilizado como uma ferramenta eficaz para promover mudanças sociais.

1.5. Delimitação

O projeto descrito neste relatório limita-se ao desenvolvimento gráfico-editorial do livro, a sua diagramação e a produção de um mockup impresso. É importante enfatizar que as ilustrações utilizadas no livro foram retiradas de bancos de imagens, todas com licença gratuita para fins comerciais. Não está contemplado como parte do projeto as atividades de pós-produção do livro, como a formação de parcerias e a concretização efetiva da venda do livro e doações para

ONGs, as quais serão tratadas em uma fase posterior ao projeto. Vale ressaltar que o conteúdo textual do livro é autoral da mesma autora deste projeto e foi revisado por um veterinário. Os passatempos encontrados ao decorrer do livro também foram desenvolvidos pela autora. Detalhes sobre o conteúdo não são abordados neste relatório, pois não são o foco deste projeto.

1.6. Estrutura

O presente projeto de conclusão de curso foi estruturado a partir da metodologia adaptada de Frascara (2004), que será inicialmente introduzida, descrita e explicada em mais detalhes. Após a apresentação da metodologia, o seguinte capítulo do projeto será dividido em 3 partes, as mesmas 3 partes da metodologia: Absorção, Constituição e Produção, conforme descrito a seguir:

- ↳ **Capítulo 1 – Introdução**
- ↳ **Capítulo 2 – Metodologia**
- ↳ **Capítulo 3 – Projeto**

↳ PARTE 1 — Absorção

↳ Comissão do projeto

- Pesquisa (formulário) com ONGs/iniciativas voltadas à causa animal
- Primeira definição do problema

↳ Coleta de informações

- Público-alvo
- Pesquisa com público-alvo
- Análise de Similares

↳ Segunda definição do problema

↳ **PARTE 2 - Constituição**

- ↳ **Definição de Objetivos**
 - Conceitos
 - Estudo preliminar de implementação
 - Painéis Semânticos
 - Diretrizes e Requisitos

- ↳ **Terceira definição do problema**
 - Tipografia
 - Paleta de Cores
 - Ilustrações e recursos gráficos

- ↳ **Desenvolvimento da proposta de design**
 - Definição de Layout e formato
 - Definição de materiais

↳ **PARTE 3 - Produção**

- ↳ **Organização da produção**
 - Estruturação do projeto gráfico
 - Especificações técnicas
 - Orçamento
 - Diagramação e Protótipo

2. METODOLOGIA

A metodologia selecionada para o projeto foi uma adaptação da proposta por Jorge Frascara, no livro *Communication Design: Principles, Methods and Practice* (2004). Segundo o autor, os métodos, mais do que uma técnica mecânica, são auxílios estratégicos direcionados a propor rotinas que ajudam a resolver uma variedade de problemas. Eles são direcionados a reduzir o tempo investido no processo de design e, em geral, torná-lo mais eficiente e eficaz.

A metodologia original proposta por Frascara (2004) consiste em 10 etapas:

1. **Comissão do projeto:** Primeira definição do problema e do orçamento;
2. **Coleta de informações:** Sobre o cliente, o produto, a concorrência (se existir) e o público;
3. **Segunda definição do problema:** Análise, interpretação e organização das informações coletadas;
4. **Definição de objetivos:** O que o produto deve fazer? Definições de canais de comunicação (como levar o produto fisicamente ao público), argumentos (como comunicar cognitiva e afetivamente com o público), forma (como alcançar perceptual e esteticamente o público), bem como o estudo preliminar de implementação;
5. **Terceira definição do problema:** Especificações de produção, colocando o problema em termos de design e produção, e escrevendo o briefing de design;
6. **Desenvolvimento da proposta de design:** Considerações de forma, conteúdo, mídia e tecnologia;
7. **Apresentação ao cliente:** Um ato informativo e persuasivo;
8. **Organização da produção:** Preparação do design final pronto para produção;
9. Supervisão da implementação;
10. **Avaliação de desempenho:** Comparação dos resultados com os objetivos operacionais estabelecidos, ajustes eventuais com base na avaliação e implementação posterior ajustada;

Considerando o escopo do projeto a ser desenvolvido, é necessário ajustar a metodologia de Frascara (2004), pois as etapas 7, 9 e 10 não se aplicam. Neste caso, a apresentação ao cliente, a supervisão da implementação e a avaliação do desempenho não são pertinentes, já que não há um cliente específico e o foco não está na implementação do produto final.

Desta forma, aplica-se uma metodologia que contempla as demais etapas propostas pelo autor, como ilustrado na Figura 1, a seguir.

Figura 1 – Metodologia do projeto

	ETAPA	DESCRIÇÃO	FERRAMENTAS & AÇÕES
ABSORÇÃO	01 Comissão do projeto	Primeira definição do problema e do orçamento;	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa (formulário) com ONGs e iniciativas voltadas à causa animal
	02 Coleta de informações	Sobre o cliente, o produto, a concorrência (se existir) e o público;	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa (formulário) de público-alvo • Análise de Similares
	03 Segunda definição do problema	Análise, interpretação e organização das informações coletadas;	<ul style="list-style-type: none"> • Análise e comparação dos dados coletados nas etapas 01 e 02.
CONSTITUIÇÃO	04 Definição de objetivos: O que o produto deve fazer?	Definições de canais de comunicação (como levar o produto fisicamente ao público), argumentos (como comunicar cognitiva e afetivamente com o público), forma (como alcançar perceptual e esteticamente o público), bem como o estudo preliminar de implementação;	<ul style="list-style-type: none"> • Conceitos • Diretrizes do projeto • Estudo preliminar de implementação • Painéis Semânticos • Diretrizes e requisitos do projeto
	05 Terceira definição do problema	Especificações de produção, colocando o problema em termos de design e produção, e escrevendo o briefing de design;	<ul style="list-style-type: none"> • Seleção tipográfica • Definição da paleta de cores • Seleção de ilustrações e recursos gráficos
	06 Desenvolvimento da proposta de design	Considerações de forma, conteúdo, mídia e tecnologia;	<ul style="list-style-type: none"> • Definição de Layout e formato • Definição de materiais
PRODUÇÃO	07 Organização da produção	Preparação do design final pronto para produção;	<ul style="list-style-type: none"> • Estruturação do Projeto Gráfico • Especificações técnicas • Orçamento • Diagramação

Fonte: Elaborado pela autora (2024) com base em Frascara (2004).

A metodologia adaptada pela autora (Figura 1) com base em Frascara (2004), portanto, fica esquematizada da seguinte maneira:

PARTE 1 - ABSORÇÃO

1. **Comissão do projeto:** A primeira etapa da metodologia envolve a definição do problema, o qual foi delineado com o apoio de um formulário destinado para as pessoas envolvidas em ONGs ou iniciativas dedicadas à proteção animal. Este formulário foi utilizado para coletar informações sobre seus cenários atuais e suas necessidades. Além disso, foi reservado um espaço para sugestões, incluindo considerações sobre orçamento e conteúdo do livro. Também foi solicitado uma avaliação por parte dos entrevistados sobre o potencial do livro para angariar fundos.
2. **Coleta de informações:** Na segunda etapa, foi conduzida pesquisa com o público-alvo do livro e foi realizada uma análise comparativa de produtos similares para embasar e enriquecer o desenvolvimento do projeto.
3. **Segunda definição do problema:** Nesta etapa, os dados obtidos nas etapas anteriores foram comparados, organizados e analisados, trazendo uma visão com maior entendimento sobre o projeto, seu contexto e o problema, além de trazer uma fundamentação mais teórica para o projeto.

PARTE 2 - CONSTITUIÇÃO

4. **Definição de objetivos:** Baseado nas etapas anteriores e a fim de definir os objetivos do projeto com maior clareza, foram estabelecidos três conceitos-chave e elaborados uma série de Paineis Semânticos. Adicionalmente, foi utilizada a ferramenta de Diretrizes e Requisitos do projeto, baseada em Pazmino (2015), delineando com mais precisão a forma com a qual os próximos passos devem ser seguidos.
5. **Terceira definição do problema:** Levando em consideração os objetivos e conceitos delimitados, nesta etapa foram definidas as especificações do livro, como a Paleta de Cores, ilustrações a serem incorporadas e as tipografias a serem utilizadas, seguindo o Modelo de Apoio à Seleção Tipográfica, desenvolvido por Mary Vonni Meurer (2022).
6. **Desenvolvimento da proposta de design:** Nesta etapa, foi definida toda a proposta gráfico-editorial do livro, baseada na tipografia escolhida e partindo da metodologia proposta por Castro e Perassi (2018) em sua publicação “*Estruturação de projetos gráficos: a tipografia como base do planejamento*”. Após a definição de layout e formato, também foi determinado o material de impressão do livro, a fim que sua produção estivesse alinhada com orçamento idealizado.

PARTE 3 - PRODUÇÃO

7. **Organização da produção:** A última etapa da metodologia é a etapa da produção do livro. Aqui, foi feita a estruturação e configuração do projeto gráfico com uso do programa Adobe InDesign, seguida pela sua diagramação, refinamento e fechamento do arquivo. Nesta etapa, também foram definidas as especificações técnicas para impressão, assim como a realização de um orçamento para verificar a viabilidade de acordo com os requisitos do projeto. Por fim, foi realizado um *mockup* e encaminhamento dos arquivos para a impressão do livro a fim de obter um meio de representação tridimensional.

3. PROJETO

Conforme o escopo definido pela metodologia adaptada pela autora, o projeto propriamente dito será detalhado a seguir, sendo apresentado através das partes e etapas propostas da metodologia adotada, de acordo com a estrutura previamente definida.

PARTE I - ABSORÇÃO

3.1. Comissão do projeto

Segundo a metodologia proposta por Frascara (2004), a primeira etapa envolve a primeira definição do problema e a definição do orçamento do projeto. Conforme o autor explica, cabe ao designer entender o problema apresentado pelo cliente e redefini-lo em termos de design. Além disso, ele também ressalta a importância de realizar uma pesquisa paralela, aliada ao problema apresentado pelo cliente:

É preciso se informar o máximo possível sobre o problema do cliente, não apenas usando as informações fornecidas pelo cliente, mas também buscando de forma independente informações relevantes. (FRASCARA, 2004, p. 97).

Neste projeto, por não haver um cliente específico, julgou-se interessante traçar a primeira problemática através de uma pesquisa por formulário com diversos participantes de ONGs voltadas para a causa animal, a fim de entender as dificuldades enfrentadas no dia-a-dia.

3.1.1. Pesquisa (formulário) com ONGs/iniciativas voltadas à causa animal

O formulário de pesquisa foi elaborado com o intuito de compreender melhor as necessidades e perspectivas ONGs e iniciativas voltadas à defesa dos direitos dos animais, a fim de traçar uma problemática inicial para o projeto. A pesquisa foi realizada através de um formulário desenvolvido no Google Forms e ficou em aberto para obter respostas por um total de 14 dias, a partir do dia 21/03/2024. No total 23 ONGs/iniciativas foram abordadas, mas obteve-se resposta de somente 7 delas. Ao todo, 15 pessoas responderam ao questionário representando essas 7 ONGs, exercendo funções como: Diretora, Fundador, Conselheiro Fiscal, Veterinário, Voluntário Geral, Presidente, Resgate, Divulgação e/ou Arrecadação de Fundos.

Ao traçar um paralelo entre as respostas para a pergunta sobre qual o principal objetivo da organização/iniciativa em relação à causa animal, foi possível afirmar que as ONGs/iniciativas entrevistadas possuem dois grupos de funções principais. As respostas foram resumidas em duas nuvens de palavras, com termos que foram usados com mais recorrência:

- a) **Grupo 1 – Cuidado Animal:** Resgate, Acolhimento, Tratamento, Proteção, Castração, Promover Adoção.

Figura 2 – Nuvem de palavras: Cuidado Animal



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

- b) **Grupo 2 – Conscientização:** Combate ao abandono e Cuidados aos animais.

Figura 3 – Nuvem de palavras: Conscientização



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os participantes da pesquisa também foram questionados sobre quais são as principais preocupações e desafios que eles encontram na causa animal.

A maioria deles (14 pessoas) afirmou ser o aumento do abandono de animais. Além disso, 12 pessoas apontaram a dificuldade em encontrar lares adotivos responsáveis. Em seguida, 11 pessoas mencionaram a crueldade e abuso animal como uma preocupação significativa. Também foram mencionadas a falta de informação da população sobre cuidados básicos e responsabilidade com animais, bem como a falta de conscientização sobre a importância da esterilização/castração, alegadas por 10 pessoas.

Outros tópicos mencionados incluem a falta de apoio governamental, com seis pessoas ressaltando essa preocupação, além do preconceito com animais sem raça definida, que também foi citado por seis pessoas. Cinco pessoas destacaram as dificuldades em lidar com denúncias, enquanto três apontaram problemas de saúde pública relacionados aos animais de rua.

Em relação às principais preocupações e desafios enfrentados atualmente na captação de recursos financeiros, a “dificuldade em obter apoio financeiro de empresas ou instituições” foi mencionada por dez pessoas. A “falta de uma renda fixa mensal” e do “apoio governamental” foram citados por nove pessoas cada. Cinco pessoas indicaram a dependência de doações individuais e as dificuldades em manter doadores engajados e motivados. De modo geral, observa-se que dentre os desafios enfrentados, alguns poderiam ser aliviados com o projeto, principalmente a falta de renda fixa mensal, a dependência de doações individuais e as dificuldades em manter os doadores engajados e motivados.

Além disso, sete pessoas mencionaram desafios em desenvolver campanhas de arrecadação de fundos eficazes. A concorrência com outras causas sociais por recursos financeiros foi citada por três pessoas, e a resistência em abordar potenciais doadores ou patrocinadores por uma pessoa.

Por fim, ao serem questionados se sentem falta de algum produto que possa ter a renda revertida à causa animal, como alternativa a rifas, sorteios, adesivos e canecas, 14 pessoas afirmaram que “Sim”, enquanto apenas 1 pessoa afirmou que “Não”. A pessoa que afirmou “Não”, entretanto, mostrou preocupação com a renda em outras respostas, citando a dependência de doações individuais.

Na segunda parte da pesquisa, foram realizadas perguntas mais direcionadas ao livro em si. Inicialmente, foi questionado aos participantes como eles avaliam o potencial do livro para arrecadar fundos para ONGs/Iniciativas. 1 pessoa afirmou ser “Muito Alto”, 10 pessoas afirmaram ser “Alto” e 4 pessoas afirmaram ser “Médio”. Nenhum dos entrevistados afirmou ser “Baixo” ou “Muito baixo”, trazendo uma visão positiva sobre a margem de impacto do livro.

Em relação à faixa de preço do livro, as respostas foram muito diversas. Enquanto 1 pessoa afirmou ser uma boa faixa de preço valores entre R\$6,00 a R\$10,00, outras 2 pessoas chegaram a afirmar que uma boa faixa de preço seria acima de R\$35,00. A faixa de preço mais citada, por 5 pessoas no total, foi de R\$16,00 a R\$20,00. Realizando uma média entre os valores apresentados e levando em consideração a porcentagem de entrevistados que consideraram uma boa faixa de preço, obteve-se o valor médio de R\$18,75, levando em consideração o seguinte cálculo:

$$(3 \times 6,7\%) + (8 \times 6,7\%) + (13 \times 20\%) + (18 \times 33,3\%) + (23 \times 6,7\%) + (28 \times 6,7\%)$$

$$\text{Total} = 2249,7$$

$$\text{Preço Médio: } \frac{2249,7}{120} \approx 18,75$$

$$120$$

Apesar de R\$18,75 ser um valor obtido como média matemática, ao decidir orçamento final do livro é importante também levar em consideração que apesar de que um valor mais acessível possa representar um maior volume de vendas, pode acabar dificultando na liberdade de criar um produto gráfico mais elaborado e que atraia o público com maior eficiência. Aqui nota-se, portanto, uma necessidade de levar em consideração esse valor médio obtido, porém investigar um pouco mais em relação ao orçamento nas pesquisas e entrevistas posteriores desse projeto.

Os participantes também foram questionados sobre possíveis pontos de venda para o livro. A maioria sugeriu feiras de adoção de animais, pontos de venda *online* e eventos de conscientização animal. 11 pessoas também sugeriram clínicas veterinárias e petshops. Outros pontos sugeridos por 5 pessoas foram cafeterias, livrarias locais e abrigo de animais. Um dos participantes também citou pontos onde tenha bastante circulação, como farmácias e padarias, em busca de conquistar um novo público.

No que diz respeito aos possíveis financiadores do livro, foram citadas principalmente marcas de produtos para animais de estimação, mencionadas por 11 pessoas, e empresas interessadas em apoiar a causa animal, mencionadas por 10 pessoas. Além disso, foram mencionados doadores, sugeridos por 9 pessoas, o governo municipal, apontado por 7 pessoas, o local ou empresa onde o livro será vendido, mencionado por 5 pessoas, e a própria ONG ou iniciativa pró-animais, citada por 2 pessoas. Além disso, estuda-se a possibilidade de destinar no livro um espaço para inserir os logotipos de apoiadores e patrocinadores, a fim de poder oferecer uma forma de divulgação em troca da participação do projeto.

Quando questionados sobre as preocupações em relação à logística e distribuição do livro, os participantes destacaram alguns pontos importantes. Um deles mencionou o custo do transporte, enquanto outro apontou a importância de uma exposição adequada do livro para atrair a atenção das pessoas. Segundo esse participante, se o livro estiver apenas em cima do balcão, corre o risco de ser coberto por outros itens e acabar sendo esquecido. Levando essa questão em consideração, é possível propor para esse projeto o desenvolvimento de um display para expor o livro. Além disso, houve menção à preocupação com os leitores do nordeste, com a observação de que o acesso a esse tipo de material é frequentemente difícil na região. Foi sugerida também a disponibilização de uma versão online do livro como uma possível solução, ou então a venda online do livro, que aqui é proposto como um desdobramento pós-projetual. Nesse primeiro momento, o livro será focado nas regiões Sul e Sudeste, pois são nessas regiões que a autora possui maior contato com ONGs a fim de tirar o projeto do papel, também em um período pós-projetual.

A última questão do formulário tratava sobre se o participante gostaria de receber mais informações sobre o resultado do livro, depois que o projeto for concluído, a fim de utilizá-lo para benefício da ONG/Iniciativa a qual participava. 100% deles disseram que “Sim”, o que indica uma boa receptividade e interesse por parte deles em relação ao projeto.

3.1.2. Primeira definição do problema

De acordo com a pesquisa conduzida até então, há uma confirmação da problemática abordada desde a introdução do projeto, de que as ONGs da causa animal no Brasil enfrentam dois desafios principais que dificultam sua operação e impactam negativamente suas atividades: a dificuldade financeira e a falta de conscientização da população sobre a causa animal. A dificuldade financeira se manifesta principalmente na ausência de uma renda fixa e estável, fazendo com que as ONGs dependam de doações espontâneas e/ou esporádicas. Segundo a

pesquisa realizada, muitos participantes mencionaram a dificuldade em obter apoio financeiro de empresas ou instituições, além da falta de um fluxo de renda constante. Isso é corroborado por Jesus (2023), que, como citado anteriormente, destaca que as formas mais comuns de arrecadação incluem doações, apadrinhamento e a venda de itens recicláveis, atividades que muitas vezes não garantem a sustentabilidade financeira necessária para atender a demanda crescente de animais resgatados.

A segunda problemática, a falta de conscientização da população, afeta diretamente a missão educativa das ONGs que visam combater o abandono e promover cuidados adequados aos animais. Como exemplo, a ausência de conhecimento sobre a importância da castração ou esterilização e dos cuidados básicos com os animais pode contribuir para o aumento do abandono e dos maus-tratos. A pesquisa realizada com as ONGs reforça essa visão, revelando que alguns dos principais desafios enfrentados por essas organizações incluem tanto a falta de informação da população sobre cuidados básicos e responsabilidade com animais e a falta de conscientização sobre a importância da esterilização/castração, quanto o aumento do abandono de animais e da crueldade e abuso animal.

3.2. Coleta de informações

De acordo com Frascara (2004), esta etapa do projeto busca juntar informações sobre o cliente, o produto, os concorrentes (se existir) e sobre o público. Ele ainda comenta que uma importante fonte de informação para o designer é o público, citando:

Para obter informações do público, o designer pode usar observações, grupos focais e entrevistas, para os quais existem métodos sofisticados desenvolvidos na antropologia, marketing, psicologia e sociologia. (FRASCARA, 2004, p. 117).

Como neste projeto não há um cliente específico e nem concorrentes diretos, nesta etapa foram realizadas somente a análise de similares e uma pesquisa com o público alvo – buscando entender seu perfil e preferências em relação a este projeto. De acordo com o autor:

Análises do produto, de produtos semelhantes, de produtos concorrentes e das reações do público a eles e a novas propostas criam um mapeamento básico para a tarefa em questão. (FRASCARA, 2004, p.117).

Por fim, Frascara (2004) também cita a importância de saber o conteúdo do livro. De acordo com o autor, um livro não pode ser projetado sem conhecer seu conteúdo. Portanto, ficou estabelecida também nesta etapa a necessidade de definir o conteúdo do livro. No caso deste, o conteúdo foi escrito pela mesma autora desse projeto, que foi redigido logo após as pesquisas iniciais com as ONGs e com o público-alvo.

3.2.1. Público-alvo

O público-alvo deste projeto é bastante abrangente, englobando pessoas de diversas faixas etárias, desde crianças até adultos. Além da diversidade de idade, o projeto também visa alcançar pessoas de diferentes contextos socioeconômicos, níveis de escolaridade e todos os gêneros. Apesar de variado, o público-alvo tem como ponto comum a simpatia por animais.

Um público-alvo amplo é essencial para aumentar a conscientização sobre os cuidados com pets e promover o bem-estar animal, como identificado como necessário na pesquisa com as ONGs da causa animal. Além disso, alcançar um público diversificado contribui para o sucesso comercial do livro. Ao atrair uma variedade de pessoas, as chances de atingir metas econômicas e educacionais aumentam. Isso permite que o livro não só atinja e informe mais pessoas, mas também gere mais recursos para apoiar as ONGs dedicadas aos animais.

3.2.2. Pesquisa com público-alvo

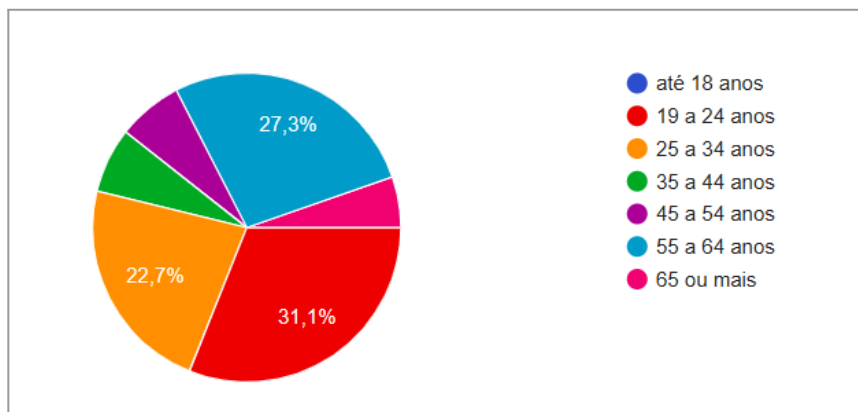
A pesquisa com o público-alvo foi realizada utilizando a plataforma Google Forms. O formulário ficou disponível por 24 dias – do dia 21/04/2024 ao dia 15/05/2024 – e recebeu um total de 132 respostas. O formulário online foi divulgado através de um *link*, que foi compartilhado através de redes sociais, principalmente Instagram e Whatsapp, passando por grupos e públicos não segmentados e diversos, que abrangem diversas idades, gêneros e classes socioeconômicas.

O formulário de pesquisa foi dividido em duas seções, que foram descritas no Apêndice A. A primeira seção teve como objetivo mapear o perfil dos entrevistados, proporcionando um contexto mais completo para a análise dos dados, sendo importante para entender as características demográficas e socioeconômicas dos participantes, permitindo uma interpretação mais precisa dos resultados.

Dos participantes, 71,2% se identificaram como gênero feminino, 25% como gênero masculino e 3,8% como não-binário.

Em relação à idade, os entrevistados se distribuíram da seguinte forma: 31,1% tinham entre 19 e 24 anos; 22,7% entre 25 e 34 anos; 6,8% entre 35 e 44 anos; 6,8% entre 45 e 54 anos; 27,3% entre 55 e 64 anos; e 5,3% tinham 65 anos ou mais. Essa diversidade etária é muito positiva para o projeto, pois garante que a análise seja mais representativa e fiel ao público-alvo.

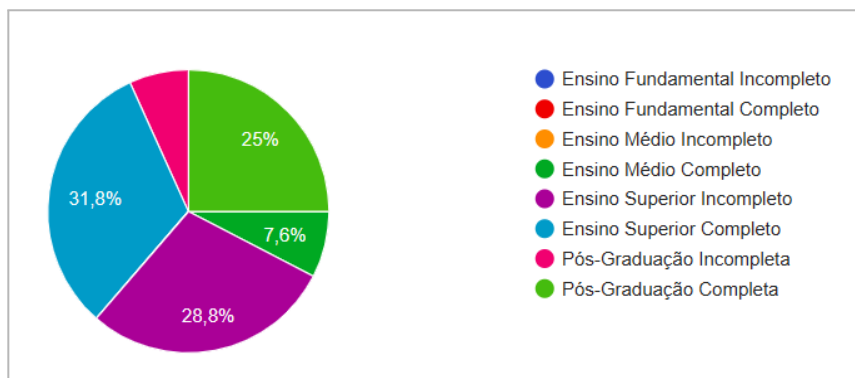
Figura 4 – Gráfico: Faixa etária dos entrevistados



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

O nível de escolaridade dos entrevistados também foi variado: 7,6% tinham ensino médio completo; 28,8% tinham ensino superior incompleto; 31,8% tinham ensino superior completo; 6,8% tinham pós-graduação incompleta; e 25% tinham pós-graduação completa. De forma geral, pode-se afirmar que a maioria dos participantes da pesquisa possui um nível de escolaridade acima do Ensino Superior Incompleto.

Figura 5 – Gráfico: Nível de escolaridade dos entrevistados

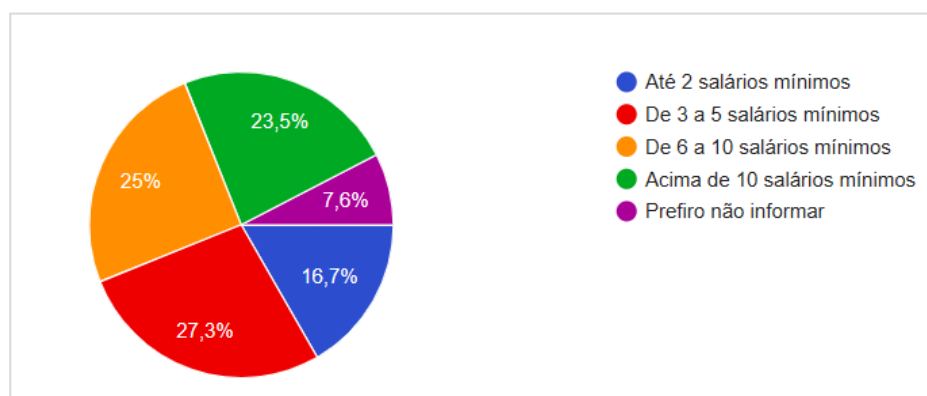


Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Quanto ao local de residência, 68,2% dos participantes residem em São Paulo; 22,7% em Santa Catarina; 4,5% em Minas Gerais; 1,5% no Rio Grande do Sul; 1,5% em outro país; 0,8% no Paraná; e 0,8% no Acre. Apesar de a maioria dos participantes se concentrarem em duas regiões (Santa Catarina e São Paulo), o fato de abranger bem duas regiões já traz uma visão um pouco mais ampla do que se a totalidade dos entrevistados fosse somente de um estado.

Em termos de renda familiar mensal, 16,7% dos entrevistados declararam ganhar até 2 salários mínimos; 27,3% entre 3 a 5 salários mínimos; 25% entre 6 a 10 salários mínimos; 23,5% acima de 10 salários mínimos; e 7,6% preferiram não informar. Aqui também se destaca uma boa abrangência de um público entrevistado de diversos contextos econômicos, sendo positivo para avaliação do público-alvo.

Figura 6 – Gráfico: Renda familiar mensal dos entrevistados



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Ao analisar os dados sócio-demográficos obtidos pela pesquisa, pode-se afirmar que a amostra representou um público bastante diverso, o que é ideal e muito positivo para este projeto, que visa descrever um público geral. Observando os gráficos apresentados anteriormente, é evidente a dificuldade de identificar características predominantes entre os entrevistados, exceto no caso do gênero, onde a maioria se identifica como “Feminino”, e do local de residência – onde a maioria relata ser habitante dos estados de São Paulo ou Santa Catarina.

Quando questionados sobre como se sentem em relação à causa animal e seu envolvimento em atividades de proteção animal, 6,8% afirmaram ser apaixonados pela causa e ativamente envolvidos; 18,2% se declararam solidários, fazendo doações ou participando de campanhas; 62,9% se consideraram conscientes, adotando práticas que respeitam os animais no dia a dia; 11,4% se disseram indiferentes, respeitando os direitos dos animais mas sem se envolver ativamente; e 0,8% mostraram desinteresse total. Este dado indica que a maioria dos entrevistados está consciente e aberta a adotar práticas em prol dos animais, o que sugere um público receptivo às mensagens de conscientização e apoio às ONGs, as quais também indicaram a falta de conscientização da população como uma problemática.

A segunda seção do formulário abordou diretamente o projeto do livro, contextualizando os entrevistados sobre a proposta antes de realizar as perguntas. Questionados se considerariam comprar um livro sobre animais de estimação que destinasse parte de suas vendas para ONGs de proteção animal, 57,6% dos entrevistados responderam “Sim”, 36,4% responderam “Talvez” e 6,1% responderam “Não”. Este resultado demonstra um forte interesse potencial na compra do livro, especialmente se ele for associado a uma causa beneficente.

Os principais motivos citados pelos entrevistados para comprar o livro incluíram: apoiar a causa animal por meio da compra de um produto solidário (73,5%); adquirir mais conhecimento sobre cuidados com animais (40,9%); ajudar a conscientizar as crianças da família sobre a importância dos cuidados com os animais (36,4%); presentear alguém (22,7%); e oferecer entretenimento para a família (6,8%). Esses motivos reforçam a importância de enfatizar o aspecto solidário do livro, além de garantir que ele contenha informações valiosas e educativas tanto para adultos quanto para crianças.

Quando perguntados sobre a faixa de preço justa para o livro, os resultados foram variados: 0,8% indicaram de R\$1,00 a R\$5,00; 7,6% de R\$6,00 a R\$10,00; 15,2% de R\$11,00 a R\$15,00; 19,7% de R\$16,00 a R\$20,00; 21,2% de R\$21,00 a R\$25,00; 18,2% de R\$26,00 a R\$30,00; 12,1% de R\$31,00 a R\$35,00; e 5,3% acima de R\$35,00. Observa-se, portanto, que a maioria dos participantes considera um valor justo estar acima de R\$16,00.

Sobre os pontos de venda considerados adequados para o livro, os entrevistados mencionaram pet shops (78%), feiras de adoção de animais (76,5%), clínicas veterinárias (73,5%), eventos de conscientização animal (72,7%), pontos de venda online (61,4%), livrarias locais (59,8%), abrigos de animais (59,8%) e cafeterias (38,6%). Outros locais citados (0,8%) incluíram supermercados, farmácias, stands de venda popular, universidades e "locais onde circulam pessoas não engajadas na causa, como, por exemplo, gôndolas de produtos afins em supermercados". Esses dados sugerem que os pontos de venda devem ser cuidadosamente selecionados para maximizar o alcance e a visibilidade do livro, especialmente em locais frequentados por amantes de animais. Aqui, vale ressaltar que além dos pontos de venda físicos, os livros também poderão ser vendidos de forma online.

Por fim, os entrevistados foram questionados sobre os aspectos que consideram importantes para que o livro seja atrativo e útil tanto para crianças quanto para adultos. As respostas foram: linguagem simples e fácil de entender (75,8%); conteúdo informativo acessível para todas as idades (72%); capa atrativa e visualmente impactante (56,6%); ilustrações coloridas (54,5%); e passatempos e atividades infantis (6,8%). Estes resultados indicam que o livro deve ser visualmente atraente e de fácil compreensão, com um design que desperte interesse tanto crianças quanto adultos, incorporando elementos informacionais para garantir seu sucesso.

3.2.3. Análise de Similares

Essa etapa é um componente importante em um projeto de design, sendo capaz de fornecer alguns pontos valiosos sobre o contexto, referências e abordagens existentes relacionados ao tema em questão. Aqui, serão explorados alguns similares encontrados que servirão como pontos de referência para o desenvolvimento do projeto.

Após a busca, foram encontrados dois similares diretos, e 2 similares indiretos — que mesmo não sendo diretamente relacionados ao projeto, oferecem elementos que podem enriquecer a compreensão do contexto e inspirar as abordagens a serem seguidas no projeto. Dos 4 produtos gráficos analisados, 1 digital é digital e os outros 3 são impressos

Os critérios de análise foram: Conteúdo e temática, ilustrações/imagens, público-alvo, preço, tipografia, paleta de cores, impressão, formato, número de páginas e distribuição.

a) Livro “Sorria”: Vitamina N (Editora Mol)

Figura 7 - Livro “Vitamina N”



Fonte: Editora MOL.

Com um total de 65 páginas, o livro “Vitamina N” tem, assim como esse projeto, o público familiar, tanto adulto como infantil, como público-alvo. Ele aborda como temática o bom convívio com a natureza, tratando inclusive de assuntos relacionados à pets. Além disso, ele traz diversas atividades para crianças, como ilustrações para colorir, caça-palavras, jogo dos 7 erros, entre outros.

Apesar de ser identificado pela própria editora como um Livro, vale ressaltar que trata-se de uma publicação periódica e mensal, e que segue um padrão gráfico também em suas outras edições.

Analisando a parte gráfica do livro, nota-se uma tipografia display⁴ descontraída e decorativa (FONTOURA e FUKUSHIMA, 2012), que traz um visual mais lúdico à publicação. A fonte para o corpo de texto da publicação é uma sem serifa e de ótima legibilidade.

O livro possui amplo uso de cores, com a paleta envolvendo mais de 8 cores principais. Ilustrações também são muito utilizadas, sendo encontradas em todas as páginas, o que pode ser muito cativante aos olhos do público – principalmente o infantil.

Figura 8 – Detalhes do livro “Vitamina N”



Fonte: Editora MOL; Elaborado pela autora (2024).

Em algumas páginas, a diagramação segue um diagrama de 4 colunas. Em outras, a diagramação é mais livre e não segue um padrão específico, mas respeita os espaços livres das ilustrações. É possível também notar o uso recorrente de boxes para criar uma maior hierarquia e separação das informações e/ou obter destaque. Também em relação ao display, nota-se que o texto é distribuído sempre em tópicos com numerações, tópicos ou subtítulos que os acompanhem de forma a resumir o conteúdo que será encontrado no parágrafo. Isso é muito positivo, pois traz uma leitura mais fluída e menos cansativa.

⁴ Segundo Kane (2011), os tipos de fontes utilizados em tamanhos entre 6 e 12 pt são destinados ao corpo do texto, enquanto os tipos exibidos acima de 18 pt, voltados para títulos ou destaques, são conhecidos como tipos "display".

Ele tem formato inferior ao A5, possuindo medidas aproximadas de 19,1 x 13,4 cm e o papel utilizado na capa possui gramatura superior ao miolo do livro, oferecendo mais resistência.

A sua distribuição é realizada de uma forma similar à proposta do projeto. No caso do “Vitamina N”, os livros são disponibilizados para a venda por R\$6,90 exclusivamente nas farmácias das redes Droga Raia e Drogasil. O leitor, ao comprar o livro, gera uma doação (R\$2,76 do valor do livro) para as ONGs apoiadas pelo livro, que são mais de 23.

Um outro ponto interessante que foi observado é que a última página do livro é destinada para explicar para o leitor para onde vai a doação dele e como ela funciona, como mostrado a seguir.

Figura 9 – Detalhes do livro “Vitamina N”

Para onde vai seu dinheiro?

Confira o destino do valor que você pagou ao comprar este exemplar

R\$ 6,90
É O VALOR QUE VOCÊ PAGA POR ESTE LIVRO

R\$ 2,76 são a doação.

R\$ 0,48 paga os impostos.

R\$ 3,66 cobrem os custos de produção e operação.

Ja doamos mais de R\$ 50 milhões, e a doação referente a este livro pode chegar a mais de R\$ 1,5 milhão!

VOCÊ TAMBÉM APOIA O MEIO AMBIENTE E A CULTURA DE DOAÇÃO!

Do valor total arrecadado para a doação, 90% vão para as ONGs de saúde listadas ao lado e 10% são divididos igualmente entre duas outras organizações sociais: a SOS Mata Atlântica, que neutraliza as emissões geradas pela produção deste livro por meio do plantio de árvores, e o Instituto MOL, que apoia a cultura de doação por um Brasil mais generoso.

Confira o tira-dúvidas completo sobre a prestação de contas:

OS REPASSES AS ONGS SÃO AUDITADOS PELA: **vacc**

Estas são as ONGs apoiadas POR ESTE LIVRO!

REGIÃO CENTRO-OESTE

- AMA** ASSOCIAÇÃO DOS PAIS E AMIGOS DOS AUTISTAS: Apoio a crianças autistas e suas famílias, em Sinop (MT). amaainop.com.br
- ABRACE** Associação social às famílias (de crianças e adolescentes) com câncer e hemopatias do Distrito Federal, entomo o de outros estados. abrace.com.br
- HUMANA** ASSOCIAÇÃO HUMANA POVO PARA POVO BRASIL: Ajuda pessoas e comunidades no desenvolvimento social e sustentável. humanabrasil.org

REGIÃO SUDESTE

- GRAACC** Hospital referência no tratamento dos casos mais complexos do câncer infantil/juvenil em São Paulo, com altas taxas de cura. graacc.org.br
- OBRA DO BERÇO** Ajuda crianças, adolescentes, jovens e suas famílias em situação de risco, em São Paulo. obradoberco.org.br
- TURMA DO BEM** Maior ONG de saúde bucal do mundo, tem sede em São Paulo. turmadobem.org.br
- DARÁ** Com sede no Rio de Janeiro, atua no combate à pobreza e na promoção de saúde e de desenvolvimento humano. dara.org.br
- ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA MONTE AZUL** Atua por meio de programas de saúde, educação e cultura na zona sul de São Paulo. monteazul.org.br
- HOSPITAL SÃO FRANCISCO DE ASSIS** Atendimento humanizado em oncologia no Vale do Paraíba, interior do São Paulo. hospitalsaofrancisco.org.br
- ASSOCIAÇÃO DE REABILITAÇÃO INFANTIL LIMEIRENSE** Saúde, educação e assistência social para pessoas com deficiência intelectual e/ou física associada, em Limeira (SP). aril.org.br

REGIÃO NORDESTE

- ASSOCIAÇÃO MULHERES DE PEITO** Atende mulheres diagnosticadas com câncer de mama com quadro clínico sugestivo da doença, em Campina Grande (PB). facebook.com/projetomulheresdepeito
- HOSPITAL MARTIAGO GESTIRA** Tratamento de crianças e adolescentes com focos nas especialidades de alta complexidade, como oncologia, neurologia e cardiologia, em Salvador. martiagogestira.org.br

REGIÃO SUL

- FUNDAÇÃO PRO-RIM** Referência nacional no tratamento de doenças raras, com sede em Santa Catarina e no Tocantins. provim.org.br
- HOSPITAL ANGELINA CARON** Atendimento em todas as especialidades médicas para pacientes do SUS, em Campina Grande do Sul (PB). hospitalangelinacaron.org.br
- RENOVATIO** Promove acesso à saúde visual de qualidade para aqueles que mais precisam, com sede em Maringá (PR) e atuação em todo o Brasil. renovatio.org.br

REGIÃO NOROCCIDENTAL

- CENTRO DE REABILITAÇÃO IPACABANA** Atende crianças, adolescentes e adultos com deficiência física, intelectual e múltipla, no interior de São Paulo. crp.org.br
- ASPEC (ASSOCIAÇÃO PELA SAÚDE EMOCIONAL)** Promove saúde mental e emocional para pessoas de todas as faixas etárias, em todo o país. aspecbrasil.org.br
- APAE DE IRUPI** Atende pessoas de 0 a 65 anos com deficiência intelectual e/ou múltipla em Irupui (ES). apaees.org.br/irupi
- GRUPO DE APOIO AOS PORTADORES DE CÂNCER DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM** Atendimento e apoio a pessoas com câncer e suas famílias, em Cachoeiro de Itapemirim (ES). casadeapoiocancer.org.br
- ASSOCIAÇÃO MINEIRA DE REABILITAÇÃO** Inclusão social de crianças e adolescentes com deficiência física por meio da reabilitação neuromotora, em Belo Horizonte. amr.org.br
- CENRO DE ATENDIMENTO E INCLUSÃO SOCIAL** Atendimento multidisciplinar e pessoas com deficiência intelectual e autismo, em Contagem (MG). cais.org.br

REGIÃO NOROCCIDENTAL

- SE você comprou o livro na Droga Raia, sua doação vai para as ONGs marcadas de verde.**
- SE você comprou na Drogasil, você apoia as instituições identificadas em vermelho.**

VEJA MAIS SOBRE AS ONGS!

Fonte: Editora MOL; Elaborado pela autora (2024).

b) Livro: “Amor de pet cura tudo” (Editora Mol)

Figura 10 – Livro “Amor de pet cura tudo”



Fonte: Editora MOL.

O livro apresenta uma coleção de 30 cartões com frases de apoio emocional que “celebram os benefícios da convivência entre humanos e animais”. Cada página contém um cartão destacável, acompanhado de um texto informativo ou curiosidades sobre pets no verso. Além disso, há um espaço destinado ao preenchimento de mensagens, tornando-os ideais para serem presenteáveis.

A partir da análise gráfica do livro, nota-se o uso abundante de cores em todas as páginas e a escolha de uma fonte display linear grotesca, e uma fonte de corpo de texto sem serifa e de ótima legibilidade. As ilustrações seguem todas o mesmo estilo e estão presentes em todos os cartões.

O livro foi impresso em papel feito com material de florestas manejadas e de outras fontes controladas, com tinta produzida com matérias-primas renováveis e pode ser reciclado, sendo classificado como um livro sustentável. A capa e miolo possuem gramatura igual e espessa.

Em relação a sua distribuição, ela segue uma esquemática similar ao livro “Vitamina N”, apresentado anteriormente. Desta vez, o livro é vendido exclusivamente em lojas da rede Petz, e o leitor, ao realizar a compra do livro pelo valor de R\$11,90, gera uma doação para ONGs apoiadas.

c) Revista de atividades “Miau, miau, cada gato no seu quintal” (Editora Lafonte)

Figura 11 – Livro “Miau, miau, cada gato no seu quintal”



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A revista faz parte da coleção “Passatempos Brincar & Aprender”, sendo voltada para o público infantil e tendo como conteúdo atividades e passatempos para crianças, como “Ligue os pontos”, “Detetive”, “Quebra-cabeça” e “Vamos desenhar?”.

Em uma análise gráfica, nota-se que a revista é bem colorida e possui ilustrações em todas as páginas. A tipografia escolhida para o layout é descontraída e lúdica. Para o corpo de texto, foi selecionada uma fonte sem serifa de estilo humanista, com proporções amplas e abertas, que remete ao estilo amplamente utilizado em *comic books*. A revista possui pouco texto, que é sempre apresentado em caixa-alta, provavelmente por conta do seu público infantil. O papel utilizado na capa é o mesmo do miolo e possui pouca gramatura, tornando-se muito frágil para a manipulação, principalmente a infantil.

Figura 12 – Detalhes da revista “Miau, miau, cada gato no seu quintal”



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A revista possui 14 páginas, medidas de 27,8 x 20,5cm, e é comercializada em bancas de revista por R\$4,90. Um ponto interessante é que o valor está impresso na revista, facilitando a padronização da sua venda. Ela não possui o intuito de apoiar ONGs.

d) *E-book*: Guia para pais de pets de primeira viagem (Grupo Hospitalar Pet Support)

Figura 13 – Detalhes do *E-book* “Guia para pais de pets de primeira viagem”



Fonte: Grupo Hospitalar Pet Support.

O *e-book* oferecido de forma gratuita pelo Grupo Hospitalar Pet Support (Disponível em: www.materiais.petsupport.com.br/e-book-5-guia-pais-de-pets-de-primeira-viagem) tem como objetivo funcionar como guia para tutores de pets sobre cuidados básicos. Alguns dos conteúdos abordados no livro são: Preparando a casa, higiene, prevenção e dicas de comportamento.

Ao analisar a parte gráfico-visual do livro, nota-se que a paleta de cores segue o azul como cor principal e o amarelo como cor de destaque em algumas ocasiões. Em relação à tipografia, foi utilizada a fonte Museo 700, uma fonte slab serif, caracterizada por serifas quadradas e proeminentes, conferindo uma aparência sólida e estável à tipografia, o que pode ser positivo para uma leitura fácil de textos mais extensos. A mesma fonte foi utilizada para diversos contextos, como títulos e corpo de texto. Em relação a diagramação, seguiu-se um layout de uma coluna e texto alinhado justificado à esquerda.

Em algumas páginas, há o uso de ilustrações, mas são encontradas mais facilmente fotografias ilustrativas ao decorrer do livro. Há também o uso em algumas páginas de infográficos para apresentar o conteúdo de forma mais informativa. A mesma preocupação com a questão informativa pode ser notada no uso de tópicos.

Figura 14 – Detalhes do E-book “Guia para pais de pets de primeira viagem”

Torne esse momento prazeroso para o cão ou gato. Uma recompensa como reforço positivo é sempre bem-vinda.


Uma vez acostumado com o creme dental veterinário, o tutor pode introduzir a escova de dentes. Ela pode ser veterinária, com ângulos próprios, mas também é possível utilizar escovas de dentes de crianças, bem macias.

É importante lembrar que, ao cuidar dos dentes de cães e gatos, os tutores **não devem utilizar produtos humanos**, como as pastas de dentes ou enxaguantes bucais.

[Clique aqui e baixe o nosso e-book exclusivo sobre como higienizar os dentes do PET.](#)

! IMPORTANTANTE: em caso de dúvida ou dificuldade, [entre em contato](#) com o Grupo Hospitalar Pet Support e consulte o médico veterinário especializado em odontologia.

[Clique aqui e conheça o Programa de Saúde Oral do Grupo Hospitalar Pet Support](#)




Aqui, você vai encontrar um **guia para pais de pets de primeira viagem**. São informações essenciais para você começar a vida de tutor com mais segurança, saúde e alegria.

Lembre-se, no entanto, que as informações contidas neste material não substituem as orientações do seu médico veterinário.

Em caso de dúvidas, [entre em contato conosco!](#)


Parabéns novamente e ótima leitura!



Os outros 95% das pulgas, geralmente as formas mais jovens, tendem a estar espalhados pelo ambiente.

Já os carrapatos costumam ter um tempo de repasto sanguíneo maior, e são mais fáceis de enxergar.

Por isso, além dos cuidados com o pet em si, os tutores devem buscar junto aos médicos veterinários orientações sobre como realizar o controle físico e químico ambiental. Caso contrário, mesmo com o uso de coleiras, sprays, pipetas ou comprimidos, a infestação pode permanecer e continuar colocando em risco a saúde de toda a família.



27 | Guia para pais de pets de primeira viagem

Fonte: Grupo Hospitalar Pet Support.

3.3. Segunda definição do problema

Nesta etapa, os dados obtidos anteriormente foram comparados, organizados e analisados, trazendo uma visão mais ampla e fundamentada sobre o projeto, seu contexto e o problema em questão. A pesquisa com o público-alvo mostrou um interesse considerável na aquisição de um livro sobre animais de estimação que destinasse parte de suas vendas para ONGs de proteção animal. Além disso, a análise de similares possibilitou algumas percepções sobre abordagens gráficas adequadas, formatos de distribuição e estratégias de engajamento com o público.

Os resultados da pesquisa revelaram que a maioria dos entrevistados possui um nível de escolaridade acima do Ensino Superior Incompleto e está consciente sobre a importância da causa animal. No entanto, apesar desse interesse, as ONGs de proteção animal enfrentam dificuldades financeiras significativas, refletidas na diminuição do acolhimento de animais e na sobrecarga operacional decorrente da falta de apoio público.

Observou-se também a relevância de estratégias de distribuição que envolvam pontos de venda frequentados por pessoas que simpatizam com os animais, como pet shops, clínicas veterinárias e feiras de adoção, além da transparência na comunicação sobre o destino das doações geradas pela compra do livro.

Já com base na análise dos similares, foi possível identificar algumas questões a serem levadas em consideração durante o desenvolvimento do projeto, tanto de pontos a serem evitados ou até mesmo pontos a serem avaliados como requisitos.

Para criar um produto gráfico que atraia o público-alvo, é essencial adotar uma paleta de cores diversificada e vibrante, além de utilizar ilustrações que mantenham uma estética consistente, garantindo coerência visual. A escolha por evitar o uso de fotos ou imagens ilustradas é interessante para evitar conflitos visuais com as ilustrações. Deve-se, ainda, evitar paletas monocromáticas ou com pouco contraste, buscando maior dinamismo visual.

Em relação a tipografia, vê-se a necessidade de utilizar em títulos e destaques uma fonte que tenha caráter lúdico e decorativo (FONTOURA e FUKUSHIMA, 2012), a fim de obter uma harmonia visual que agregue valor em aplicações com a paleta de cores e ilustrações. A fonte utilizada no corpo de texto deve respeitar as diretrizes de legibilidade e colaborar para uma leitura fluida e de fácil entendimento dos caracteres. Além disso, o ideal é evitar o uso de fontes serifadas. Apesar da serifa propiciar melhor leitura ao auxiliar no agrupamento das letras das palavras, formando blocos coesos (CASTRO e PERASSI, 2018), nesse caso ela pode trazer um caráter mais sério e formal ao livro, o que entra em conflito com a proposta do projeto.

A preocupação com a questão informativa também é muito válida no contexto do projeto, podendo ser utilizados recursos como infográficos, ícones e/ou mapas mentais. Além disso, outro ponto importante é buscar seguir uma hierarquia de informação e optar pelo uso de textos curtos ou com parágrafos curtos, segmentados e/ou separados por tópicos, a fim de obter uma leitura menos cansativa.

Em relação ao formato do livro, vê-se como mais interessante optar por um formato mais compacto, para obter maior portabilidade, economia de espaço, baratear o custo de produção e também facilitar a distribuição. Quanto a diagramação, vê-se maior vantagem em aderir uma disposição de 4 colunas por spread a fim de conseguir inserir uma boa quantidade de conteúdo sem sobrecarregar a página.

Sobre a comercialização e distribuição, é importante que o preço sugerido seja impresso no livro, garantindo padronização e transparência nas vendas. Deve-se dedicar uma página (na capa) explicando claramente como funcionará o fluxo de doações, detalhando o valor pago pelo leitor e a porcentagem destinada ao custo de produção, doações e eventuais taxas.

Ainda sobre a definição das páginas, vale destacar aqui a estruturação do livro em relação aos seus capítulos e conteúdos. Ele será dividido em dois capítulos: o primeiro abordará *Cuidados Gerais* e o segundo tratará de *Responsabilidade*. A distribuição detalhada do conteúdo de cada capítulo está apresentada na Figura X, a seguir:

Figura 15 – Estrutura do conteúdo do livro



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Diante do cenário identificado, portanto, o problema central a ser abordado neste projeto consiste na necessidade de desenvolver um produto gráfico que, além de fornecer informações úteis e educativas sobre cuidados com animais de estimação e apoiar financeiramente as ONGs de proteção animal por meio de sua comercialização, leve em consideração os aspectos indicados pelas pesquisas conduzidas com as ONGs e com o público-alvo, juntamente com os pontos levantados ao analisar os produtos similares.

PARTE 2 - Constituição

3.4. Definição de Objetivos

Nesta Etapa 4 do projeto, foram retomados os objetivos centrais com base nos dados e análises obtidos nas fases anteriores. A definição dos objetivos inclui a determinação dos canais de comunicação para distribuir o produto ao público-alvo, assim como a formulação de argumentos que assegurem uma comunicação cognitiva e afetiva eficaz. Além disso, foram abordados alguns aspectos mais formais para garantir que o livro atinja seus objetivos perceptuais e estéticos.

Foram definidos três conceitos-chave, que nortearam a elaboração de quatro painéis semânticos, oferecendo uma visão abrangente dos valores e características que o livro deve incorporar. Adicionalmente, foi utilizada a ferramenta de Diretrizes e Requisitos do projeto, delineando com uma maior precisão os próximos passos a serem seguidos a fim de atingir os objetivos definidos por esse projeto.

3.4.1. Conceitos

A fim de melhor guiar o desenvolvimento deste projeto, foram estabelecidos três conceitos-chave: Amigável, Didático e Responsável.

O conceito de **Amigável** se refere à necessidade de criar um livro acessível e atrativo para o público-alvo proposto, que inclui tanto adultos quanto crianças. Esse conceito ressalta a importância de atrair o público visualmente, convidando-o para se interessar na compra do livro. Além disso, o conceito **Amigável** também se relaciona e reflete com a temática do livro, que busca trazer mensagens sobre cuidado, empatia e compaixão.

Já o conceito **Didático** está centrado na função educativa do livro: este aspecto é essencial para promover a conscientização, de forma eficiente, sobre a importância da temática abordada no livro. O conceito **Didático** nesse projeto está estabelecido de acordo com a sua definição pelo dicionário Oxford Language (que proporciona instrução e informação, assim como prazer e divertimento), que condiz justamente à proposta deste livro, que busca instruir de forma leve, casual e divertida. A motivação por trás deste conceito é a crença de que a educação é uma ferramenta chave deste projeto, que busca contribuir para transformar atitudes e comportamentos, contribuindo para a conscientização da população sobre cuidados e também para a redução do abandono e dos maus-tratos aos animais.

Por fim, o conceito **Responsável** reflete o compromisso ético e social do projeto. Este conceito engloba tanto a responsabilidade no tratamento dos temas abordados quanto a responsabilidade em relação aos objetivos sociais do projeto. O livro não apenas informa, mas também promove ações concretas, como o apoio financeiro às ONGs da causa animal. A importância desse conceito é trazer um pilar de seriedade e compromisso para com o projeto e a convicção de que projetos de design podem ter um impacto positivo na sociedade, contribuindo para causas relevantes e promovendo mudanças reais e significativas.

3.4.2. Estudo preliminar de implementação

Apesar da viabilidade de produção e comercialização do livro ter sido planejada para uma fase pós-projetual, foi feito um estudo preliminar de implementação a fim de estabelecer parâmetros para se basear nessa fase seguinte ao projeto.

Em um primeiro momento, o ideal é priorizar uma distribuição local, em termos de parcerias (por exemplo, ONGs formando parcerias com Pet Shops da mesma cidade). Além de Pet shops, através das pesquisas realizadas para este projeto, outros locais também foram estabelecidos como potenciais parceiros, como Clínicas Veterinárias, Livrarias e Cafeterias. As ONGs também podem optar por, em vez de formar parcerias, vender o livro de forma independente em eventos que elas próprias organizam, como feiras de adoção.

Em relação ao pagamento para a confecção e produção dos livros, este poderá ser realizado em forma de patrocínio. Os patrocinadores podem ser doadores independentes, órgãos municipais, laboratórios, empresas diversas interessadas em apoiar a causa animal, supermercados, marcas de produtos para animais, entre outros. Cada um dos patrocinadores receberia, como “troca” pelo seu patrocínio, algumas páginas no livro para divulgação de seu serviço ou produto, além de um espaço reservado na capa e contracapa para seu logotipo ser destacado, configurando uma divulgação para sua marca e também reconhecimento pelo ato.

É fundamental selecionar fornecedores especializados em impressão de livros, assegurando a qualidade e o custo-benefício, e a definição da tiragem inicial deve basear-se em estimativas de demanda e custo unitário. A ideia é produzir a maior quantidade de livros com o orçamento que foi destinado para isso, uma vez que a impressão em maior tiragem pode ser mais barata.

O armazenamento dos livros impressos exigirá um espaço adequado, com condições ambientais que preservem a qualidade do papel e segurança contra danos e perdas. Na

dinâmica inicial de distribuição local, esse espaço poderá ser no próprio estabelecimento parceiro da ONG. Vale ressaltar que a implementação de um sistema de gestão de inventário é essencial para monitorar a quantidade de livros em estoque e facilitar a reposição.

Para promover o livro, campanhas de publicidade podem ser desenvolvidas, a fim de divulgar o livro e trazer destaque tanto para a ONG quanto para o estabelecimento parceiro, que fomentam então uma parceria de ganho mútuo, uma vez que a ONG vai receber parte das doações e o estabelecimento parceiro pode ser divulgado no livro, em um espaço designado para tal. Os patrocinadores também podem participar do processo de divulgação.

Uma alternativa para facilitar a autonomia das ONGs e/ou marcas parceiras é a venda online. Para essa modalidade, as ONGs locais poderão utilizar plataformas de *e-commerce*, bem como seus próprios sites, para vender o livro ao público. Para as vendas nos pontos físicos de parceiros, estas podem ser encaminhadas diretamente para um meio de pagamento próprio da ONG a ser beneficiada, a fim de evitar o repasse de dinheiro.

Para a futura implementação deste livro, a adoção de uma licença Creative Commons (CC) também é essencial, pois permite o compartilhamento por terceiros — como ONGs, parceiros responsáveis pela impressão e comercialização do livro —, garantindo ao mesmo tempo a proteção do conteúdo. Após análise das opções oferecidas pela CC, concluiu-se que a licença mais adequada para este projeto é a **CC BY-ND 4.0 Attribution-NoDerivatives 4.0 International** (Disponível em: <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>). Essa licença permite que terceiros compartilhem o material em qualquer meio ou formato, inclusive comercialmente, desde que respeitem os seguintes termos:

- **Atribuição** — O usuário deve dar o devido crédito, fornecer um link para a licença e indicar se alterações foram feitas. Isso pode ser feito de forma razoável, mas sem sugerir que o licenciador apoia o usuário ou o uso que este faz do material.
- **Vedada a Criação de Derivados** — Se o usuário remixar, transformar ou criar algo a partir do material, não poderá distribuir o material modificado.

Ressalta-se que apenas os interessados na comercialização do livro, conforme a proposta deste projeto, terão acesso ao arquivo final e fechado em alta resolução, incluindo páginas personalizadas de acordo com a ONG beneficiada e espaços ajustados para patrocinadores e parceiros específicos de cada caso.

3.4.3. Painéis Semânticos

De acordo com Baxter (2000), os produtos devem ser projetados para transmitir certos sentimentos e emoções, e isso pode ser obtido ao se construir diversos painéis de imagens visuais. De acordo com o autor, o procedimento de construção de painéis semânticos comporta três etapas: painel do estilo de vida, painel da expressão do produto e painel do tema visual. Além dos três painéis propostos pelo autor, foi realizado um painel adicional que representa uma síntese dos painéis e ilustra como o design se apresenta em relação aos conceitos estabelecidos para o projeto.

a) Painel do estilo de vida

O painel do estilo de vida, de acordo com Baxter (2000), procura traçar uma imagem do estilo de vida dos futuros consumidores do produto, refletindo valores pessoais e sociais. O autor também orienta que o simbolismo do produto deve explorar faixas de consumidores diferentes e levar em consideração mais de um público-alvo, a fim de evitar uma visão estreita de mercado.

Figura 16 – Painel do estilo de vida



Fonte: Elaborado pela autora (2024) com imagens de Pexels, Unsplash e Brasil com S.

O painel de estilo de vida desenvolvido para este projeto abrange um público de faixa etária variada que possui pets, gosta de animais e/ou tem interesse em apoiar a causa animal. A construção deste painel também considerou o hábito de leitura, o apreço por momentos de qualidade com a família e o interesse por doações a causas que apoiam.

b) Painel da expressão do produto

De acordo com Baxter (2000), a expressão para o produto deve ser uma síntese do estilo de vida dos consumidores, representando a emoção que o produto transmite ao primeiro olhar. Para o produto proposto nesse projeto, as emoções levadas em consideração foram: Aconchego, Tranquilidade, Empatia, Esperança, Descontração, Encantamento, Reflexão e Afetividade.

Figura 17 – Painel da expressão do produto

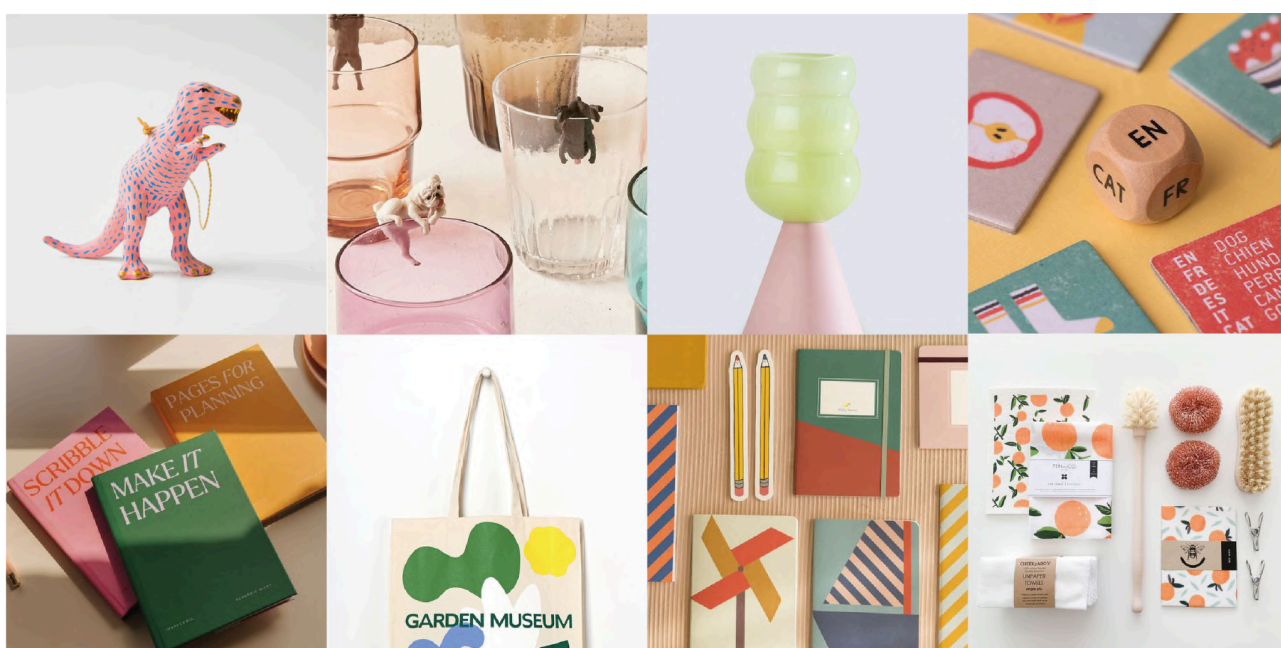


Fonte: Elaborado pela autora (2024) com imagens de Pexels e Unsplash.

c) Painel do tema visual

Por fim, Baxter (2000) propõe a junção de imagens de produtos que estejam de acordo com o espírito pretendido para o novo produto. Ele cita que os produtos podem ser dos mais variados tipos de funções e setores do mercado, permitindo uma visão mais ampla de estilos de produtos que foram bem sucedidos no passado. Para esse painel, foram levados em consideração produtos que trazem uma estética lúdica e amigável, transmitem responsabilidade e/ou remetem à didática.

Figura 18 – Painel do tema visual

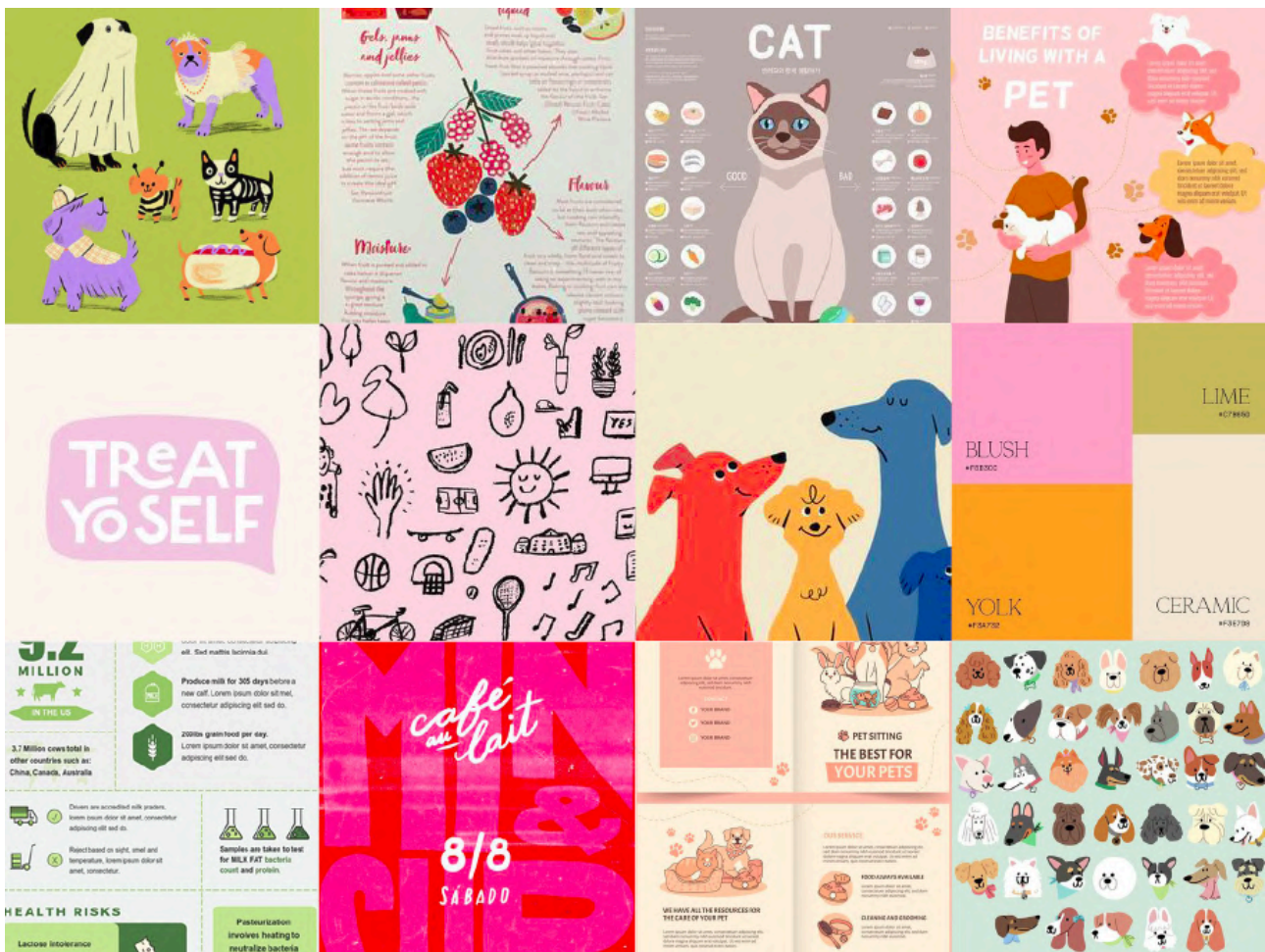


Fonte: Elaborado pela autora (2024) com imagens de Pexels, Londji, Kathy Geisel, Mini Moda, Yante, Urban Outfitters, Curiousa e Kinsfolk Shop.

d) Painel visual conceitual

Para ilustrar como os conceitos estabelecidos para o projeto podem ser traduzidos para a linguagem gráfica do design, foi elaborado um painel adicional, que foi construído levando em consideração os conceitos estabelecidos para o projeto: Amigável, Didático e Responsável.

Figura 19 – Painel visual conceitual (Amigável, Didático e Responsável)



Fonte: Freepik; Illustrationage; Debbie Powell; Your Social Team; Karla Cuahontes; Begin Studio; Chloe Choa; Visme; Elaborado pela autora (2024).

3.4.4. Diretrizes e Requisitos do projeto

De acordo com Pazmino (2015), o desenvolvimento eficaz de um produto depende da existência de especificações claras de projeto, que estabeleçam objetivos úteis e viáveis para atender às necessidades dos usuários e/ou consumidores. Nesse contexto, os requisitos de projeto funcionam como diretrizes que orientam o processo de desenvolvimento, assegurando que as metas definidas sejam alcançadas, traçando seus objetivos e a forma pela qual serão alcançadas.

Nesta etapa, os requisitos serão classificados de duas formas, como proposto por Pazmino (2015): Obrigatório ou Desejável. Os requisitos obrigatórios são aqueles que devem necessariamente ser atendidos no projeto e os desejáveis são aqueles que seria muito vantajoso se forem incorporados no projeto, porém não afetarão seu desenvolvimento eficaz se não forem atendidos.

No quadro proposto, cada requisito também será justificado em relação em qual etapa ele foi entendido como necessário para o projeto.

Quadro 1 - Diretrizes e Requisitos

Requisito	Objetivo	Classificação	Fonte
Tipografia Display	Fonte lúdica, decorativa e amigável, não tão infantilizada, não geométrica para evitar frieza e neutralidade	Obrigatório	Análise de Similares
Tipografia Corpo de Texto	Ótima legibilidade e amigável	Obrigatório	Análise de Similares
Ilustrações	Ilustrações amigáveis e esteticamente agradáveis que buscam trazer personalidade para o projeto	Obrigatório	Análise de Similares
Cores	Utilizar uma paleta de cores suaves e vibrantes que agradem tanto o público infantil como o adulto	Obrigatório	Análise de Similares e Pesquisa com Público-Alvo
Didático	Uso de ícones, tópicos e/ou infográficos	Obrigatório	Pesquisa com Público-Alvo
Material	Deve ser minimamente resistente pois haverá o manuseio por crianças para realização dos passatempos	Desejável	Análise de Similares
Tipo de encadernação	Deve possibilitar a abertura completa do livro, ser de fácil manuseio e não encarecer tanto o produto.	Desejável	Análise de Similares
Recursos Pedagógicos	Adicionar recursos como quizzes, check-lists e mapas mentais para enriquecer a experiência educativa.	Desejável	Pesquisa com Público-Alvo
Transparência	Colocar uma página dedicada à transparência sobre para onde irá ser destinado o dinheiro doado	Obrigatório	Pesquisa com ONGs e Análise de Similares

Diagramação	Diagramação flexível com uma disposição de 2 colunas, permitindo a inserção de conteúdo sem sobrecarregar a página. Utilizar subtítulos, tópicos e numerados para facilitar a navegação e a leitura	Desejável	Análise de Similares
Formato	Com proporção de 66x96, preferencialmente nos tamanhos 14,5 x 20,5 cm ou 15 x 17,7 cm. O tamanho pequeno é ideal para otimizar o aproveitamento do papel, reduzindo custos de produção, e garantir facilidade de armazenamento e transporte.	Desejável	Pesquisa Bibliográfica e Análise de Similares
Passatempos	Temáticos e voltados ao público infantil	Obrigatório	Objetivos
Preço	Até R\$20	Desejável	Pesquisa com ONGs, Pesquisa com Público-Alvo, e Análise de Similares

Fonte: Elaborar pela autora (2024) com base em Pazmino (2015).

3.5. Terceira definição do problema

Dado todo o contexto do projeto, parte-se para a definição da problemática voltada ao contexto do design. Após análise do escopo do projeto, especialmente do quadro de requisitos, estabelece-se uma base para realizar as escolhas gráficas do projeto, que serão definidas em blocos: tipografia, paleta de cores, ilustrações e layout.

3.5.1. Seleção Tipográfica

Para esse projeto, a primeira definição gráfica será a da tipografia. Segundo Hendel, a tipografia exerce tamanha influência no projeto editorial que é impossível avançar sem primeiro definir

as fontes que serão utilizadas. Ele ainda afirma: “Se o tipo do texto não funciona, não existe esperança para o livro. Seria como construir uma casa com alicerces fracos.” (HENDEL, 2003, p. 96).

Nesta primeira etapa, seguindo o modelo de Seleção Tipográfica proposto por Meürer (2022), será considerado o contexto do problema, identificando as características do conteúdo e os recursos que a fonte deve oferecer. Além disso, é essencial entender o perfil e as necessidades do leitor e também onde será lido o conteúdo (suporte).

Portanto, para a escolha do estilo de fontes a serem consideradas na seleção tipográfica deste projeto, antes alguns pontos devem ser analisados. De acordo com Fontoura e Fukushima (2012), ao escolher a tipografia para um projeto no qual a legibilidade é de suma importância, é necessário considerar o conteúdo, avaliando o que será lido, a quantidade de texto, e se a função do material é informar, entreter ou instruir.

No caso deste projeto, considera-se que o intuito do livro proposto é informar e entreter, passando informações ao leitor de forma prática. Entende-se, ainda, que a leitura deve ser rápida e fluida e pouco cansativa – e uma boa escolha tipográfica pode ser determinante nisso. Portanto, para o corpo de texto, é muito relevante que seja uma fonte de ótima legibilidade e que não traga obstáculos de interpretação.

Por outro lado, julga-se necessário para esse projeto uma fonte display que esteja ligada à parte conceitual proposta para o livro, a fim de trazer um apelo estético e conectar com o público-alvo, que envolve inclusive o público infantil.

Com esses pontos em mente, parte-se para a segunda etapa do modelo proposto por Meürer (2022) – os critérios de seleção. Para esse projeto, irão ser utilizados os 8 critérios propostos pela autora, como indicado no quadro e melhor descritos a seguir.

Quadro 2 – Critérios de Seleção Tipográfica

Fatores Formais e Funcionais		Fatores Conceituais		Fatores Técnicos		Fatores Legais e Econômicos	
Legibilidade (a)	Variações e Recursos (b)	Aspectos Históricos-Culturais (c)	Expressão (d)	Qualidade (e)	Suporte (f)	Licenciamento (g)	Investimento (h)

Fonte: Elaborado pela autora (2024) com base em Meürer (2022).

a) Legibilidade

A fonte deve ser legível para o público-alvo em questão: é necessário se atentar a seu tamanho e volume de texto, levando em consideração as suas proporções, métricas e manchas tipográficas.

b) Variações e recursos

Muitas vezes fontes com famílias tipográficas grandes e com diversas variações são interessantes para determinados projetos. Eles são úteis para diferenciar as hierarquias de texto (como título, cartola, subtítulo, corpo de texto, etc.). Nesse critério, devem ser considerados as variações, os recursos tipográficos, se há caracteres especiais, suporte a outros idiomas e homogeneidade entre variações.

c) Aspectos Históricos-Culturais

Diz a respeito de associações históricas, movimentos culturais e localizações geográficas que interferem diretamente na percepção dos tipos (SAMARA, 2010). Apesar de não haver um contexto histórico específico no projeto, considera-se interessante o uso de tipografias mais contemporâneas, a fim de trazer familiaridade e apelo visual interessante ao público-alvo.

d) Expressão

No critério de expressão, deve-se ponderar se a fonte expressa determinados atributos de personalidade, emocionais ou simbólicos. Pode-se perceber a expressão através da análise do desenho dos caracteres e o contexto do projeto.

e) Qualidade

Deve-se também analisar a qualidade da fonte, observando se há unidade de estilo e desenho entre os caracteres e ajuste correto das métricas.

f) Suporte

O suporte se refere ao meio ao qual o projeto será publicado – digital ou impresso. Além disso, se considera questões como material de impressão.

g) Licenciamento

Neste critério, é fundamental verificar se a fonte atende às condições de licenciamento exigidas pelo projeto, avaliando sua política de uso. Para este projeto, a licença para edição por múltiplos editores não é tão necessária para esse projeto, pois não haverá compartilhamento do arquivo final aberto para com terceiros.

h) Investimento

O investimento é um critério que leva em consideração se o custo da fonte é compatível com o orçamento do projeto, podendo este inclusive ser sem investimento disponível.

Levando em consideração os critérios mencionados, parte-se para terceira etapa do modelo proposto – a hierarquia, atribuindo um peso para cada critério de acordo com a sua relevância no contexto do problema sendo 1 (menos relevante) a 5 (mais relevante) (Meürer, 2022). Dado as necessidades diferentes para fonte display e fonte de texto, é proposto hierarquias diferentes para cada caso.

Quadro 3 – Hierarquia dos Critérios de Seleção para fonte de corpo de texto

Fatores Formais e Funcionais		Fatores Conceituais		Fatores Técnicos		Fatores Legais e Econômicos	
Legibilidade (a)	Variações e Recursos (b)	Aspectos Históricos-Culturais (c)	Expressão (d)	Qualidade (e)	Suporte (f)	Licenciamento (g)	Investimento (h)
5	5	2	2	5	4	0 (eliminatório)	4

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Quadro 4 – Hierarquia dos Critérios de Seleção para fonte display

Fatores Formais e Funcionais		Fatores Conceituais		Fatores Técnicos		Fatores Legais e Econômicos	
Legibilidade (a)	Variações e Recursos (b)	Aspectos Históricos-Culturais (c)	Expressão (d)	Qualidade (e)	Suporte (f)	Licenciamento (g)	Investimento (h)
3	3	2	5	5	4	0 (eliminatório)	3

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Dado as etapas anteriores, avança-se para a quarta etapa – a busca. Para nortear a seleção tipográfica, com base no sistema de Classificação Tipográfica (Figura 19) proposto por Childers, Griscti e Leben (2013), considera-se interessante para o corpo de texto e display, fontes sem serifa e fontes topicais⁵, respectivamente.

⁵ Meürer (2022), ao citar Childers, Griscti e Leben (2013), explica que esses autores propuseram um sistema tipográfico dividido em três categorias: Serifa, Sem Serifa e "Topical". A última categoria substitui a tradicional "Display", com o argumento de que tanto fontes serifadas quanto sem serifa poderiam ser usadas com propósito de destaque, sendo a escolha dependente do designer. O termo "topical", introduzido por William Bevington e Sue Chong, foi originalmente sugerido como uma subclasse de "Display".

Figura 20 – Classificação Tipográfica

Classe	Subclasse	Exemplo
SEM SERIFA		
GROTESCA	Tem sua origem na Akzidenz Grotesk criada no século XIX. Há um grau de contraste entre traços grossos e finos.	Franklin Gothic
NEOGROTESCA	Criadas na década de 1950, são mais limpas e mais mecânicas que as grotescas. Inicialmente eram usadas como display. O contraste é mínimo, as letras são mais largas e a altura-x é maior.	Helvetica
GEOMÉTRICA	As mais mecânicas de todas as sem serifa. Seu desenho se baseia nas formas geométricas e sem variação de espessura	Futura
HUMANISTA	O desenho faz referência ao manuscrito e o clássico desenho das letras Romanas	Gill Sans
TOPICAL		
BLACKLETTER	Textura: mais caligráficas, condensadas e com terminais afiados.	Carol Gothic
	Schwabacher: primeiras fontes de impressão alemãs.	Blackmoor
	Fraktur: formas arredondadas mas com quebras (fracturas)	Unifraktur Maguntia
	Rotunda: góticas mais arredondadas.	Cresci
GRÁFICA	Tipos display que não se enquadram nas demais categorias.	PICTOYO BLCKH
SCRIPT	Formal (caligráficas tradicionais)	<i>Bilbo swash caps</i>
	Handwriting (caligráficas contemporâneas)	<i>Leckenli One</i>

Fonte: Meürer (2022), adaptado de Childers, Griscti e Leben (2013).

A preferência por fontes sem serifa para o corpo de texto diz a respeito de fontes com serifa muitas vezes conferirem ao projeto gráfico um caráter mais formal e robusto, o que não é o caso. Unger (2016) afirma que a ausência de serifas não compromete a legibilidade. Além disso, Frutiger (2007) afirma que apesar dos tipos serifados guiarem os olhos acelerando a leitura da linha, eles podem dificultar a diferenciação dos caracteres, o que pode ser prejudicial para uma leitura de textos mais curtos.

Já para a tipografia display, uma fonte amigável e divertida se adequaria e daria destaque ao projeto. A fim de obter maior apelo estético, considera-se um diferencial uma fonte que tenha estilo quase que ilustrativo e possa ser utilizado como aplicações de lettering de grande impacto visual.

Para corpo de texto, foram selecionadas as seguintes fontes: **Area**, **Proxima Nova**, **Figtree** e **Rethink Sans**. A Area é uma fonte conhecida por suas formas geométricas simples, com um design limpo e moderno, que a coloca na categoria das sem serifa geométricas. A Proxima Nova combina a clareza das sem serifa geométricas com as proporções mais orgânicas das fontes humanistas. A Figtree apresenta características típicas das fontes neo-grotescas, como formas de letras simplificadas e uma aparência neutra. Por fim, a Rethink Sans apresenta traços que combinam a legibilidade e a clareza com uma aparência moderna e orgânica, típica das fontes sem serifa humanistas, classificação de fonte que pode ser observada na tabela de Classificação Tipográfica (Figura 19), assim como as demais aqui citadas.

Figura 21 – Teste de fonte de corpo de texto

<p>AREA</p> <p>Tipografia</p>	<p>FIGTREE</p> <p>Tipografia</p>
<p>PROXIMA NOVA</p> <p>Tipografia</p>	<p>RETHINK SANS</p> <p>Tipografia</p>

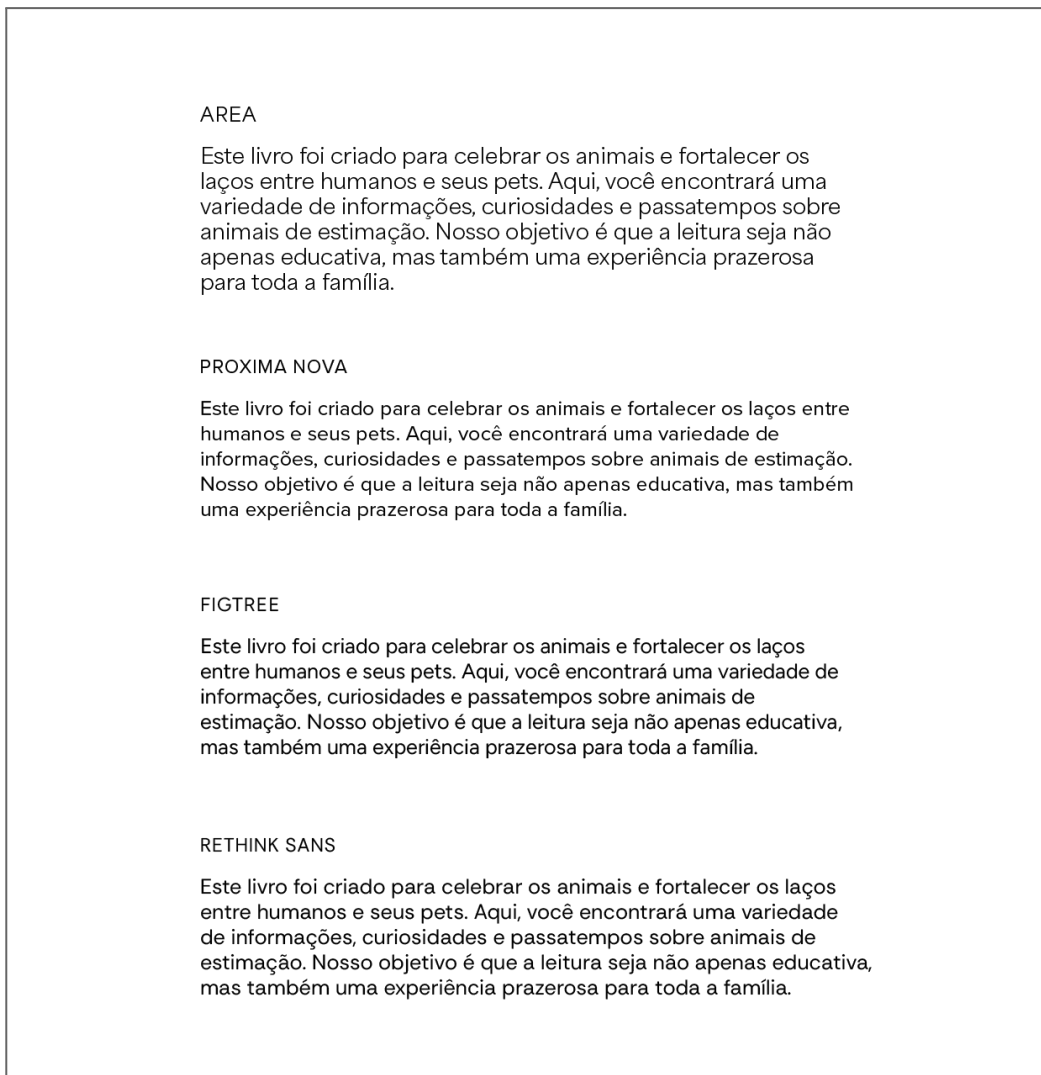
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 22 – Teste de variação das fontes

<p>AREA</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p>	<p>FIGTREE</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p>	<p>PROXIMA NOVA</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p>	<p>RETHINK SANS</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p> <p><i>Tipografia</i> Tipografia</p> <p>Tipografia Tipografia</p>
--	---	---	---

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

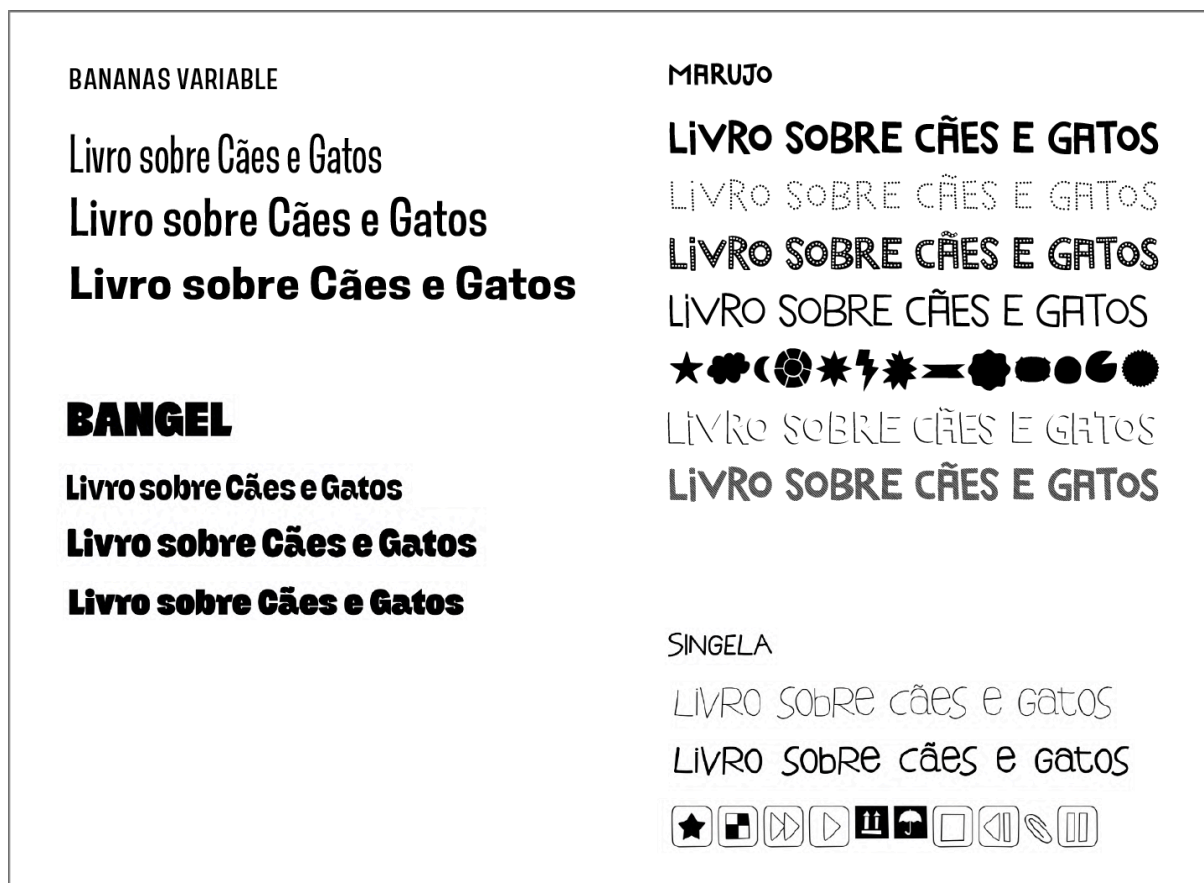
Figura 23 – Teste de fonte de corpo de texto



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Quanto à tipografia display, foram escolhidas as famílias tipográficas Bananas Variable, Bangel, Marujo e Singela. Todas elas são classificadas como Topical Gráfica sem serifa. Algumas delas, com destaque à Marujo, desenvolvida pela Pintassilgo Prints, possui uma ampla gama de variações, que podem ser utilizadas em conjunto e com sobreposição entre si.

Figura 24 – Teste de fonte display



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Com as fontes a serem analisadas definidas, parte-se para a última etapa da seleção tipográfica – a avaliação. Nesta etapa, será construída uma matriz com os critérios e pesos, seguida pela soma dos resultados e decisão final das fontes.

Quadro 5 - Matriz de seleção: Tipografia de corpo de texto

Fontes	Fatores Formais e Funcionais		Fatores Conceituais		Fatores Técnicos		Fatores Legais e Econômicos		Soma
	a (5)	b (5)	c (2)	d (2)	e (5)	f (4)	g (0)	h (4)	
Area	4	5	4	2	5	5	5	5	117
Proxima Nova	5	5	4	1	5	5	5	5	120
Figtree	5	5	4	1	5	5	5	5	120
Rethink Sans	4	4	4	3	5	3	5	5	106

Legenda

- (a) Legibilidade
- (b) Variações e Recursos
- (c) Aspectos Históricos-Culturais
- (d) Expressão
- (e) Qualidade
- (f) Suporte
- (g) Licenciamento
- (h) Investimento

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Nesta seleção tipográfica para o corpo de texto, observa-se um empate entre as fontes Proxima Nova e Figtree. Ambas apresentam excelente legibilidade, variações e qualidade, que são os quesitos mais relevantes nesta análise específica. Para resolver o empate, propõe-se a realização de um teste tipográfico em conjunto com a fonte display escolhida, com o objetivo de selecionar aquela que oferecer melhor harmonia.

Quadro 6 - Matriz de seleção: Tipografia display

Fontes	Fatores Formais e Funcionais		Fatores Conceituais		Fatores Técnicos		Fatores Legais e Econômicos		Soma
	a (3)	b (3)	c (2)	d (5)	e (5)	f (4)	g (0)	h (3)	
Bananas Variable	3	4	5	5	5	5	5	5	116
Bangel	2	3	4	5	5	5	5	1	96
Marujo	2	5	5	5	5	5	5	1	104
Singela	3	2	2	5	5	5	5	2	95

Legenda

- (a) Legibilidade
- (b) Variações e Recursos
- (c) Aspectos Históricos-Culturais
- (d) Expressão
- (e) Qualidade
- (f) Suporte
- (g) Licenciamento
- (h) Investimento

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Na seleção tipográfica para a fonte display, a **Banana Variable** obteve a maior pontuação. No entanto, a **Marujo** destacou-se significativamente com uma nota 5 no quesito *Variações e Recursos*, um diferencial importante. A **Marujo** acabou não obtendo a maior pontuação principalmente por ser uma fonte paga, enquanto a **Banana Variable** está disponível gratuitamente para assinantes da Adobe Creative Cloud (como é o caso deste projeto). Entretanto, a **Marujo** apresentou um maior potencial de impacto visual. Além disso, foi considerado para a pré-seleção das opções de fonte display que elas tivessem certa compatibilidade de combinação com as fontes anteriormente consideradas para corpo de texto, avaliando quesitos como peso, estilo, personalidade e contraste visual.

Diante desse potencial, optou-se pelo uso da **Marujo** mesmo com o custo envolvido. No entanto, isso não foi um obstáculo, pois após contato com a **Pintassilgo Prints**, desenvolvedores da fonte, eles gentilmente concordaram em ceder a licença de uso exclusivamente para este projeto, por ter um cunho social.

Após a decisão da fonte display, parte-se para o teste tipográfico proposto para desempate das fontes Figtree e Proxima Nova.

Figura 25 – Teste de combinação tipográfica



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Ao observar os dois testes de combinação tipográfica, percebe-se que a **Marujo** é uma fonte display com características muito próprias, cheia de personalidade e detalhes artesanais. Em contraste, a **Figtree** é uma sans-serif contemporânea com características neo-grotescas, como formas de letras simplificadas e uma aparência neutra. Sua neutralidade e simplicidade criam um equilíbrio harmonioso com a expressividade da **Marujo**, oferecendo clareza sem atrito, além de uma mancha tipográfica um pouco mais escura e portanto mais equilibrada com o peso da **Marujo**.

A **Proxima Nova**, por sua vez, combina a clareza das sem serifa geométricas com proporções mais orgânicas, características das fontes humanistas. No entanto, seu caráter mais geométrico e rigoroso pode gerar um contraste muito acentuado com a **Marujo**, resultando em uma combinação que, embora funcional, pode parecer menos coesa. Portanto, a **Figtree** se mostra uma escolha mais equilibrada visualmente, mantendo a legibilidade e contemporaneidade sem ofuscar a personalidade marcante da **Marujo**.

3.5.2. Definição da Paleta de Cores

A paleta de cores foi elaborada para atender ao requisito estabelecido de ser ao mesmo tempo suave e vibrante, com o objetivo de agradar tanto ao público infantil quanto ao adulto. Ela foi desenvolvida com base nas referências visuais dos painéis apresentados anteriormente, aliada a uma análise fundamentada na psicologia das cores e nos conceitos do projeto. O desenvolvimento da paleta foi realizado utilizando a ferramenta Colors (www.colors.co), onde as tonalidades foram ajustadas até atingir o resultado desejado. Vale destacar que a paleta foi pensada utilizando o modo CMYK, visando maior fidelidade às cores de impressão. Também é importante ressaltar que será realizado posteriormente um teste de cores de impressão nos papéis escolhidos. Caso seja necessário, serão realizadas pequenas alterações nas tonalidades das cores propostas inicialmente – processo que será facilitado pois as cores estarão todas ligadas à mesma “Amostra de Cor”, no programa Adobe InDesign.

Figura 26 – Paleta de Cores inicial



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

As cores possuem a capacidade de evocar emoções, transmitir mensagens e construir significados. No caso do livro proposto neste projeto, a paleta escolhida desempenha um papel fundamental na comunicação visual, reforçando os conceitos-chave e conectando-se com o público-alvo.

O **verde escuro** simboliza a natureza, a esperança e a estabilidade, transmitindo segurança e confiança. Essa cor, por sua vez, conecta o leitor diretamente com o tema central do livro: a proteção aos animais. A tonalidade escura também adiciona profundidade e sofisticação à paleta, equilibrando as cores mais vibrantes.

O **off white** representa pureza, inocência e neutralidade, funcionando como cor neutra e de apoio, que permite que as outras cores se destaquem.

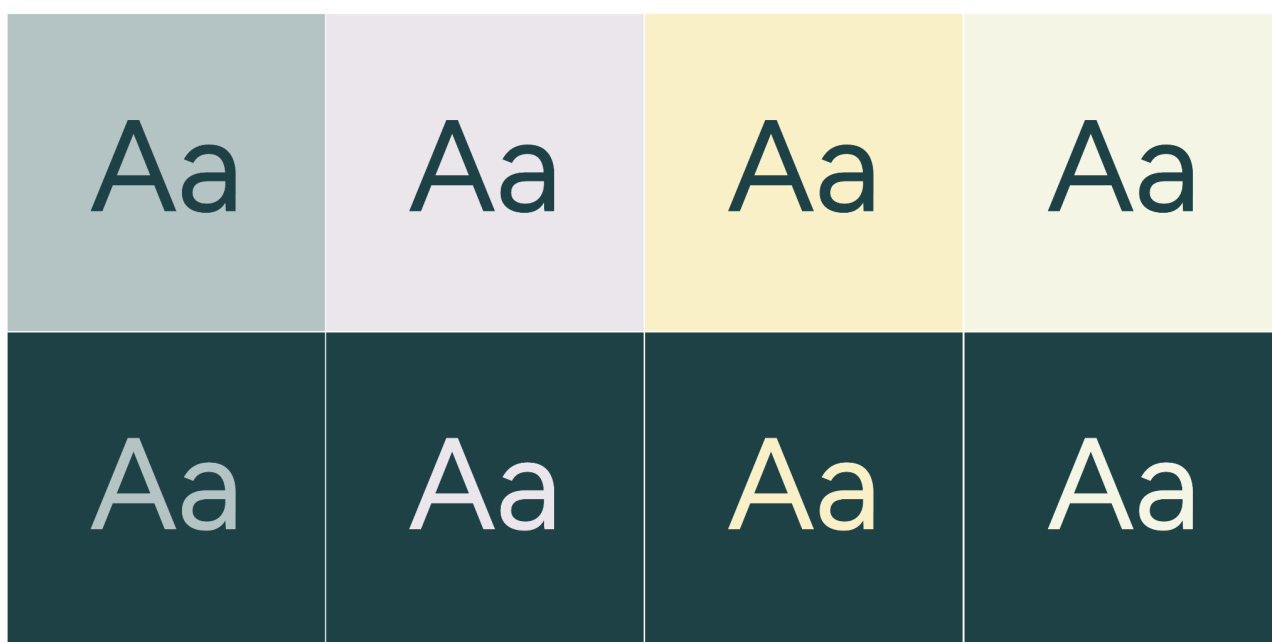
Além da criatividade e imaginação, o **lilás** representa empatia e delicadeza, emoções essenciais para conectar o leitor com a causa animal.

O **verde claro** transmite positividade e otimismo. Essa cor simboliza a vida, o crescimento e a renovação. É uma cor fresca e vibrante, que evoca a saúde e a harmonia com a natureza, temas que serão explorados no livro

Por fim, o **amarelo claro** representa a alegria, a felicidade e a inteligência. Sua capacidade de chamar a atenção e despertar a curiosidade complementa o conceito "Didático" do livro, facilitando a compreensão do conteúdo por diferentes públicos.

A combinação dessas cores está em sintonia com os conceitos-chave do livro: amigável, didático e responsável. As cores suaves e vibrantes criam um ambiente acolhedor e convidativo, transmitindo uma mensagem de carinho e cuidado com os animais. O verde escuro e o verde claro, associados à natureza e à sustentabilidade, reforçam a importância da responsabilidade ambiental e do cuidado com os animais. Por fim, a combinação de cores claras e vibrantes facilita a leitura e a compreensão do conteúdo, tornando o livro mais acessível para diferentes públicos.

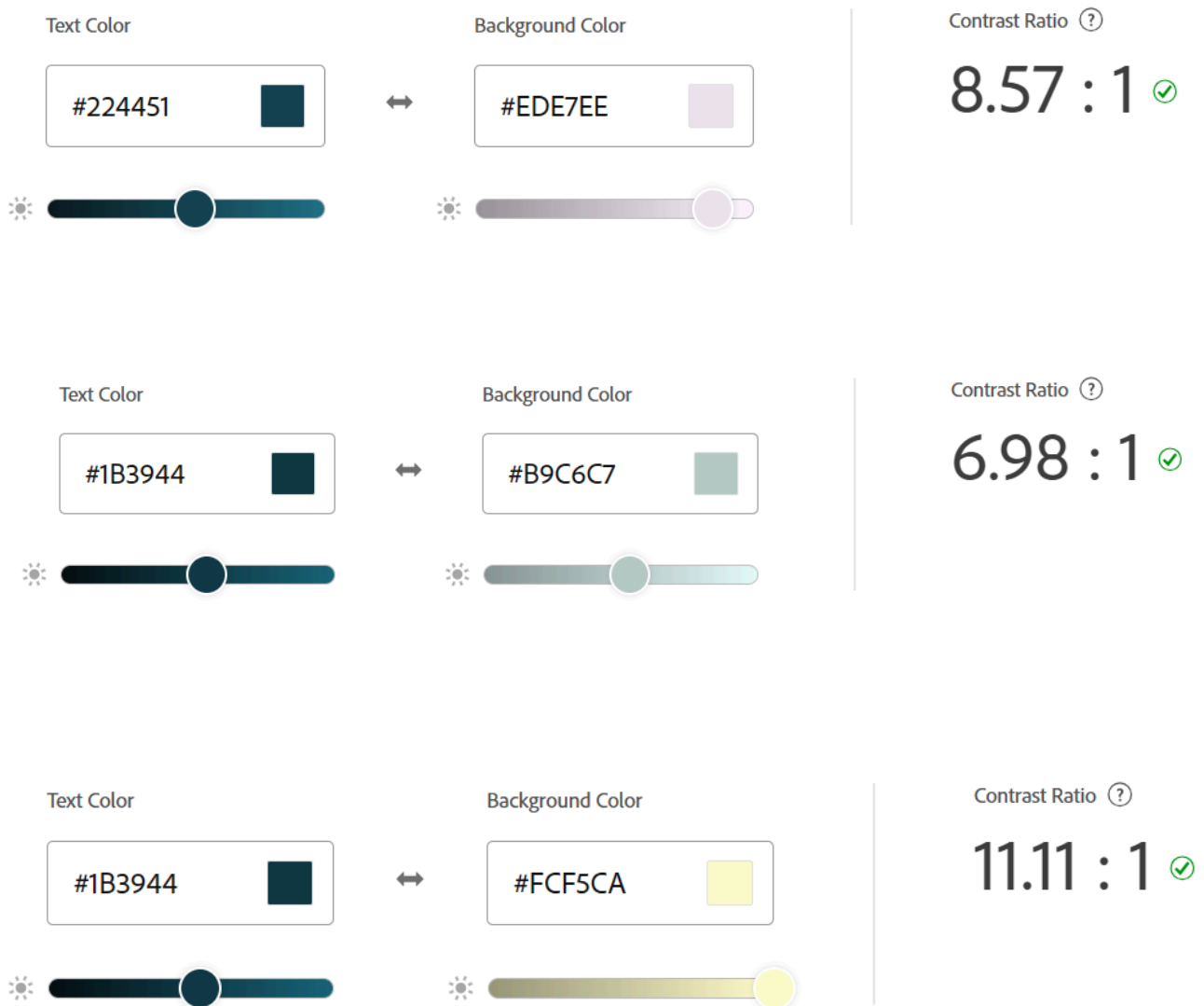
Figura 27 – Teste de contraste



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Em relação à acessibilidade, vale destacar que houve uma atenção especial a essa questão. Foram realizados testes de acessibilidade visual utilizando as ferramentas do Adobe Color (www.color.adobe.com), que analisam o contraste das cores com base nas diretrizes da WCAG (Web Content Accessibility Guidelines).

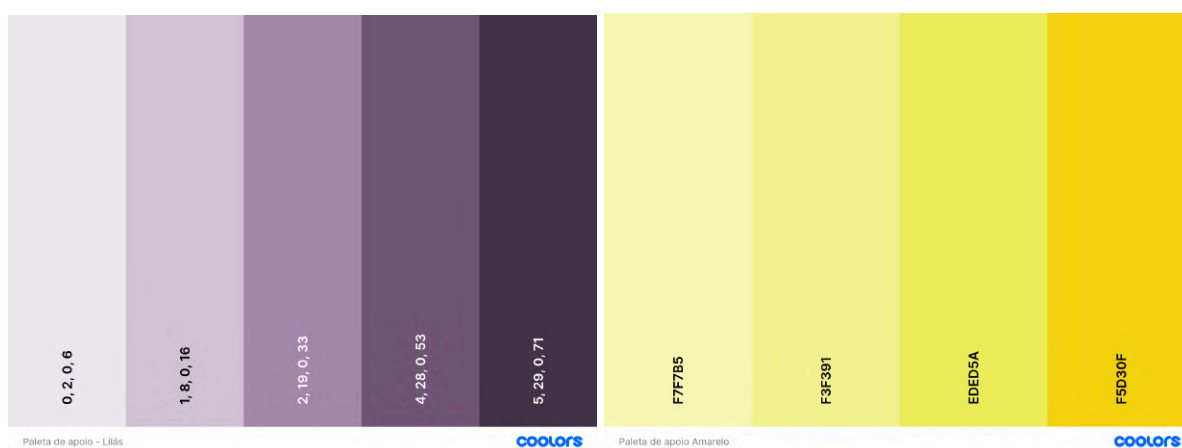
Figura 28 – Teste de acessibilidade e contraste



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Para garantir a versatilidade da paleta de cores, além do excelente contraste entre as tonalidades mais claras e a tonalidade mais escura, foi considerada a criação de algumas paletas adicionais com variações de tonalidades. Essas paletas suplementares serão utilizadas quando houver necessidade de maior flexibilidade no design, misturando as tonalidades mais claras sem perder pontos de acessibilidade.

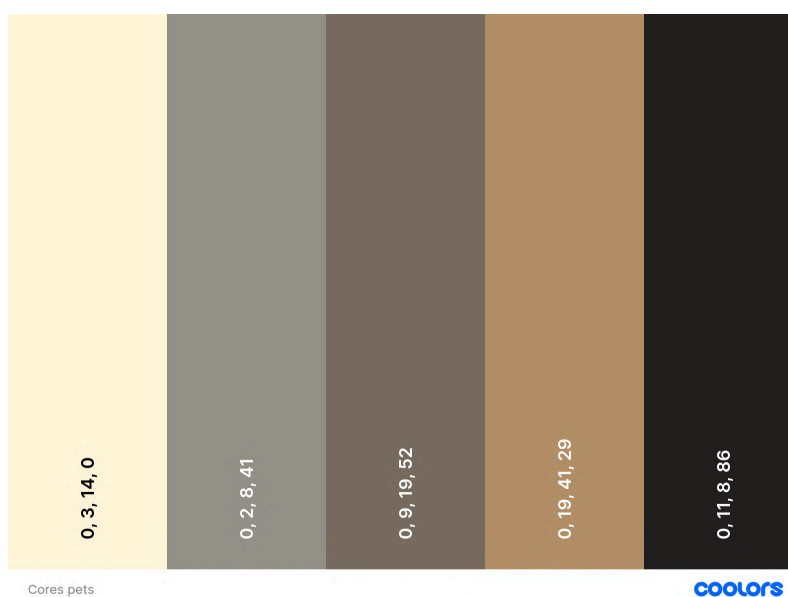
Figura 29 – Paletas de apoio



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Por fim, considerando que o livro contará com diversas ilustrações, principalmente de gatos e cães, foi necessário criar cores específicas para representá-los. Isso foi feito para evitar a utilização de tonalidades fantasiosas, optando por cores comuns entre os pets no Brasil. Essa escolha visa proporcionar ao leitor uma sensação de identificação, fazendo com que as ilustrações possam se assemelhar aos seus próprios animais de estimação.

Figura 30 – Paleta de Cores “Pelos”

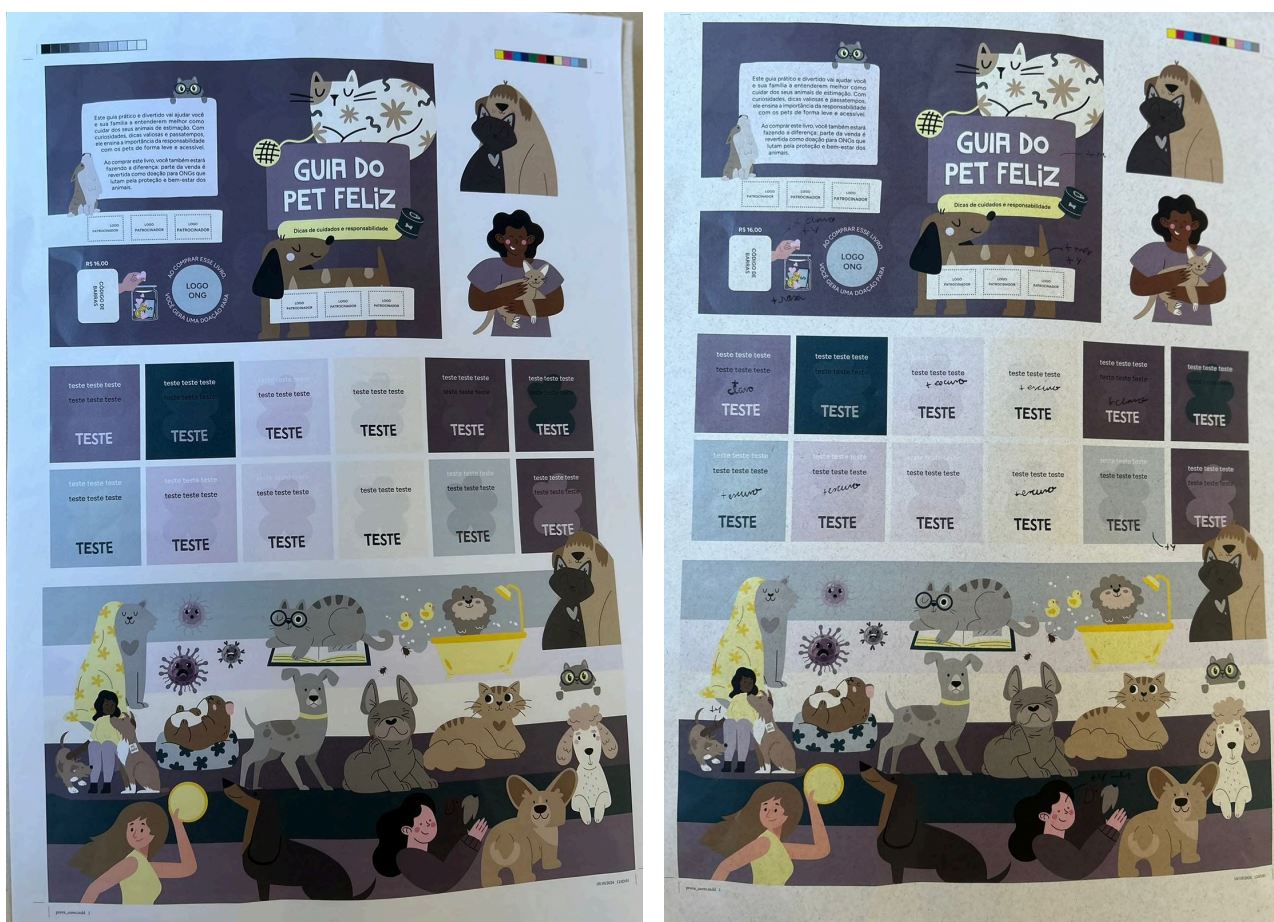


Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Após a definição inicial da paleta de cores, foi feita uma prova de cores por meio de impressão em 2 tipos de papeis, que estavam sendo considerados para uso nesse projeto: o papel offset 120g e reciclato 120g. Para essa prova, foi feito um compilado em uma folha A3 com algumas ilustrações, a capa do livro e diversos testes de contraste com opacidade, cores diferentes e textos. Ao analisar a prova impressa, foram identificados alguns pontos de melhora na paleta.

Algumas cores, em especial o Verde-água e os 2 últimos swatches da Paleta de Apoio Lilás estavam muito frias, deixando o livro apático. Além disso, o verde escuro acabou ficando escuro demais e algumas tonalidades dos personagens ilustrados estavam um pouco fora da realidade, como no caso de uma ilustração que estava com a pele completamente rosa e do pêlo “caramelo” estar muito acinzentado. Por fim, notou-se que não houve grande diferenciação de cor nos 2 tipos de papeis, fazendo que o papel reciclato se tornasse uma opção mais interessante, pois pela maior sustentabilidade traz mais coerência com a temática do livro.

Figura 31 – Primeira Prova de Cores no papel offset (esquerda) e reciclato (direita)



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

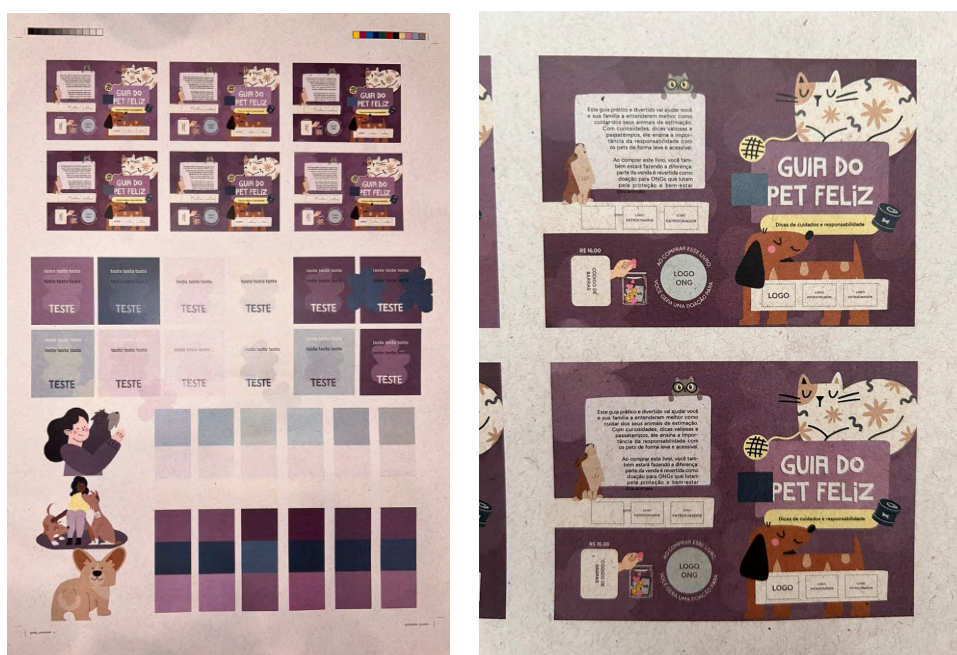
Figura 32 – Detalhes do teste de cores no papel reciclato



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Assim que esses pontos de melhoria foram identificados, foram realizados os devidos ajustes nas amostras de cores, seguidos por uma segunda prova de cores – dessa vez somente no papel reciclato 120g. Essa segunda prova foi feita de forma um pouco diferente, com diversas variações de uma mesma paleta com modificações distintas na porcentagem de cada cor (CMYK).

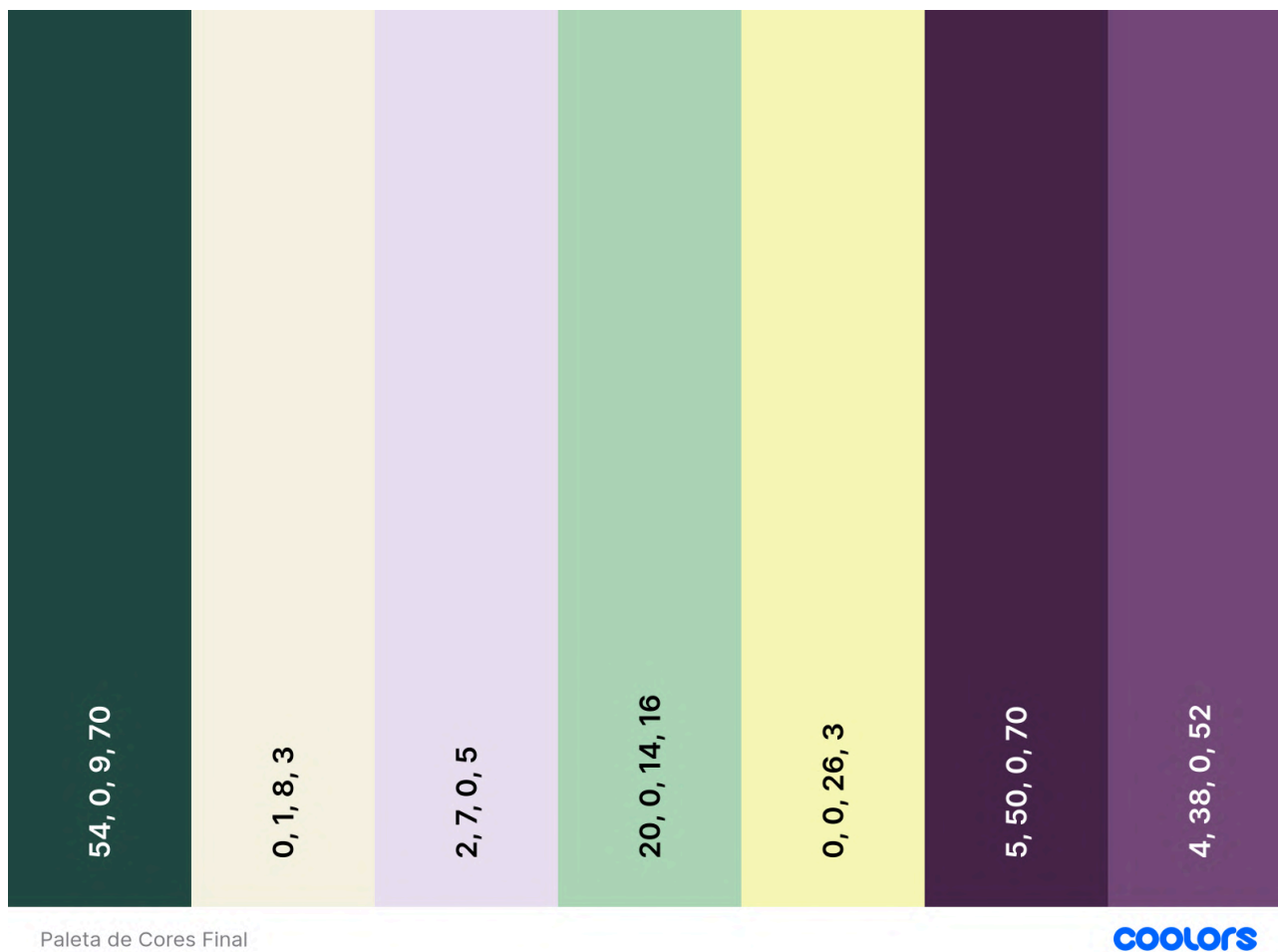
Figura 33 – Prova de cores final no papel reciclato



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Após essa prova foi então definida a paleta de cores final, a qual teve a adição das cores complementares que foram mais utilizadas no projeto para melhor visualização do conjunto. Além disso, foram realizados os ajustes das cores na versão final do livro.

Figura 34 – Paleta de Cores final do livro

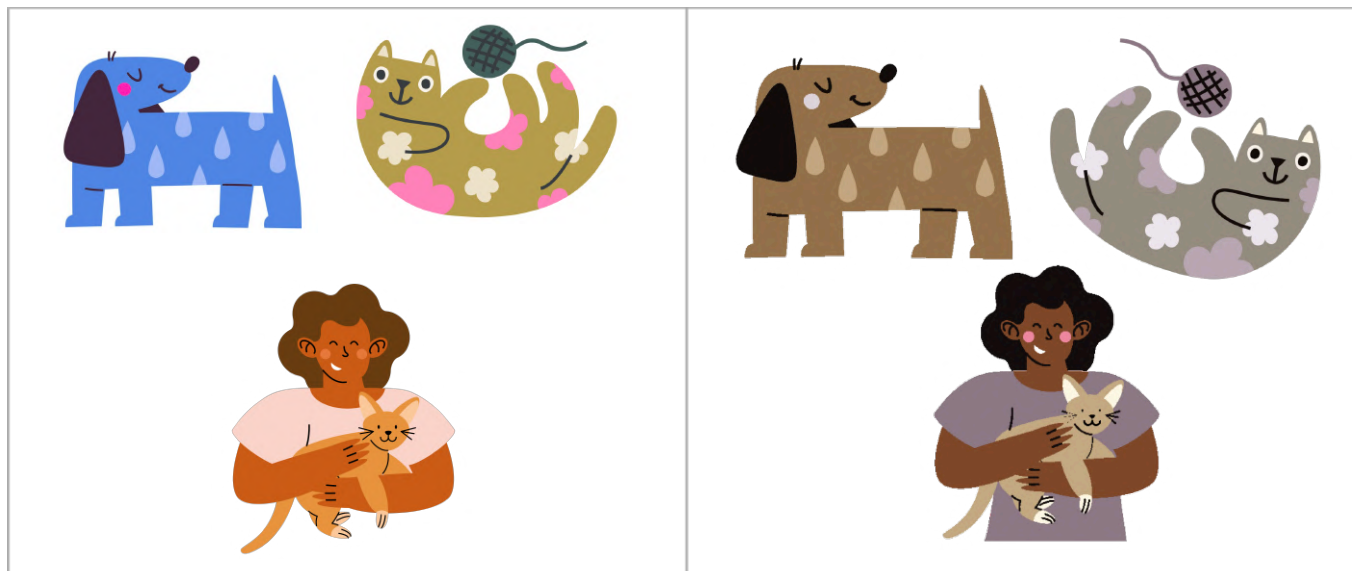


Fonte: Elaborado pela autora (2024).

3.5.3. Ilustrações e recursos gráficos

A fim de garantir maior coerência visual ao decorrer do livro, as ilustrações foram todas retiradas do mesmo banco de Imagens, Freepik. A maioria foi encontrada na coleção de uma mesma artista, identificada como '@mykola88'. Todas as imagens possuem licença para uso comercial gratuito, inclusive aquelas identificadas como "Premium", às quais a autora teve acesso por possuir assinatura no Freepik Premium. Todas as ilustrações são vetorizadas, permitindo a fácil edição de cores para atenderem a paleta proposta.

Figura 35 – Exemplos de Ilustrações antes (esquerda) e depois (direita) da edição de cores



Fonte: Freepik; Elaborado pela autora (2024).

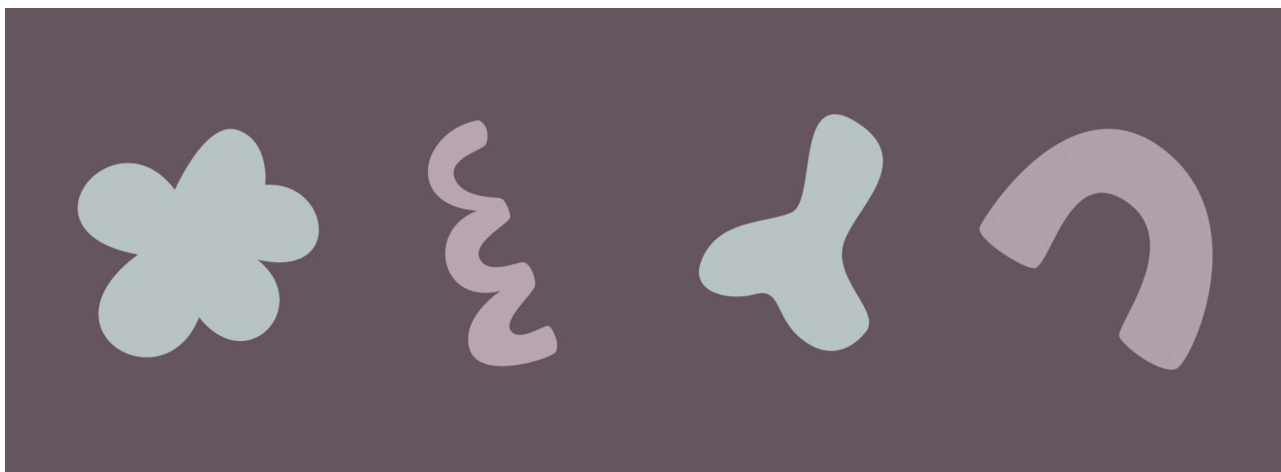
Figura 36 – Painel com ilustrações editadas e utilizadas no livro



Fonte: Adaptado de Freepik; Elaborado pela autora (2024).

Além das ilustrações presentes no painel, foram inseridas formas orgânicas no fundo de cada página em forma de padronagem para trazer mais profundidade e enriquecer o visual. Também foram utilizados ícones de licença gratuita do Freepik, atendendo aos requisitos do projeto e contribuindo para a didática do livro.

Figura 37 – Figuras orgânicas utilizadas ao decorrer do livro



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 38 – Exemplo de aplicação das figuras em padronagem



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

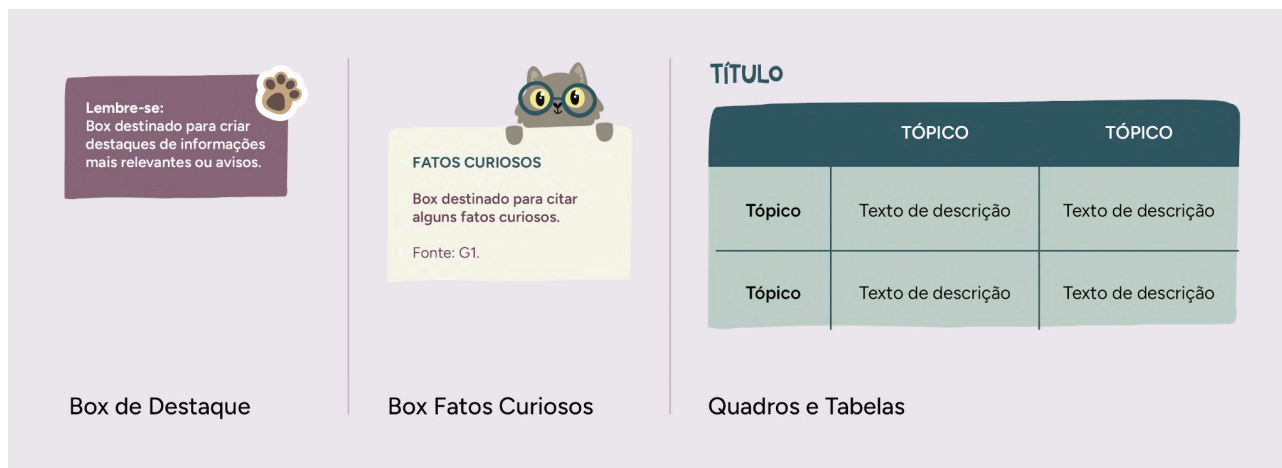
Figura 39 – Iconografia do livro



Fonte: Freepik; Elaborado pela autora (2024).

Por fim, foram definidos estilos para outros elementos gráficos: O Box de Destaque, Box Fatos Curiosos e Quadros/Tabelas.

Figura 40 – Proposta para boxes e quadros



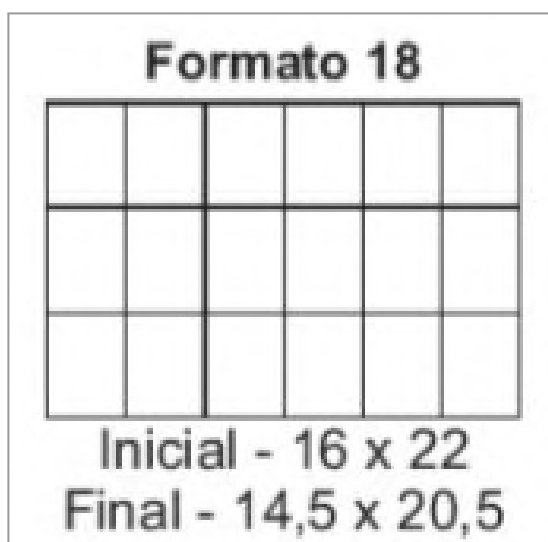
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

3.6. Desenvolvimento da proposta de design

3.6.1. Definição do layout e formato

A escolha do formato da página, assim como citada no painel de requisitos, foi definida em 14,5 x 20,5 cm. Esse tamanho foi selecionado por permitir um bom aproveitamento do papel no formato padrão BB, o que pode baratear o custo de produção. Por ser um tamanho compacto, esse formato também facilita o transporte, sendo ideal para ser carregado em bolsas e outros acessórios de uso cotidiano, além de permitir um armazenamento mais fácil por parte do parceiro responsável pela venda.

Figura 41 – Aplicação de cortes tamanho 14,5 x 20,5 sob folha BB



Fonte: Guia do Gráfico.

3.6.2. Definição de materiais

O estudo dos materiais foi feito levando em consideração que não poderia ser um material tão caro. De acordo com a análise de similares, também notou-se a necessidade de ter um material que não fosse tão frágil, pois nos passatempos terá o manuseio por crianças, que são convidadas a escrever/pintar/desenhar.

O papel couchê foi descartado por dois motivos principais: além de ser mais caro, ele não é ideal para o uso de canetas ou lápis, devido à sua camada de verniz ou fosca. Assim, as opções consideradas foram papel offset e reciclato. Após testes de cores, o papel reciclato foi escolhido, pois, além de ser mais compatível com a temática do livro, confere maior personalidade e estética agradável ao projeto.

Após a análise das amostras de papel disponíveis na gráfica selecionada, decidiu-se pela gramatura de 150g/m² para a capa, proporcionando maior resistência, e 120g/m² para o miolo. A escolha do papel de 120g/m² equilibra resistência e flexibilidade, sem comprometer a encadernação escolhida, que será o grampo canoa, por oferecer baixo custo e permitir a abertura total do livro.

PARTE 3 - Produção

3.7. Organização da produção

3.7.1. Estruturação do projeto gráfico

De acordo com Castro e Perassi (2018), o projeto gráfico-editorial é um plano que determina os aspectos técnicos e gráfico-visuais, decorrentes da composição visual do conteúdo (diagramação e layout) e do processo de produção digital ou de impressão e acabamento do produto gráfico editorial.

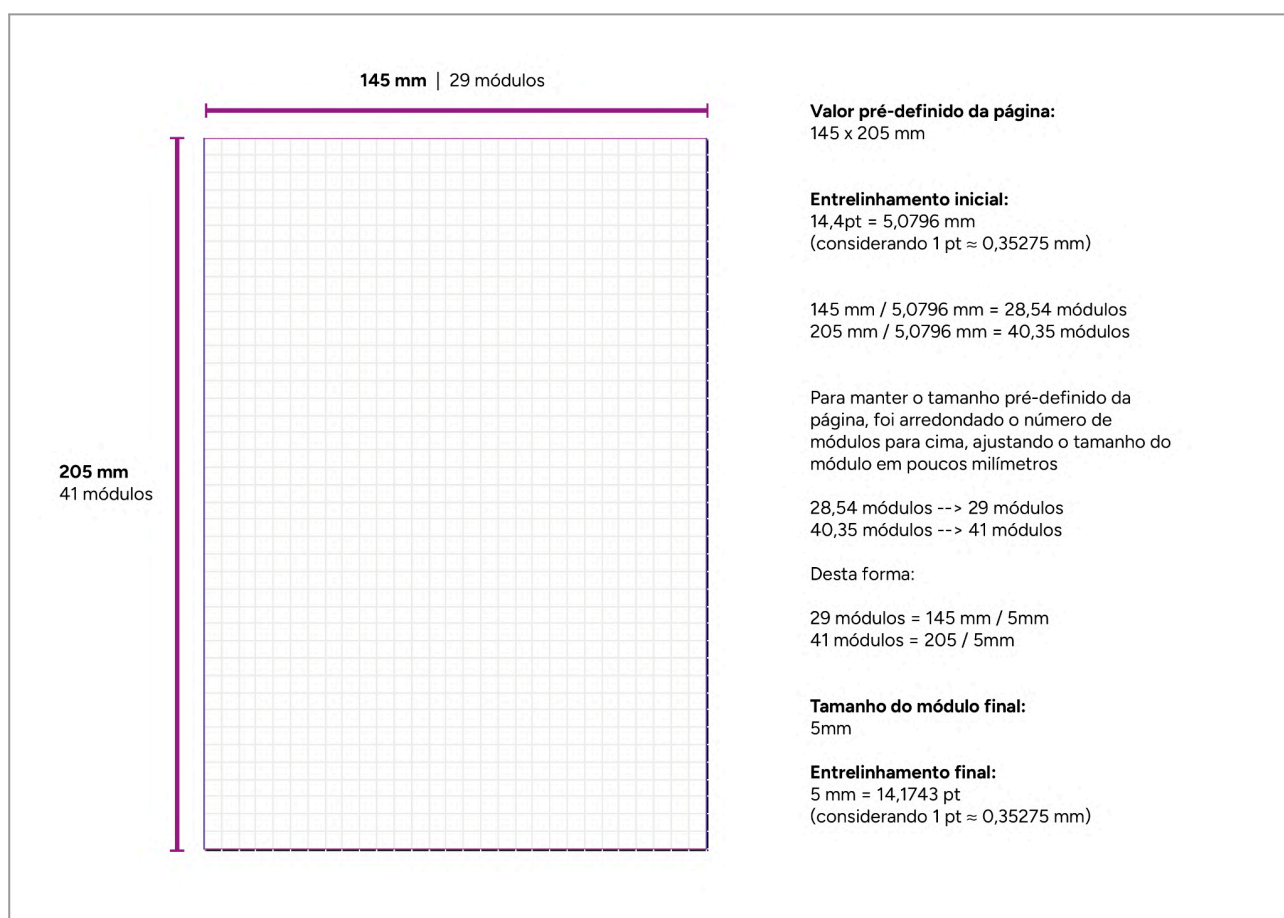
Para esse projeto, a criação do diagrama será feita a partir do método proposto por Castro e Perassi (2018), que constitui em: Pré-Definição da forma da página; Definição da tipografia; Estabelecimento da entrelinha; Determinação do módulo; Dimensionamento da forma da página e construção da grade; Representação do diagrama (largura de colunas e margens); Configuração e ativação da linha de base; Distribuição de textos e imagens para compor a mancha gráfica.

Considerando que a pré-definição da forma da página e a definição da tipografia já foram abordadas anteriormente, a próxima etapa da metodologia é a definição da entrelinha. Para o tamanho do tipo, propõe-se o uso de 12 pt, baseado na correlação estabelecida por Burt (1959), que relaciona a idade do leitor com o tamanho de tipo ideal. Esse tamanho é adequado para leitores a partir de 10 anos até a terceira idade. Embora não seja o mais indicado para crianças mais novas, acredita-se que isso não causará grandes problemas, pois, antes dos 10 anos, a leitura acompanhada por um adulto seria mais apropriada, especialmente devido à complexidade de algumas temáticas abordadas.

De acordo com Castro e Perassi (2018), a regra geral é um entrelinhamento mínimo correspondente ao corpo do tipo, mais 20%. No caso de um corpo de tipo de 12pt, portanto, o entrelinhamento inicial estabelece-se de 14,4pt.

Para a definição do módulo, considerou-se inicialmente que seu tamanho ideal deveria ser equivalente à entrelinha, que ao converter para milímetros ($1\text{pt} = 0,35275\text{mm}$) resultou em **5,0796 mm**. No entanto, ao configurar o documento, percebeu-se que esse valor causava a quebra do grid, com o último módulo sendo cortado. Entende-se que o método original proposto por Castro e Perassi (2018) propõe o ajuste do tamanho da página em relação ao módulo definido. Porém, como a prioridade deste projeto é manter o tamanho pré-definido da página para reduzir custos de produção (respeitando a aplicação de cortes tamanho 14,5 x 20,5 sob folha BB), **optou-se por ajustar o módulo para 5 mm, garantindo um grid sem quebras sem alterar o tamanho da página**. Esse valor foi obtido ao dividir o tamanho da página (14,5 x 20,5 cm) pelo número de 30 módulos que se encaixaram adequadamente, incluindo o módulo inicialmente cortado pela metade. Consequentemente, o **entrelinhamento foi ajustado para 14,1743 pt**, valor que foi obtido fazendo a conversão de 5mm para pt ($1\text{pt} = 0,35275\text{mm}$).

Figura 42 – Grid e linha de base aplicado no formato de página escolhido



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Em relação ao tamanho das colunas, foram propostas duas opções para proporcionar maior versatilidade na diagramação: uma com 1 coluna e outra com 2 colunas. Para definir o tamanho das colunas, considerou-se o comprimento do alfabeto da fonte Figtree em caixa-baixa (160pt).

Desejando-se o uso de duas colunas e baseando-se na tabela de composição de linhas de texto adaptada de Bringhurst (2005), concluiu-se que o tamanho ideal de coluna seria entre 28 e 32p, com um tamanho mínimo satisfatório de 19p. Entretanto, durante os testes, observou-se que mesmo o tamanho mínimo não proporcionava espaçamento adequado entre colunas nem margens suficientes: as colunas ficaram muito grandes e não deixavam outra escolha a não ser deixá-las muito próximas entre si, resultando em uma medianiz muito pequena.

Figura 43 – Tabela para composição de linhas de texto

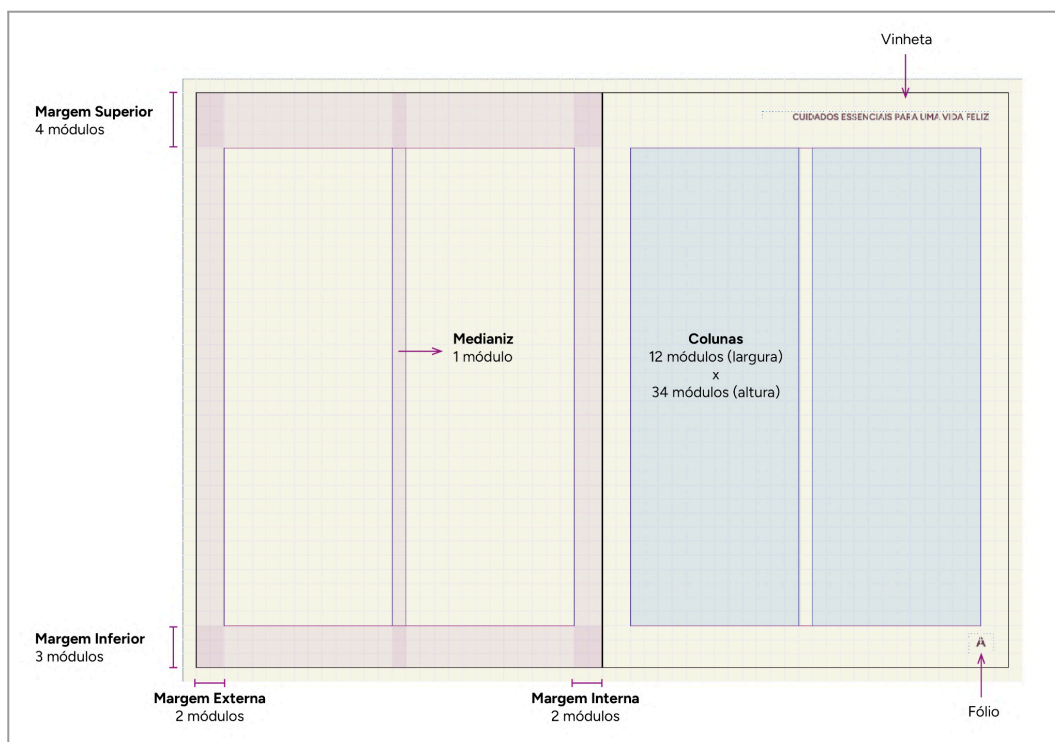
		MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA															
LARGURA DA COLUNA (palcas)		10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40
COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa-baixa (pontos)	80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160
	85	38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151
	90	36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	122	129	136	143
	95	34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	117	123	130	137
	100	33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	112	119	125	132
	105	32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	108	114	120	127
	110	30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	104	110	116	122
	115	29	35	41	47	53	59	64	70	76	82	88	94	100	105	111	117
	120	28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	95	101	106	112
	125	27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	91	97	102	108
	130	26	31	36	41	47	52	57	62	67	73	78	83	88	93	98	104
	135	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
	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
	230	15	18	21	24	27	30	33	36	40	43	46	49	52	55	58	61
	240	15	17	20	23	26	29	32	35	38	41	44	46	49	52	55	58
	250	14	17	20	22	25	28	31	34	36	39	42	45	48	50	53	56
	260	14	16	19	22	24	27	30	32	35	38	41	43	46	49	51	54
	270	13	16	18	21	23	26	29	31	34	36	39	42	44	47	49	52
	280	13	15	18	20	23	25	28	30	33	35	38	40	43	45	48	50
	290	12	15	17	20	22	24	27	29	32	34	37	39	41	44	46	49
	300	12	14	17	19	21	24	26	28	31	33	35	38	40	42	45	47
	320	11	13	16	18	20	22	25	27	29	31	34	36	38	40	43	45
340	10	13	15	17	19	21	23	25	27	29	32	34	36	38	40	42	
360	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	

Fonte: Adaptado de Bringhurst (2005).

Como o conteúdo textual se trata de informações curtas e sem fluxo contínuo de texto, optou-se por ajustar o tamanho para 14 paicas e 2,6 pontos, inferior ao mínimo recomendado, para evitar a problemática citada e encaixar-se perfeitamente no módulo. Esse ajuste resultou em um espaçamento mínimo de 1 módulo entre as colunas e 2 módulos para as margens laterais.

Na versão de 1 coluna, foi adotado um tamanho satisfatório de 29 paicas e 6 pontos, que se encaixa no grid e mantém as margens laterais de 2 módulos, assegurando uma diagramação equilibrada.

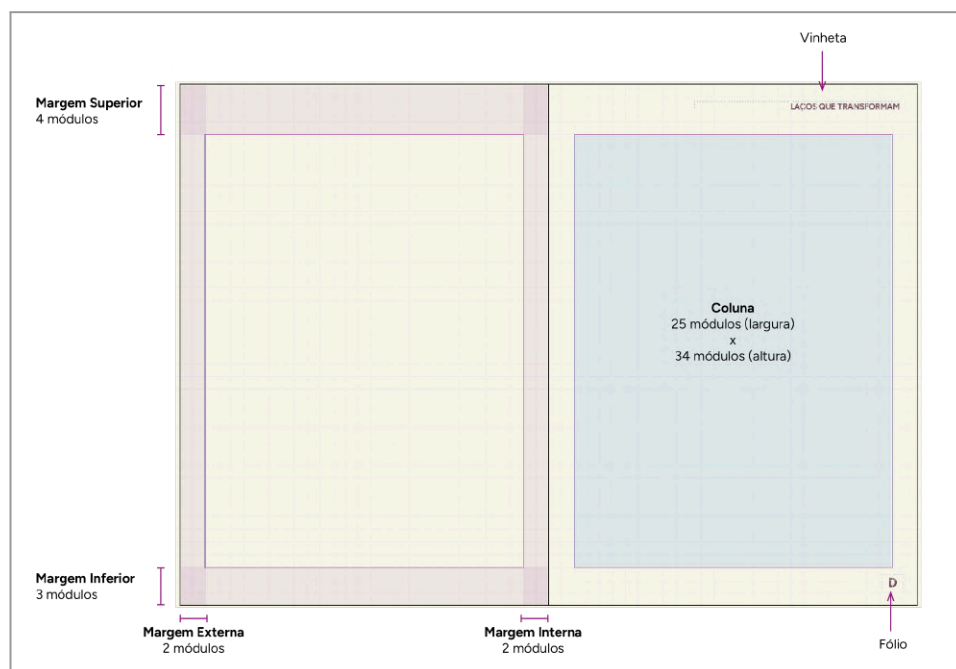
Figura 44 – Página mestre configurada com grid, colunas, margens, fólio e vinheta



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Já na versão de 1 única coluna, optou-se por uma coluna de tamanho de 25 módulos de largura x 34 módulos de altura. As margens permaneceram no mesmo valor do diagrama de 2 colunas, e o fólio e vinheta mantiveram-se no mesmo local.

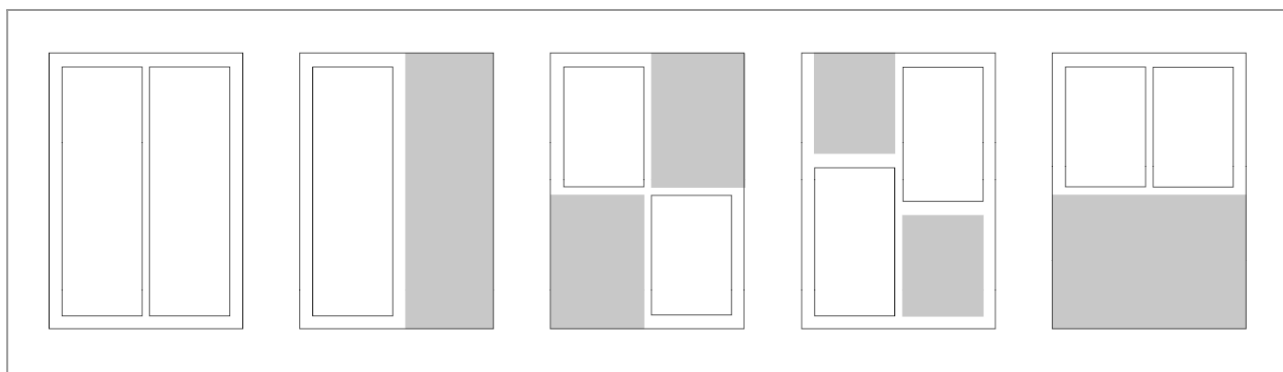
Figura 45 – Página mestre configurada (1 coluna)



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os passos seguintes da metodologia, como a configuração e ativação da linha de base, bem como a distribuição de textos e imagens para compor a mancha gráfica, foram realizados no Adobe InDesign. O resultado obtido será apresentado a seguir. Vale destacar que, para a composição das manchas gráficas, foram estudadas diferentes possibilidades, que serão relatadas neste documento. No entanto, a diagramação do livro não ficará restrita a essas opções, considerando que o livro precisa oferecer uma leitura dinâmica, tornando cada página única e convidativa.

Figura 46 – Possibilidades de manchas gráficas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Após a estruturação, foram propostos estilos de parágrafo para criar uma hierarquia clara e coesão na parte textual do livro. Inicialmente, definiram-se estilos para Título, Subtítulos, Corpo de texto, Destaque, Fólio e Vinheta de Seção. No caso do Título, foram desenvolvidas seis versões sutilmente diferentes, com modificação apenas da variação da fonte Marujo, para permitir composições mais versáteis e dinâmicas, com ou sem sobreposição, enriquecendo a diagramação e a leitura do livro. Além desses estilos, foram definidos alguns estilos adicionais de destaque, visto que haveria a possibilidade de espaço limitado na página e necessidade de um destaque menor.

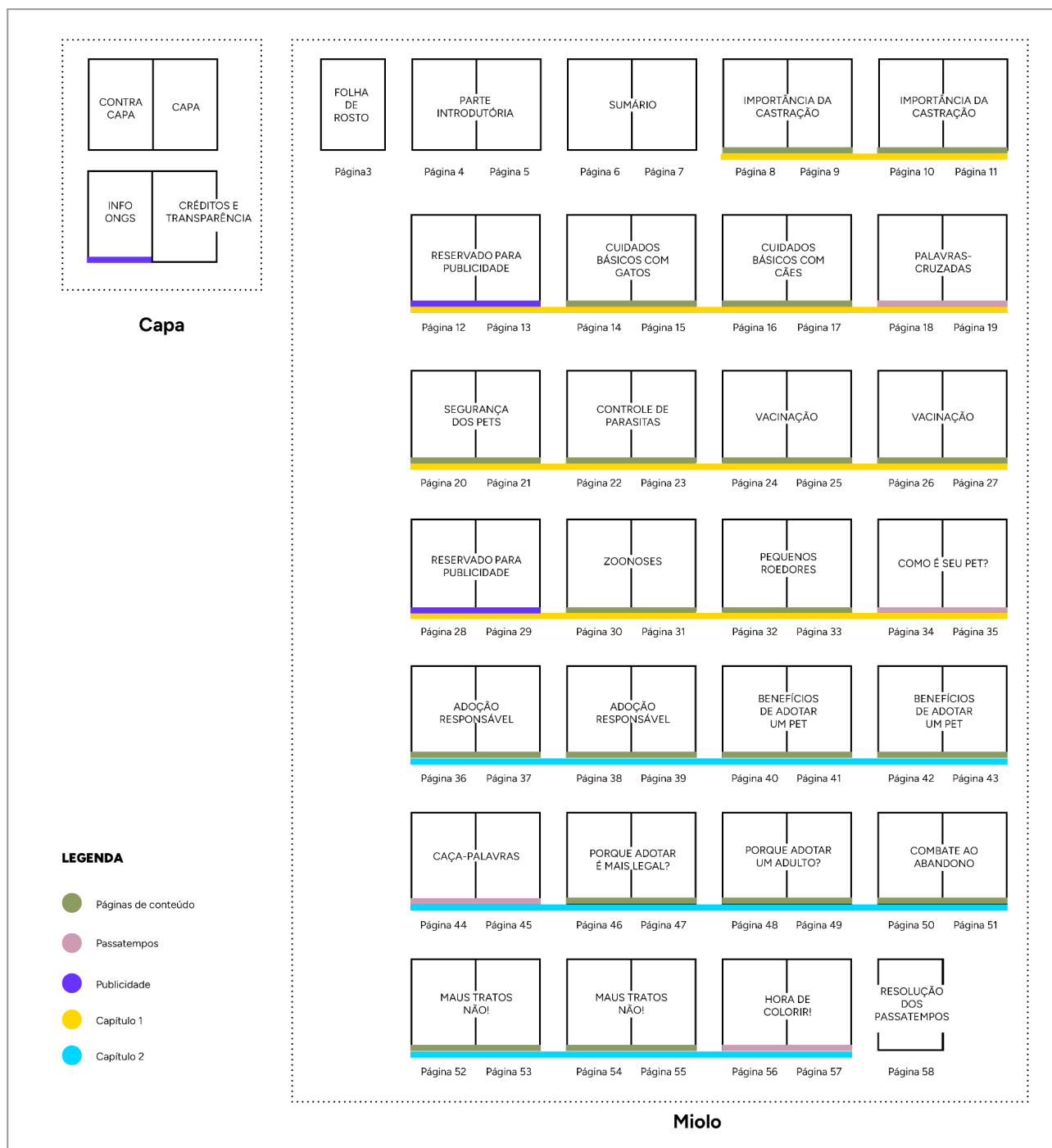
Figura 47 – Estilos de Parágrafo



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Por fim, foi montado um espelho do livro para melhor organizar o fluxo de produção e ordem do conteúdo, definindo também o número de páginas, que ficou totalizado por 56 no miolo, com adição de 4 páginas da capa (2 spreads). Portanto, são 60 páginas no total, sendo um número múltiplo de 4 — essencial para que o livro se feche sem nenhuma página em branco. Vale também destacar que o livro é dividido em dois capítulos.

Figura 48 – Espelho do livro



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

É importante destacar que, para alguns conteúdos, foram reservados dois spreads, garantindo mais espaço para o uso de elementos didáticos. Essa decisão foi tomada de forma consciente, com base nas temáticas identificadas na pesquisa com as ONGs como as mais críticas em relação à falta de conscientização ou adesão da população. Dessa forma, esses temas foram tratados com mais profundidade, permitindo o uso de ícones, boxes e destaques para facilitar a compreensão.

Além disso, foram reservadas páginas específicas para publicidade de patrocinadores e/ou parceiros, uma página dedicada à divulgação da ONG beneficiada pelo livro, e outra destinada à transparência dos custos de produção e do destino das doações, na contra capa – uma boa estratégia para dar destaque à essa informação. Algumas páginas foram deixadas para serem 'personalizadas', permitindo que patrocinadores, parceiros e ONGs diversos utilizem esse espaço conforme suas necessidades.

Figura 49 – Exemplo de página personalizável



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 50 – Exemplo de aplicação publicitária na página personalizável



Fonte: True Foods; Autora (2024).

3.7.2. Especificações técnicas

Assim como descritos e citados nos capítulos de 'Definição de layout e formato' e 'Orçamento', as especificações técnicas finais do livro ficaram em:

Capa:

Formato fechado: 14,5 x 20,5 cm

Formato aberto: 29 x 20,5 cm

Lombada: Canoa

Encadernação: Grampo

Cores: 4x4

Suporte: Papel reciclado 150g/m²

Impressão: Offset

Miolo:

Formato fechado: 14,5 x 20,5 cm

Formato aberto: 29 x 20,5 cm

Número de páginas: 56

Lombada: Canoa

Encadernação: Grampo

Cores: 4x4.

Suporte: Papel reciclato 120g/m²

Impressão: Offset

Com as especificações e o arquivo finalizado, o material está pronto para ser enviado à gráfica para a produção e, posteriormente, ser distribuído de acordo com os objetivos do projeto.

3.7.2.1. Orçamento

Como descrito ao longo deste relatório, o orçamento desempenha um papel fundamental neste projeto gráfico. A impressão foi planejada para uma tiragem alta, visando reduzir o custo unitário. Essa abordagem permitirá que, no pós-projeto, o patrocinador opte por uma maior tiragem, maximizando a porcentagem do valor de venda revertida para a ONG beneficiada.

Figura 51 – Orçamento de alta tiragem

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Livreto grampeado com 56 paginas de miolo no papel reciclado. com 56 páginas	500	12,2200	6.110,00
	Capa nas medidas 14,5 cm x 20,5 cm, em Reciclato 150 g/m ² com 4x4 cores, com Prova Impressa	1.000	7,7500	7.750,00
	Capa nas medidas 14,5 cm x 20,5 cm, em Reciclato 150 g/m ² com 4x4 cores, com Prova Impressa	2.500	5,0500	12.625,00
	Miolo nas medidas 14,5 cm x 20,5 cm, em Reciclato 120 g/m ² com 4x4 cores e 56 páginas com Prova Impressa			
-> Empacotamento, Entrega CIF (Entrega Inclusa)				

Fonte: Gráfica Rocha.

Dado o orçamento, confirma-se que o valor de produção unitário do livro, em uma tiragem de 2.500, é de R\$5,05, com entrega inclusa. Ressalta-se ainda que, quanto menor o custo de produção do livro, maior será a porcentagem do valor de venda destinada às doações para as ONGs. A pesquisa com o público revelou que o valor médio considerado justo foi de R\$18,75, com a faixa mais votada variando entre R\$16,00 e R\$20,00. Com isso, o valor desejável para o livro foi fixado em até R\$20,00, nos requisitos. Visando aumentar o volume de vendas, o preço final do livro foi definido em R\$16,00. Assim, vendendo o livro por R\$16,00, a ONG receberá 68,44% do valor como doação (R\$10,95).

Esse valor ainda pode ser ajustado em um momento pós-projetual, pois existem circunstâncias adversas como por exemplo no caso do patrocinador querer doar a totalidade ou uma porcentagem maior para a ONG, pagando certa parte do orçamento como doação. Nesse cenário inicial, o patrocinador terá esse custo de investimento, porém em teoria esse valor teria a possibilidade de ser retornado para este aos poucos, conforme cada venda. Em outras palavras, como esse livro é personalizável para ser utilizado por diversos patrocinadores/ONGs, depende do combinado entre estes para definir essa porcentagem de doação.

3.7.3. Diagramação

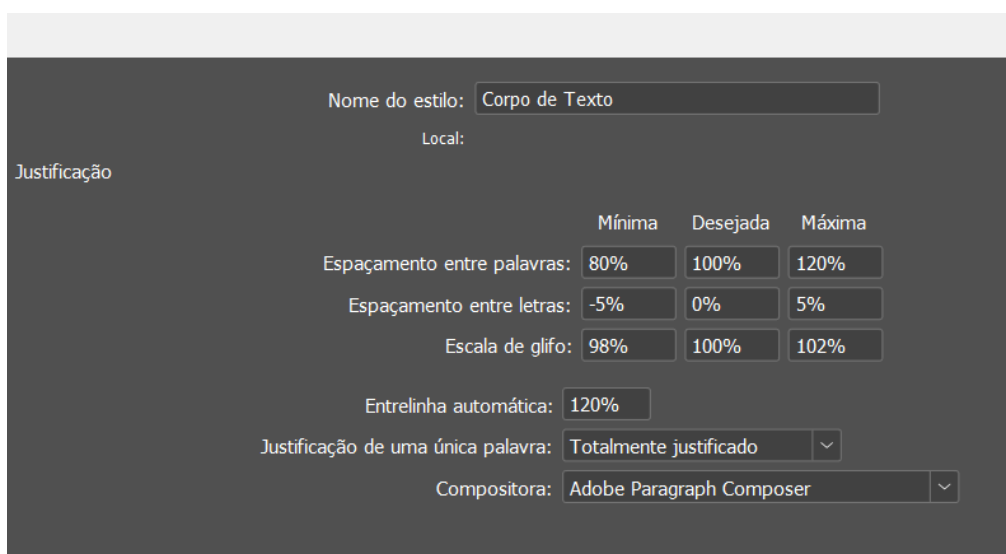
Seguindo a anatomia proposta, foram considerados na diagramação os princípios da Teoria da Gestalt, da Teoria da Forma e Composição, da hierarquia visual, e questões como Equilíbrio, Proximidade, Alinhamento, Repetição, Contraste e Zonas de Visualização.

Com esses princípios em mente, o conteúdo foi organizado em blocos visuais coerentes, criando grupos e níveis de hierarquia com o intuito de auxiliar o leitor a identificar e assimilar o conteúdo intuitivamente, facilitando o fluxo de leitura e posicionando de forma estratégica os elementos chave – como ilustrações e títulos – em áreas de maior atenção na página. Além disso, esses grupos foram segmentados em blocos curtos ou médios, com espaçamento adequado. O espaçamento utilizado foi de 2 módulos entre cada parágrafo e de 1 módulo entre o título e texto de cada parágrafo. Em alguns casos pontuais, foi necessário quebrar essa regra para não haver quebra de conteúdo entre páginas. Entretanto, foi respeitado sempre um espaçamento mínimo de 1 módulo entre os elementos gráfico-editoriais.

Ao configurar a diagramação dos parágrafos, alguns cuidados técnicos foram aplicados para evitar hifenizações problemáticas e/ou palavras ou sílabas viúvas, órfãs e forcas (LUPTON, 2013), além de optar pelo alinhamento justificado à esquerda. Embora Lupton (2011) afirme que

o alinhamento à esquerda seja comumente associado a um fluxo mais orgânico de leitura, o alinhamento justificado à esquerda pode proporcionar esse mesmo efeito de naturalidade na margem esquerda, enquanto mantém a organização das linhas na margem direita. Essa escolha é mais interessante para livros com colunas estreitas e de formato pequeno, pois ajuda a criar blocos de texto visualmente mais estáveis, segmentados e alinhados, aproveitando o espaço reduzido de forma mais eficiente. Para reduzir espaçamentos irregulares na justificação, os estilos de parágrafo foram ajustados com a seguinte configuração:

Figura 52 – Configuração da Justificação do Corpo de Texto



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Para ilustrar a proposta visual do livro, foram desenvolvidos *mockups* de algumas páginas selecionadas, apresentando diferentes tipos de páginas que foram diagramadas, como capa, sumário, passatempos e páginas de conteúdo com características específicas (fundo escuro ou claro). Vale ressaltar que há, no final deste relatório, um *flipbook online* que permite a visualização do protótipo completo do livro.

Figura 53 – Mockup: Capa do livro



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 54 – Mockup: Verso da capa e folha de rosto



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 55 – Mockup: Página de Boas Vindas



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 56 – Mockup: Página do sumário



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 57 – Mockup: Exemplo de página aberta (cor clara)



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 58 – Mockup: Exemplo de página aberta (cor escura)



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 59 – Mockup: Exemplo de página de passatempo



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 60 – Mockup: Exemplo de página com ícones e infográfico



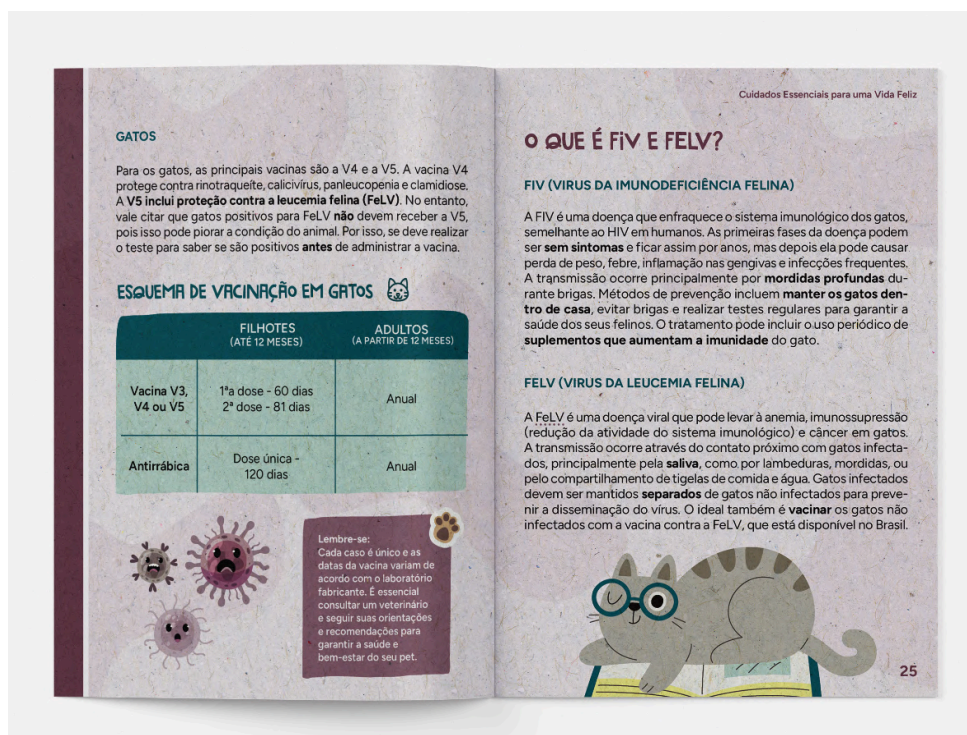
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 61– Mockup: Página no verso da capa



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

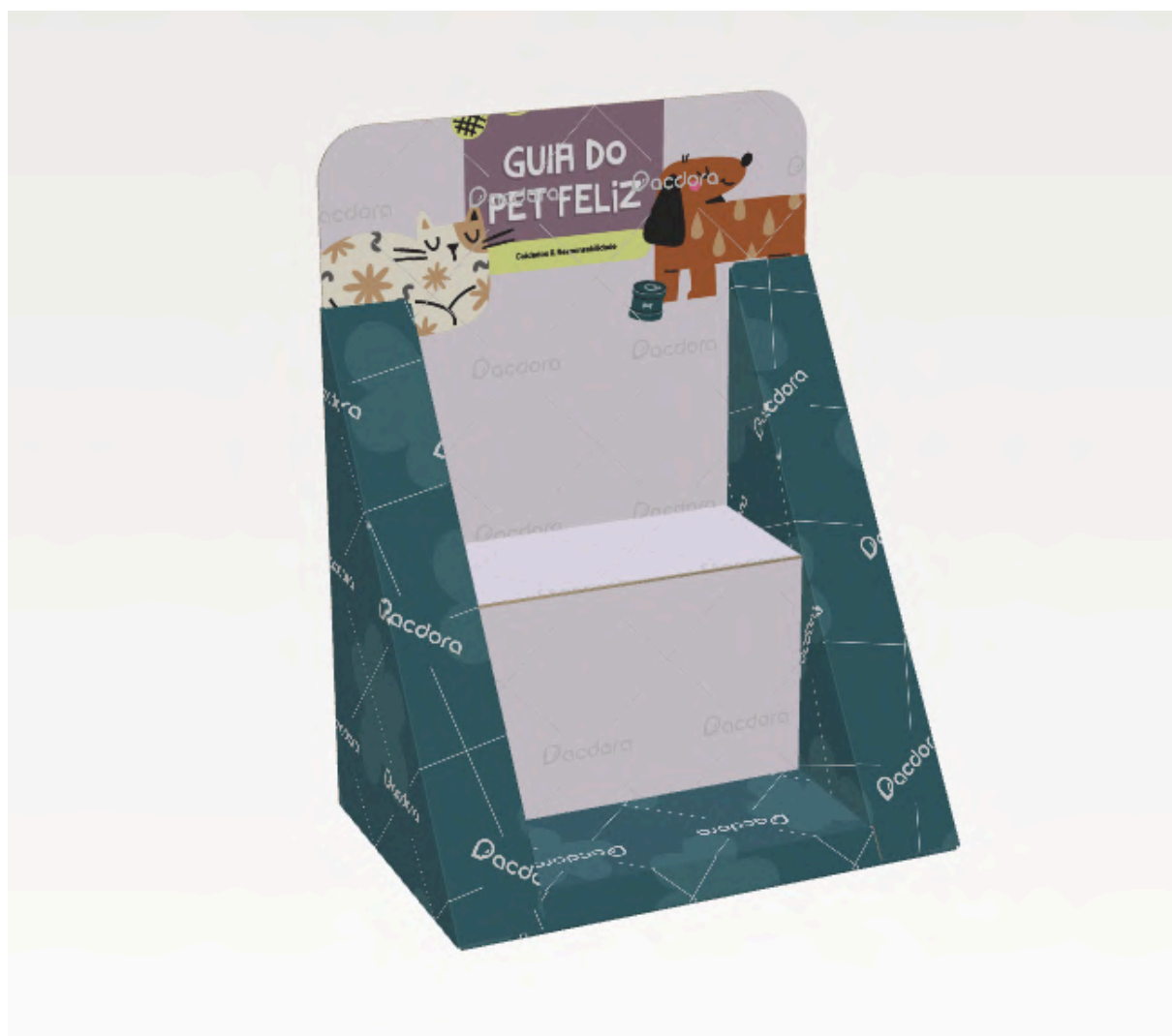
Figura 62 – Mockup: Exemplo de página com tabela



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Como identificado anteriormente, a possibilidade da criação de um expositor para o livro seria uma ótima opção para trazer mais destaque e incentivar a compra. Apesar de não ser um dos objetivos deste projeto, foi desenvolvido um protótipo digital com o auxílio da ferramenta Pacdora (www.pacdora.com), que permite a personalização de protótipos de mockup diversos, a fim de utilizar em uma fase pós-projetual,

Figura 63 – Protótipo digital de expositor para o livro



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 64 – Exemplo de uso do expositor



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente projeto de conclusão de curso consolida a integração entre os princípios de design editorial e a responsabilidade social, oferecendo uma abordagem para apoiar as ONGs da causa animal. Durante o desenvolvimento, foi possível explorar como o design pode atuar para além do comercial – tanto como meio de disseminação de informação, quanto como uma ferramenta eficaz para resolver as questões financeiras enfrentadas por essas instituições. O livro, além de possuir potencial educativo, foi concebido como uma solução prática para arrecadação de fundos, destinando parte significativa das vendas como doações.

Ao compreender a realidade das ONGs da causa animal e as características do público-alvo, foi possível criar um material com uma linguagem gráfica apropriada e eficaz, capaz de informar e entreter de forma didática. O projeto gráfico-editorial foi desenvolvido para ser cativante para o público-alvo e coerente com o contexto e com os conceitos definidos – Amigável, Didático e Responsável. Além disso, outro elemento importante no processo foi o foco na produção com otimização dos recursos financeiros – a fim de obter um resultado satisfatório em relação à qualidade e também na viabilidade comercial considerando o consumidor. A metodologia

adaptada de Frascara (2004) guiou cada etapa do projeto, desde a análise do público-alvo até o planejamento de produção e distribuição.

Com a futura implementação desse material, espera-se não apenas contribuir para o bem-estar animal e a conscientização da população, mas também oferecer às ONGs uma nova fonte de financiamento mais estável e sustentável. No entanto, o sucesso pleno desse projeto também depende de ações pós-projetuais, como a criação de parcerias estratégicas com ONGs, patrocinadores e parceiros, um estudo mais aprofundado da implementação e modelo operacional, além da avaliação da possibilidade de adaptação do conteúdo para potenciais novas edições, que podem abordar conteúdos voltados a outros animais.

5. MEIO DE REPRESENTAÇÃO “TRIDIMENSIONAL”

A fim de demonstrar o resultado final do livro, foi realizado um meio de representação tridimensional. Além da edição impressa, foi criada uma versão em *flipbook online*. Esse recurso permite aos leitores deste relatório uma experiência visual do livro finalizado, que pode ser acessada por meio do link abaixo.

Acesso ao *flipbook online*: <https://heyzine.com/flip-book/10971dc29a.html>

6. REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. Tradução Itiro Iida. São Paulo: Blucher, 2000. 272 p.

BEAVER, B. V. **Comportamento canino**: um guia para veterinários. São Paulo: Roca, 2001. 431 p.

BEAVER, B. V. **Comportamento felino**: um guia para veterinários. São Paulo: Roca, 2005. 372 p.

CASTRO, L.; Perassi, R. **Estruturação de Projetos Gráficos**: a tipografia como base do planejamento. 1. ed. Curitiba: Appris, 2018. v. 1. 151p.

CHILDERS, T.; GRISCTI, J.; LEBEN, L. **25 systems for Parsons Journal for Information Mapping**. *Volume V, issue 1*, 2013.

CHUAHY, Rafaella. **Manifesto pelos direitos dos animais**. Rio de Janeiro: Record, 2009. p. 27.

DENIS, Leon. **Direitos animais: um novo paradigma na educação**. 17 jan. 2010. p. 1. Disponível em: <<https://www.yumpu.com/pt/document/view/12926962/direitos-animais-um-novoparadigma-na-educacao-fala-bicho>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

DICIO. **Definição de Pet**. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/pet/>>. Acesso em: 9 nov. 2024.

FONTOURA, Antônio M.; FUKUSHIMA, Naotake. **Vade-mécum de tipografia**. 2. ed. São Paulo: Insight, 2012.

FRASCARA, Jorge. **Communication Design: Principles, Methods, and Practice**. New York : Allworth Press, 2004.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais & Símbolos: Desenho, projeto e significado**; 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FUCK, E. J.; FUCK, E. T.; DELARISSA, F.; CURT, C. E. **Relação homem x animal: aspectos psicológicos e comportamentais**. *Revista Nosso Clínico*, Ano 9, n. 49, jan.-fev., 2006.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

JESUS, Ebraim S. **O cenário das ONGs contra maus tratos e abandono de animais domésticos na cidade do Rio de Janeiro**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gestão Pública) – UFRJ, Rio de Janeiro, 2023.

LUPTON, Ellen. **A produção de um livro independente**. 1. ed. São Paulo: Rosari, 2011. 176 p.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MEÜRER, Mary Vonni. **Seleção tipográfica: critérios e etapas para a escolha de fontes**. Florianópolis: Insular, 2022. 114 p.

OLIVEIRA, Raíssa. **Sem recurso, ONG passa a acolher 84% menos animais: "omissão do poder público"**. *O Tempo*, 2023. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/cidades/sem-recurso-ong-passa-a-acolher-84-menos-animais-omissao-do-poder-publico-1.3251476>. Acesso em: 19 mai. 2024.

ORSELLI, H A.; CONTE, A. W. **A utilização da educação ambiental como instrumento de conscientização voltado para a extinção das formas de exploração animal**. *Revista Brasileira de Direito Animal*, Salvador, 2019. 112 p.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria:** 40 métodos de design de produtos. Ed. Blucher. São Paulo, 2015.

PUENTE, Beatriz. **Brasil tem quase 185 mil animais resgatados por ONGs, diz instituto.** *CNN Brasil*, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-tem-quase-185-mil-animais-resgatados-por-ongs-diz-instituto/>. Acesso em: 29 out. 2024.

SIMLINGER, Peter. **University course in information design.** *International Institute for Information Design (IIID)*, Viena, Áustria, 2007.

TATIBANA, Lilian S.; COSTA-VAL, Adriane P. **Relação homem-animal de companhia e o papel do médico veterinário:** (Human-pet relationship and the veterinary role). *Revista Veterinária e Zootecnia em Minas*. Belo Horizonte/MG, Ano XXVIII, v.103, p. 12-18, Out/Nov/Dez, 2009. Artigo Técnico 1.

UNGER, Gerard. **Enquanto você lê.** Brasília: Ed. Esterográfica, 2016.

6. APÊNDICES

APÊNDICE A – Formulário de pesquisa com Público-alvo

Formulário - Projeto de Conclusão de Curso

Este formulário de pesquisa foi elaborado com o intuito de compreender e mapear o público-alvo, em busca de fazer uma pesquisa inicial para meu Projeto de Conclusão de Curso (TCC), para minha graduação em Design, na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). O projeto consiste na criação de um livro pequeno (cerca de 19 x 13 cm) voltado para famílias (tanto para adultos quanto para crianças), abordando a temática dos animais domésticos, com foco em cães e gatos. O objetivo principal deste livro é fornecer informações, curiosidades e passatempos relacionados aos animais de estimação, a fim de conscientizar a população sobre temas importantes e incentivar o amor aos animais, ao mesmo tempo em que visa arrecadar fundos para apoiar as atividades desenvolvidas por ONGs e iniciativas em prol dos animais. Suas respostas serão essenciais para entender como o projeto pode ser uma ferramenta eficaz na conscientização sobre a causa animal e no apoio às organizações que trabalham nessa área. * Indica uma pergunta obrigatória

Parte I – Perfil

1. Qual a sua idade? *

- até 18 anos
- 19 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 ou mais

2. Qual gênero você se identifica? *

- Feminino
- Masculino
- Não-binário
- Prefiro não responder
- Outro:

3. Qual seu nível de escolaridade? *

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Pós-Graduação Incompleta
- Pós-Graduação Completa

4. Onde você reside?*

(Opção com cada Estado do Brasil ou “Outro País”)

5. Qual sua renda familiar mensal?*

- Até 2 salários mínimos
- De 3 a 5 salários mínimos
- De 6 a 10 salários mínimos

- Acima de 10 salários mínimos
- Prefiro não informar

6. Como você se sente em relação à causa animal? Você costuma se envolver em * atividades ou iniciativas relacionadas à proteção dos animais?

- Apaixonado pela causa animal; Sou ativamente envolvido em atividades de proteção animal.
- Solidário; Faço doações para organizações de proteção animal e/ou participo de campanhas de conscientização.
- Consciente; Procuro adotar práticas que respeitem os animais no meu dia a dia.
- Indiferente; Embora respeite os direitos dos animais, não me envolvo em atividades relacionadas à causa.
- Desinteressado; Não me envolvo e não tenho interesse em atividades de proteção animal.

Parte 2 – Sobre o Livro

Esta seção aborda aspectos fundamentais do projeto. A ideia inicial é fazer um livro em formato compacto, que aborde uma ampla gama de temas informativos sobre pets, além de oferecer atividades recreativas para crianças, como ilustrações para colorir, palavras cruzadas e caça-palavras. A meta é proporcionar informações úteis para o público em geral, curiosidades interessantes e uma variedade de passatempos. Cada página seria dedicada a um tópico diferente, garantindo uma experiência diversificada e envolvente para o leitor.

Destaca-se também o propósito de disponibilizar esses livros em locais estratégicos, como por exemplo pet shops, cafeterias e feiras de adoção. A intenção é comercializá-los a um preço acessível, tornando-os facilmente adquiríveis pela comunidade. Dessa forma, busca-se não apenas disseminar conhecimento e entretenimento, mas também arrecadar recursos significativos para apoiar a causa animal, transformando a venda desses livros em uma fonte de financiamento substancial para iniciativas voltadas ao bem-estar dos animais.

7. Você consideraria comprar um livro sobre animais de estimação que além de fornecer informações úteis também destina parte de sua venda para ajudar ONGs e iniciativas de proteção animal?*

- Sim
- Talvez
- Não

8. Qual é o principal motivo que te levaria a comprar o livro em questão?*

- Adquirir mais conhecimento sobre cuidados com animais
- Oferecer entretenimento para a família
- Presentear alguém
- Ajudar a conscientizar crianças da minha família sobre a importância dos cuidados com os animais
- Apoiar a causa animal por meio da compra de um produto solidário
- Outro:

9. Na sua opinião, qual seria uma faixa de preço justa para o livro, considerando seus objetivos de arrecadação de fundos? *

- R\$1,00 a R\$5,00
- R\$6,00 a R\$10,00
- R\$11 a R\$15,00
- R\$16,00 a R\$20,00
- R\$21,00 a R\$25,00
- R\$26,00 a R\$30,00
- R\$30,00 a R\$35,00
- Acima de R\$35,00

10. Onde você considera ser um bom ponto de venda para o livro? Selecione quantos quiser!

- Clínicas Veterinárias
- Pet Shops
- Feiras de adoção de animais
- Pontos de venda online
- Cafeterias
- Livrarias locais
- Abrigo de animais
- Eventos de conscientização animal
- Outro:

II. Que aspectos você considera importantes nesse livro para que ele seja atrativo e útil para crianças e adultos? Selecione até 3.

- Ilustrações coloridas
- Linguagem simples e fácil de entender
- Capa atrativa e visualmente impactante
- Conteúdo informativo acessível para todas as idades
- Passatempos e atividades infantis
- Outro:

12. Você tem alguma sugestão de referência ou inspiração para eu levar em consideração na hora de desenvolver o livro?

(Espaço livre para escrever)

13. Esse é um espaço livre para você adicionar considerações finais, caso deseje. Use aqui como preferir. Ideias são sempre bem-vindas.

(Espaço livre para escrever)