

PARA LER OU PARA MEXER? Produção gráfica e design de interação em publicações impressas

IS IT FOR READING OR FOR TOUCHING? Graphic production and interaction design in print materials

MACHADO, Willian; Bacharel em Design; Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

willian.machadoamorim@gmail.com

PONTE, Raquel; Doutora em Design; Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

raquelponete@eba.ufrj.br

Resumo

As publicações editoriais impressas são ameaçadas por um momento de crise nas vendas e competem tanto com a maior padronização e genericidade (Gatinho, 2021) quanto com a praticidade dos ebooks. Nesse contexto, o design gráfico se mostra uma forma de torná-las objetos desejáveis para além de seu conteúdo (Connolly, 2018; Melo e Lopes, 2021). O objetivo deste trabalho é descrever como escolhas de design podem contribuir para isso junto às escolhas editoriais, ajudando a produzir publicações impressas mais interativas e interessantes visual, tátil e comercialmente. Para tal, foi realizado um levantamento de diferentes mecanismos (analógicos, analógico-digitais e que simulam movimento) e itens de produção gráfica (encadernações, dobras, itens relacionados ao formato, métodos de impressão, acabamentos e suportes) que podem criar interações entre leitores e uma publicação impressa, reunidos a partir das vivências dos autores e dos trabalhos de Moreira (2015), Emanuel (2019) e Ambrose e Harris (2009a, 2009b).

Palavras-chave: Interação; Produção Gráfica; Design Editorial.

Abstract

Print publications have undergone a sales crisis and currently compete not only with digital books and their practicality, but also with increasingly standardized and generic books (Gatinho, 2021). In this constellation, one possible solution is to use graphic design to make them objects that are desirable not only for their content (Connolly, 2018; Melo e Lopes, 2021). The objective of this paper is to describe how design choices can contribute to the editorial choices in the production of more interactive and visually, tactilely and commercially interesting print publications. To this end, different mechanisms (analog, analog-digital and ones that simulate movement) and graphic production items (bookbinding and printing methods, folds, items related to the format of the publications, print finishing techniques and printing surfaces) that may create interactions between reader and publication were listed, based on the authors' experiences and on the works of Moreira (2015), Emanuel (2019) and Ambrose e Harris (2009a, 2009b).

Keywords: Interaction; Graphic Production; Editorial Design.

1 Introdução

Muito se fala sobre livros, revistas e outros folheáveis em geral: julga-se a atratividade de suas capas, o conteúdo que abrigam, a forma como as informações são dispostas neles e as discussões que originam. Todavia, pouco se aborda a interação – e seu design – nesses objetos tão importantes para a sociedade ocidental moderna.

A experiência humana é permeada de interação. É através da interação com outras pessoas, com objetos e com o meio onde estamos inseridos que ocorrem as tentativas de aprender, colaborar e de melhorar nossas experiências no mundo desde a infância. Por seu caráter central à vida, pensar na interação é imperativo para o processo de design e é a preocupação principal do campo do design de interação, cujo foco é definido por Rogers *et al.* (2013, p.24) como "desenvolver produtos interativos que sejam utilizáveis, o que genericamente significa produtos fáceis de aprender, eficazes no uso, que proporcionem ao usuário uma experiência agradável". Citando o livro *The Design of Everyday Things*, de Donald Norman, as autoras indicam os princípios que regem o processo de projetar um bom produto interativo: (1) visibilidade, (2) *feedback*, (3) restrições, (4) mapeamento, (5) consistência e (6) *affordances*. Isto é, as funções de um objeto devem estar o mais visíveis possível, deve haver restrições para que o usuário não execute a ação errada e um estímulo devolvido ao usuário após realizar qualquer ação – o *feedback* – que indique se a ação foi realizada com sucesso e teve algum efeito ou não. Além disso, as interações precisam estar mapeadas consistentemente de forma que façam sentido com seus efeitos no mundo real. Por fim, precisa haver pistas – as *affordances* – que digam aos usuários quais interações são possíveis. Pensando na tela de cadastro em um site ou aplicativo, por exemplo, é necessário que os campos a preencher e os botões estejam visíveis, que haja indícios (uma frase com instruções, por exemplo) de que estes elementos são passíveis de interação e que, ao clicar ou tocar em algum deles, algum tipo de mudança ocorra como *feedback* para o usuário (que os campos ou o botão troquem de cor, que alguma mensagem apareça na tela etc.). Ao mesmo tempo, é necessário que estes itens estejam mapeados de forma consistente: não faz sentido que o botão de se cadastrar venha antes dos campos de informações pessoais, ou que tenha o mesmo estilo que o botão de fazer login, já que serve para realizar ações distintas. O emprego correto desses princípios faz com que o design de um objeto ou interface ajude um usuário a utilizá-los sem se confundir, contribuindo para a ação profundamente social de aprender a usar algo.

Apesar de comumente associada ao design de interfaces digitais, como sites e aplicativos, e dos exemplos supracitados serem deste universo, a interação muitas vezes se dá por meio de elementos analógicos. Este é o caso de objetos cotidianos como roupas, calçados, chaves e portas, cujo uso está repleto de pistas que direcionam a interação. Quando se trata de livros, revistas e outros folheáveis físicos – cujo design se localiza entre a comunicação visual e o design de produto – os mesmos princípios se aplicam. O próprio formato dos folheáveis, com as folhas de papel geralmente presas apenas em um de seus quatro lados, serve como pista para a interação de abrir e folhear; as palavras escritas nas páginas pressupõem a ação de ler e assim por diante. Entretanto, mais do que essas formas de interação ditadas pelo formato comum do livro-códice, há outras formas criativas de fazer com que leitores interajam com um determinado produto de design editorial, muitas delas através de escolhas editoriais, de design gráfico, produção gráfica e engenharia de papel. É irônico, portanto, que existam os chamados "livros interativos": livros com dispositivos móveis que hoje são direcionados em grande parte ao público infantil, mas que têm sua origem no século XII (o *Liber Floridus*, de 1121, primeiro livro de que se tem notícia a incluir estes dispositivos, pode ser visto na figura 1) e na necessidade de demonstrar dados astronômicos e

botânicos complexos (Kennedy, 2017).

Figura 1: Imagem do Liber Floridus.



Fonte: Kennedy (2017).

Questões como essa nomenclatura, bem como a definição do livro-códice como formato padrão e único para a maior parte das publicações comerciais aponta para um problema maior do mercado editorial: apesar do maior acesso a métodos de impressão, há uma crescente padronização de forma e conteúdo, o que tem ajudado a consolidar a produção editorial na mão de poucos e retirado a diversidade (de formatos, editoras e vozes) do mercado. Adicionando os livros digitais a essa equação, pode-se entender parte da crise de vendas dos livros físicos no Brasil, acometidos pelos preços menores dos ebooks, pela pirataria e pela facilidade de acesso a eles.

Contribuindo para este debate, Connolly (2018) relata que a multiplicação dos livros digitais renovou o carinho por livros físicos, cujas vendas só se tornam comparáveis aos ebooks quando se tornam objetos desejáveis, ou seja, visualmente atrativos e passíveis de serem divulgados em redes sociais. Nesse cenário, o design (gráfico e de interação) pode ser visto como um grande aliado das editoras, sendo responsável por alçar uma publicação do lugar-comum e destacá-la na visão dos consumidores, tornando os folheáveis objetos de desejo por razões além de seu conteúdo. Esses mecanismos de diferenciação, nesse caso, servem para distinguir essas publicações não apenas de suas contrapartes digitais, mas também das que possuem projetos gráficos padronizados e povoam as livrarias. Conforme aponta Elaine Ramos, da editora Ubu, "o livro digital fortalece esses diferenciais, porque uma vez que você vai imprimir, precisa ter um diferencial. Acho que o digital compete de maneira mais esmagadora justamente com o livro genérico" (Ramos *apud* Gatinho, 2021, p. 83).

Em contraponto a este paradigma, a publicação independente se mostra um caminho viável de confronto e expansão de possibilidades que transbordam o mercado independente e desaguam também no *mainstream*. Nesse âmbito, é importante destacar o papel das zines, publicações independentes com raízes em diversos movimentos de contracultura e intimamente ligadas à cultura punk britânica da década de 1970. Estando em um espaço alternativo, à margem das amarras da publicação editorial tradicional em um sistema econômico capitalista, estas publicações têm abertura para abordar temas que não possuiriam espaço na mídia tradicional, como aqueles que contam com um viés mais crítico e/ou de confronto às normas sociais e culturais vigentes, como é o caso das zines feministas, as produzidas pelos Panteras Negras, as que eram contra guerras (como a do Vietnã) e ditaduras (como a que assolou o Brasil na segunda metade do século XX); e para trazer experimentações com a linguagem (em seus diferentes modos) que não seriam bem-vistas em círculos tradicionais. Como escreve Albuquerque (2021, p.18), "A liberdade dentro do cenário alternativo permite a rejeição de uma série de padrões socialmente impostos e, em consequência, a construção de uma nova cultura, paralela ao pensamento *mainstream*".

Foi esse contexto de produção que deu origem ao que se consideraram as características das fanzines por muito tempo: ser um folheável, ter impressão barata (muitas vezes, xerox ou impressão com mimeógrafo), baixa tiragem, público segmentado, experimentação com a linguagem, criticidade, produção artesanal e amadora e, principalmente, despreocupação com o lucro (Sno, 2015). O surgimento das zines a partir das fanzines, com o descolamento da cultura de fãs e o movimento rumo à produção de conteúdo autoral, com novas tecnologias e formas de angariar fundos, alargaram também o entendimento do que define esse formato, apesar dele sempre se manifestar como um folheável. Com o advento do *desktop publishing* e do financiamento coletivo, por exemplo, é possível produzir a prova de conceito de uma zine, anunciá-la antes de efetivamente produzi-la e então cobrar um preço de pessoas interessadas para financiar sua escrita, diagramação e impressão, em uma inversão do processo zinístico comum. Além disso, nesse modelo, não é necessário se restringir a métodos de impressão baratos, artesanais e baixa tiragem, visto que as pessoas (talvez muitas) estarão consentindo em pagar pela produção daquela publicação e já terão uma ideia de como será produzida, com quaisquer métodos de impressão e acabamento que o dinheiro arrecadado possa pagar. Este tipo de modelo de financiamento, então, traz uma liberdade relativa na hora de projetar a publicação, mas há de se equilibrar os desejos dos autores e o custo final para os consumidores: enquanto uma produção com mais formas de encantar leitores pode servir como atrativo no meio de tantos outros projetos, ela também pode encarecer demais o produto, além do que o público-alvo pode pagar.

Um exemplo de publicação independente que bebe dessa fonte é a série de zines *Heterotopias* (Martin, 2017), que explora a interseção entre os mundos digitais dos videogames e arquitetura, publicando conteúdo ensaístico com um formato diferenciado: a encadernação aparente na lombada e o uso do texto em papel vegetal, translúcido, sobre as imagens, refletem o ideal de desvelar a criação e os sentidos desses mundos, como se suas paredes fossem quebradas e as vigas que os mantém de pé pudessem ser vistas (figura 2).

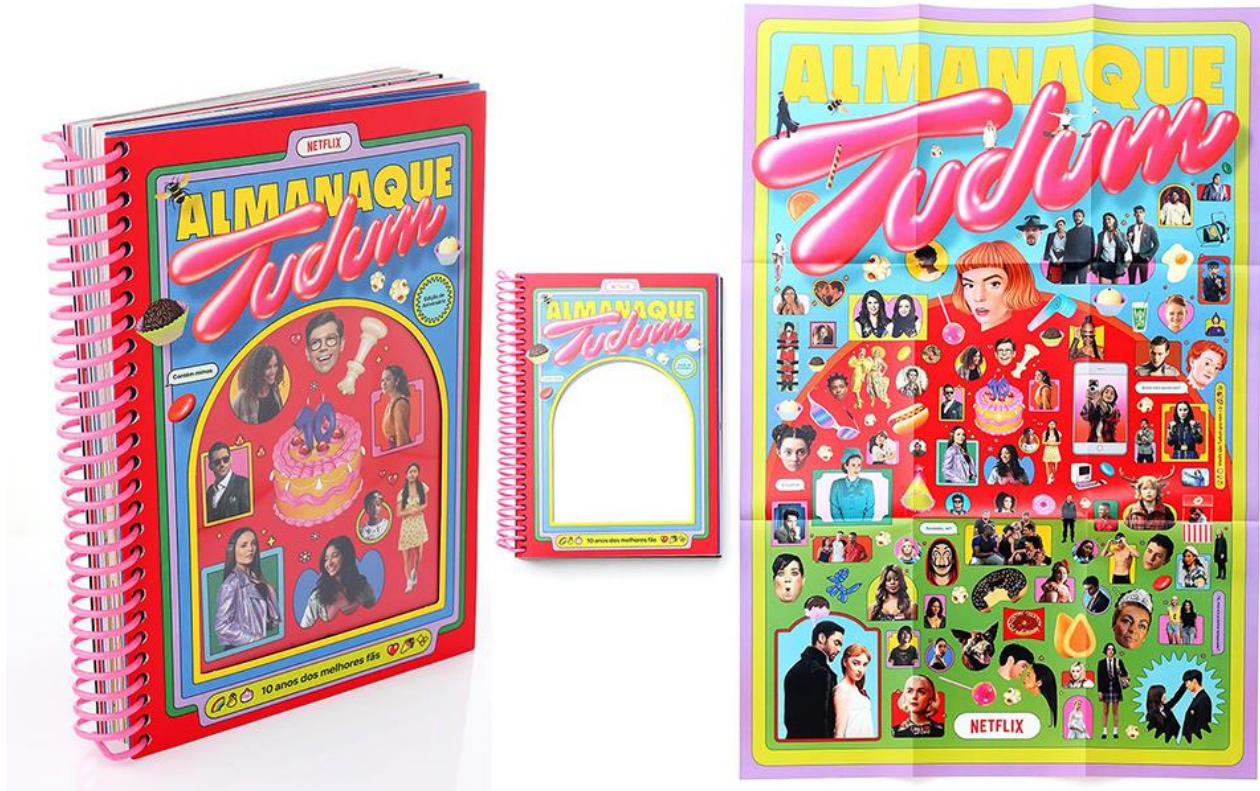
Figura 3: Uso de faca especial nas páginas internas do segundo volume da revista *A Profound Waste of Time*.



Fonte: Whistler, 2022.

É possível ver que a experimentação do movimento alternativo tem influenciado também o mercado tradicional por meio de publicações ligadas à gigante do *streaming* de vídeos *Netflix*, que publicou *Stranger Things: a Zine do maior Fandom do Brasil* (Quintanilha, 2022) e o *Almanaque Tudum* (Netflix, 2021). Apesar de não ter uma origem independente, a primeira publicação é uma autointitulada zine que surge e dialoga com a cultura de fãs da série *Stranger Things*, se valendo de uma estética nostálgica e experimental em suas páginas. Já o *Almanaque Tudum* (figura 4) é uma publicação maior que traz grandes experimentações de formato e produção gráfica para fomentar a interação com os leitores, incluindo elementos destacáveis e montáveis em suas páginas, facas especiais, muitos acabamentos, papéis e métodos de impressão diferentes. É importante notar, também, que o uso concomitante de todos estes processos encarece o valor do produto final e provavelmente não seria possível em um contexto editorial comum, em pequenas tiragens ou no mercado alternativo; aqui, entretanto, há o financiamento de uma gigante da tecnologia e do entretenimento por trás da produção.

Figura 4: Capa com faca especial e pôster do *Almanaque Tudum*.

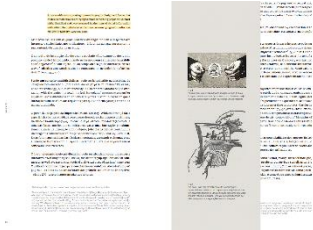






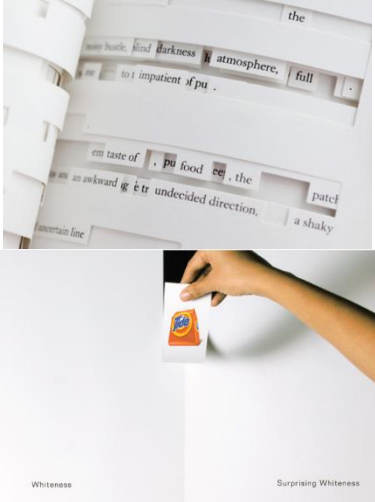
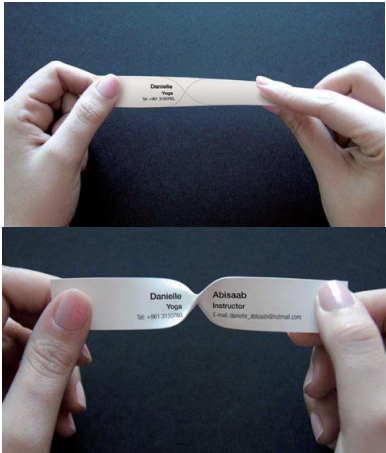

Fonte: Netflix, 2021.





2 Mecanismos interativos em suportes físicos


Em um contexto em que a padronização de formatos e estratégias impera e se aprofunda, é imperativo construir um repertório de outras possibilidades para projetar publicações impressas que fujam à norma. Assim, o cerne deste trabalho foi o mapeamento de diferentes tipos de interações que podem ser aplicadas a projetos físicos; tópico este que já foi discutido por diversos outros autores anteriormente. Moreira (2015) descreve diferentes mecanismos interativos utilizados no design de identidade visual como meio de despertar interesse e emoções em relação a uma marca; e Emanuel (2019) reconta uma experiência de ensino de design de interação a partir de suportes analógicos e mostra as peças produzidas por seus alunos. Ambas dão exemplos de mecanismos analógicos e interativos, como o uso de *pop-up*, de suportes diferentes ou de dobras especiais, aplicados em projetos de *branding* e comunicação visual. De forma relacionada, Ambrose e Harris (2009a, 2009b) focalizam o papel de diferentes formatos e escolhas de produção gráfica em projetos de estúdios famosos de design mundo afora e, apesar de não tratarem diretamente de interação, conferem diversos exemplos de como estes aspectos podem ajudar a criar experiências diferentes entre leitores e objetos. Estas referências foram utilizadas, em conjunto com o conhecimento dos autores deste trabalho, para construir a tabela sobre mecanismos interativos em suportes físicos abaixo, dividida entre aqueles de natureza analógica, de natureza analógico-digital e aqueles que simulam movimento.

Quadro 1 – Diferentes mecanismos interativos utilizados em projetos impressos.

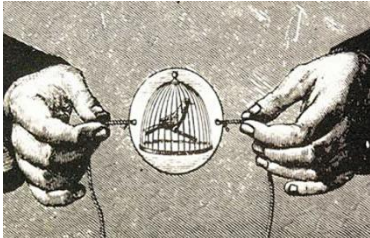

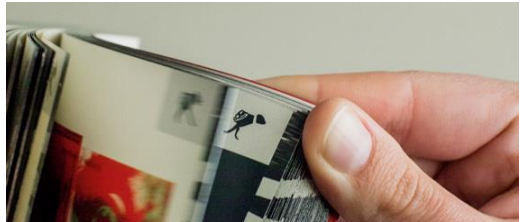
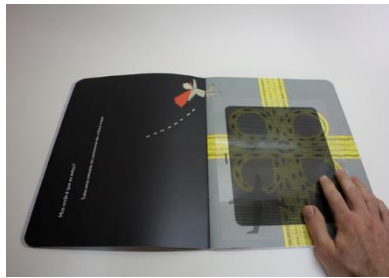
Interações analógicas			
1	Abas / flaps	Folha encartada que revela, esconde ou dá mais informações em uma página-dupla.	
2	Anáglifo 3D	Criado a partir de duas imagens semelhantes sobrepostas com uma pequena distância entre elas. Cada imagem tem uma cor diferente, habitualmente vermelho e azul, o que permite, através de óculos com um filtro de cada uma das cores, obter uma imagem tridimensional. Ao usar cada cor separadamente, pode-se revelar ou esconder informações. Dependendo da pigmentação, o celofane pode ser um bom material para os filtros.	
3	Rollage	Duas imagens juntas que se revelam a partir da utilização de uma película transparente. Deslocando sobre a ilustração um acetato com um grid – tal como acontece na técnica ombrocinema, descrita na próxima seção – descobrem-se duas imagens diferentes na mesma página.	
4	Autoadesivo	Um papel ou filme que recebe uma fina camada de adesivo sensível à pressão protegido por um papel ou filme siliconizado. Pode ser reposicionada sem perder a cola.	
5	Reflexo	Em livros, aplicação de película metálica que pode ser usada de diversas maneiras, entre elas com imagens anamórficas.	

6	Sobreposição e transparência	A sobreposição do mesmo material ou de materiais diferentes permite a descoberta de novos conteúdos e proporciona várias leituras quando o objeto é manuseado. Dependendo dos materiais, a visualização através das várias camadas de informação pode ser feita a partir da transparência ou de cortes.	
7	Pop-up e outros mecanismos relacionados à volumetria do papel	Abas, peças giratórias ou elementos que se tornam tridimensionais; dobras, torções e vincos também são possibilidades para a comunicação.	
8	Através de acabamentos	Acabamentos, como o <i>hot stamping</i> e o relevo, podem criar experiências táteis e interativas diferentes.	



9	Através de cortes especiais	Cortes feitos com facas especiais ou pelo próprio usuário podem revelar informações escondidas, permitir a reutilização do objeto, personalizar suportes ou potencializar a comunicação de determinados conceitos. No caso do picote (uma série de cortes ou furos que fazem com que algo possa ser destacado) ou do rasgo pelo usuário, são irreversíveis , pois só podem ser experienciados uma única vez.	
10	Através de materiais riscadores	Com o uso de canetas e similares, é possível descobrir conteúdos e personalizar/finalizar a comunicação. Pode ser irreversível .	
11	Através de diferentes suportes	O uso de outros suportes (combinados ou substituindo o papel) também pode criar interação. Na foto ao lado, o logo da Coca-cola é de velcro e cola nos passantes para simbolizar a aderência (à mão) do novo formato de garrafa.	
12	Interação lúdica	Usa a interação para tornar a peça um brinquedo, muitas vezes se utilizando do corpo do leitor (como na foto ao lado, livros-máscara etc.).	

13	Imagens anamórficas	Imagem construída para ser vista de um ponto de vista específico. Necessita do deslocamento do leitor.	
----	---------------------	--	--

Interações analógicas que simulam movimento

1	Taumatropo ou taumatrópio	Disco de cartão com uma figura de um lado e uma outra invertida no lado oposto. A partir de dois fios colocados nos extremos do eixo do disco, faz-se com que o disco gire sobre si mesmo e que as imagens se sobreponham.	
2	Fenaquistiscópio	Disco dentado com uma série de imagens sequenciais (entre 8 a 20) que deve ser refletido em um espelho enquanto se gira o objeto. Olhando através do buraco do disco, as imagens parecem se mover.	
3	<i>Flip-book</i>	Técnica analógica de animação que consiste em um livro que, ao ser folheado, revela imagens em movimento. A velocidade da animação é decidida pelo usuário.	
4	Ombro-cinema	Outra técnica de animação artesanal. Ao deslizar uma folha de acetato com um padrão com linhas desliza sobre uma imagem composta por linhas com a mesma orientação, as imagens impressas se animam.	

Interações analógico-digitais

1	AR (Realidade Aumentada)	Conteúdo que envolve interação entre uma superfície impressa e tecnologia. Ao se apontar a câmera do celular para uma peça impressa, imagens parecem saltar da tela.	
2	Uso de sensores	Uso de sensores (de movimento, por exemplo) em conjunto com objetos analógicos. Na foto ao lado, um sensor detecta quem passa embaixo da escada ou não e faz crescer o contador digital no outdoor.	



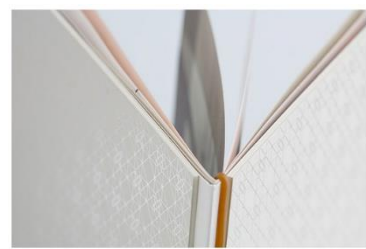



Fonte: Elaborado pelos autores.






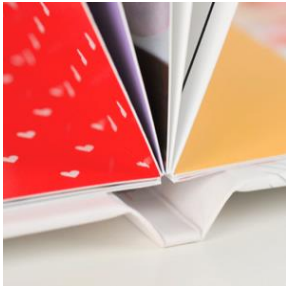
3 Produção gráfica e interação




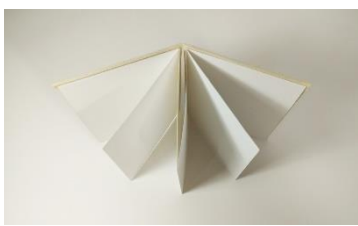
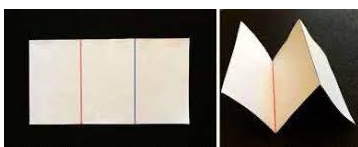
Além dos mecanismos listados anteriormente, diversas soluções de produção gráfica também podem ajudar a criar interações entre leitores e publicações impressas. Ambrose e Harris (2009a, 2009b) exemplificam como o uso de diferentes formatos, papéis, cortes e acabamentos pode criar experiências táteis e interativas com os leitores. Se houver uma foto muito grande e muito horizontal para ser disposta nas páginas, ela pode ser reduzida proporcionalmente até caber em um formato de página regular, sim, mas também pode ser ampliada e disposta em uma página desdobrável, cortada de forma a poder vislumbrar o conteúdo da página seguinte ou receber uma camada de verniz que criará relevo sobre ela e destacará certas áreas. A coleção de zines *Heterotopias* (Martin, 2017), citada anteriormente, se utiliza da encadernação aparente e do texto impresso sobre papel translúcido para criar uma relação entre objeto e conteúdo, fazendo com que o próprio formato da zine reflita seu conteúdo: ensaios sobre a relação entre arquitetura e mundos virtuais. Todas essas estratégias criam efeitos de sentido distintos e níveis de interação diferentes entre leitor e objeto / conteúdo, o que serve para sublinhar o poder da escolha de formatos e acabamentos em um dado projeto de design gráfico. Além disso, o uso de estratégias que fogem do que é tido como padrão para o mercado editorial pode servir para destacar certa publicação em relação a seus pares, em especial quando se trata de um nicho em que boa parte do conteúdo pode ser encontrado digitalmente.

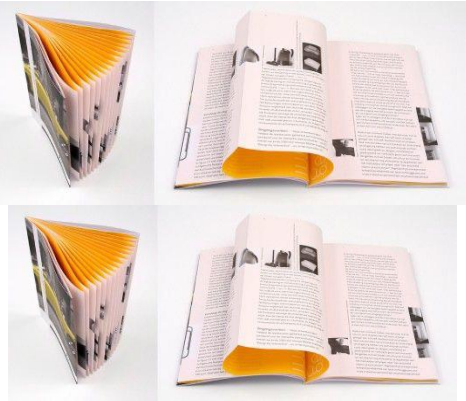
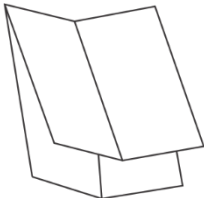


Assim, partindo das mesmas referências que as utilizadas na tabela anterior e complementando-as com o conhecimento dos autores, foi construída a tabela abaixo. Esta se dedica aos diferentes itens relacionados ao formato e à produção gráfica (tipos de encadernação e dobras, formatos distintos, métodos de impressão, acabamento e suportes) que podem ser empregados para alcançar algum nível de interação analógica.





Quadro 2 – Itens de produção gráfica que podem ser utilizados para criar interação em projetos impressos.






Tipos de encadernação			
1	Encadernação em Z	Dois cadernos, de direções opostas, que compartilham uma capa em Z que separa e ao mesmo tempo une as duas metades.	
2	Encadernação em Z serrilhada	Mesmo formato do exemplo acima, mas com uma faixa serrilhada para separar os dois cadernos.	
3	Encadernação com elástico	Encadernação que usa um elástico para unir os cadernos. Pode servir para unir o mesmo caderno ou cadernos diferentes (passando o mesmo elástico pelo centro de ambos). Pode ser usado diretamente sobre as páginas ou com um picote, em local similar ao feito na encadernação japonesa.	 
4	Encadernação sem costura	Encadernação estilo brochura, em que a capa (de papel) é apenas colada ao miolo.	
5	Encadernação capa dura	Encadernação que usa um papel duro afixado ao miolo por meio da guarda. Parte da capa fica visível com o livro aberto (o que pode ser usado no projeto gráfico para formar uma "moldura" ao redor das páginas duplas).	


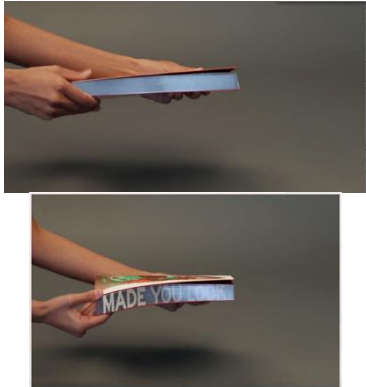



6	Encadernação com espiral	Encadernação com espiral de plástico ou metal na lombada.	
7	Encadernação com <i>wire-o</i>	Encadernação com garras circulares (ocultas ou expostas) e uma sobrecapa.	
8	Encadernação com lombada canoa	Encadernação que usa um grampo canoa na lombada. Permite abertura completa do livro, em 180º.	
9	Encadernação com grampo lateral	Usa grampos que prendem as páginas ao longo da lombada para aumentar a resistência do folheável. Pode ser reforçada com uma tira de tecido sobre a lombada, escondendo os grampos.	
10	Encadernação japonesa	Encadernação com costura aparente, em que um fio contínuo atravessa vários furos. A parte da lombada na primeira capa, nesse caso, é "solta" do restante da capa para permitir a abertura.	
11	Encadernação <i>otabind</i>	Encadernação em que a lombada da capa não é fixada na lombada do miolo, o que permite a abertura total do miolo (em 180º) e evita danos a ele. Pode ser usada com livros de capa mole ou dura.	


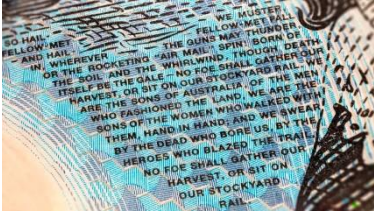




12	Autoencadernação	Publicações que são dobradas sobre si mesmas e parecem encadernadas mesmo sem serem (como folders longos). O leitor precisa reencaderná-las depois de ler.	
Tipos de dobra			
1	Página desdobrável	Folha dobrada e encadernada na publicação para conferir mais espaço. Pode ser usada com diferentes números de painéis e dobras (janela, para lado, para cima – nesse caso, apenas as páginas de baixo são afixadas na lombada). Os painéis desdobráveis devem ter tamanho ligeiramente menor que a página-padrão para se encaixar perfeitamente na lombada.	
2	Dobra-janela	Página com um ou mais painéis extras que se dobram para o centro e se encontram no meio da página. As páginas estendidas são dobradas e cortadas em um tamanho menor que as páginas padrão para que se encaixem corretamente. Precisa ser encartada na publicação.	
3	Dobra-sanfona ou zigzag ou concertina	Duas ou mais dobras paralelas posicionadas em direções opostas, que formam um pregueado e se abrem como uma sanfona. As páginas externas precisam ser um pouco maiores que as internas para que as dobras fiquem ocultas. Se for dobrada sobre si própria, as páginas precisam ser gradativamente menores (do centro para as extremidades). Cria volume e textura naturalmente. Pode ser afixada a uma sobrecapa e ter formatos diferentes (como de um leque).	
4	Dobra em vale e montanha	Se refere ao posicionamento das dobras. Se a dobra ficar para baixo/dentro, é em vale; se ficar para cima/frente, é em montanha (na	






		imagem, dobra vale em vermelho e montanha em azul).	
5	Dobra francesa	Formada por cadernos refilados em duas, e não três, das extremidades. O caderno é costurado ao longo da dobra e a borda oposta (superior ou inferior) permanece dobrada e não-refilada. Pode conter impressão nas faces internas.	
6	Dobra em cruz	Duas ou mais dobras feitas em direções opostas, geralmente em ângulos retos.	
7	Dobra enrolada	Composta por uma série de dobravale paralelas dobradas umas sobre as outras. As páginas devem ser sucessivamente maiores para se encaixarem perfeitamente.	
Outros itens relacionados ao formato			
1	Estojo	Caixa rígida aberta em um dos lados que envolve e protege um livro, ou agrupa vários livros diferentes.	

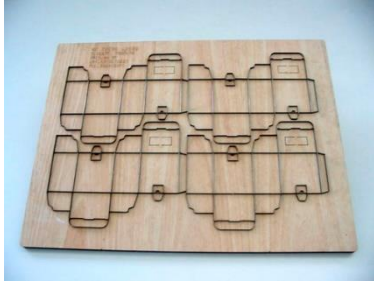


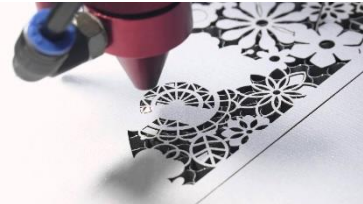


2	Mesmo livro, múltiplas capas	Uso de várias capas para o mesmo conteúdo. Pode ser usado de forma que todas as capas juntas formem uma imagem maior.	
3	Mesmo livro, múltiplos formatos	Uso de diferentes formatos para o mesmo conteúdo (o mesmo livro é publicado em formatos pequeno e grande, por exemplo).	
4	Cinta	Suporte de papel ou plástico colocado em torno da publicação. Pode abranger toda a publicação ou apenas uma faixa dela.	
5	Sobrecapa	Capa extra que contém mais de dois painéis e protege o livro. Os painéis extras são dobrados para dentro, de forma que a sobrecapa envolve os painéis principais da capa. Os painéis extras podem ser orelhas ou mesmo páginas inteiras. Há também uma versão com dobra francesa (sobrecapa padrão internacional).	

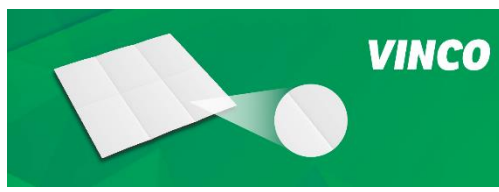






6	Encarte	<p>Inserção em um livro ou revista que é colada ao longo da lombada. Forma de incluir elementos individuais em uma publicação, quando essas não formam um caderno. Pode ser feita com uma página de mesmo tamanho, de tamanho menor na largura (que pode se tornar uma aba), ou no comprimento. Quando menor no comprimento, deve ser alinhado à margem superior ou à inferior da página. Não necessariamente precisa ser alocado no meio do caderno. Pode ser colado sobre a página ou inserido no caderno.</p>	
7	Inserção	<p>Folhas soltas que são inseridas dentro do caderno de um folheável.</p>	
8	<p>Páginas cortadas (<i>cadavre exquis</i>)</p>	<p>Páginas cortadas de origem dadaísta que, quando folhadas, criam diferentes experiências de leitura através da combinação dos conteúdos nos cortes.</p>	
9	Dedeira	<p>Entalhes de índice na borda do miolo, usando o tamanho da ponta do dedo, para dividir seções ou cadernos. Usada em bíblias.</p>	
10	Abas	<p>Versão das dedeiras sem entalhe. As páginas individuais têm abas salientes que marcam os capítulos.</p>	





1	Impressão lenticular	Impressão que confere uma profundidade e movimento à peça. Pode criar a ilusão de profundidade (3D), transformação, intercalação de imagens, animação (de 1 a 4 segundos, até 24 frames) ou zoom. Utilizada em tazos.	
2	Impressão de borda ou pintura trilateral	Impressão feita nas bordas das páginas do livro. O conteúdo pode ser visto quando o livro está parado ou revelado apenas com movimento.	
3	Tintas especiais	Uso de tintas termocrômicas, fotossensíveis, fosforescentes, UV, raspadinha, com cheiro, condutoras de eletricidade, que reproduzem efeitos (como o da ardósia) e criam outros níveis de interação. Tinta raspadinha só funciona sobre papéis não-absorventes (com laminação, por exemplo).	
4	Gravação em acrílico	Impressão que marca o acrílico com um laser.	
5	<i>Transfer</i> ou decalque	Impressão em que a arte é transferida de um suporte para outro, normalmente vidro, madeira, metal ou cerâmica.	






6	<i>Offset</i>	Impressão, geralmente a quatro cores, em que a tinta é transferida de uma chapa de impressão para um cilindro e depois para o suporte (impressão indireta). As cores são impressas em ângulos diferentes (roseta) para criar uma grande variedade de cores.	
7	Microimpressão	Utilizada para impressão legível (de texto) em pequenos espaços, como selos.	
8	Impressão lavada	Usa tinta bastante diluída para produzir uma cor mais apagada que a matiz da tinta usada, como um tom pastel. É feita através da pré-impressão de folhas com a cor desejada, ou diluindo a tinta em métodos como a serigrafia.	
9	Serigrafia / <i>Silk Screen</i>	Impressão que usa diferenças na permeabilidade de uma tela. Não pode ser usado para grandes tiragens, mas pode ser usada sobre quase qualquer suporte e permite o uso de tintas mais viscosas, o que adiciona textura ao projeto.	
10	Tipografia / <i>Letterpress</i>	Impressão em relevo em que uma superfície de tipos móveis elevada e entintada é pressionada contra o suporte. Adiciona um pouco de relevo ao papel e gera pequenas variações na impressão (por causa da absorção de tinta / nível de pressão), fazendo com que cada impresso seja único.	
11	Composição a quente / linotipo	Processo de impressão obsoleto em que linhas de tipos móveis de metal são fundidas antes da impressão. Adiciona um pouco de relevo ao papel.	





12	Linoleografia	Impressão em relevo de baixa tiragem em que uma imagem é gravada de forma invertida em uma placa de linóleo, entintada e prensada contra o suporte.	
Acabamentos			
1	Verniz localizado / de reserva	Verniz que confere brilho onde é aplicado. Cria textura em relevo.	
2	Verniz	Verniz que reveste e protege uma peça, além de adicionar qualidades diferentes. Pode ser brilhante, fosco, acetinado (entre o brilho e o fosco), neutro (quase invisível, é usado para secagem rápida das peças), perolado ou com cores. Pode ser adicionado como uma cor adicional durante a impressão (in-line), o que reduz seu impacto visual, ou após a secagem das tintas (off-line). Funciona melhor em suportes revestidos.	
3	Hot stamping	Fita metálica ou colorida que é pressionada contra um suporte usando calor e pressão. Pode ser plano (mais comum) ou em vários níveis (<i>hot stamping</i> esculpido, que cria níveis e texturas diferentes). Cria um leve relevo sobre a peça.	
4	Serrilha / Picote	Série de cortes ou furos que fazem com que algo possa ser destacado.	

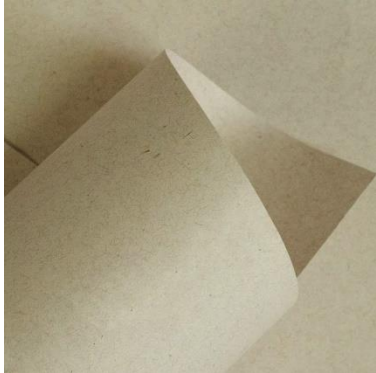


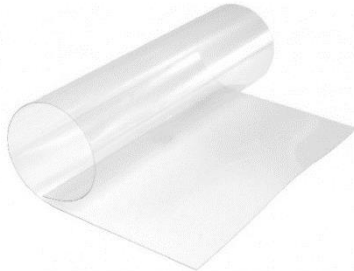
5	Corte especial	Corte feito utilizando uma faca de aço especialmente modelada.	
6	Filigrana	Trabalho ornamental de criação de padrões intrincados com um fio dourado ou prateado. Oriundo da ourivesaria.	
7	Meio-corte	Corte em um nível superficial do suporte. Utilizado para cortar etiquetas adesivas, de forma que a forma da etiqueta seja cortada, mas a base protetora não.	
8	Corte a laser	Corte utilizando um laser. Cria marcas de queimado em volta de cada corte, que podem ser ocultadas com uma sobreimpressão de cor sólida.	
9	Laminação	Filme fino aplicado a um suporte impresso. Confere maior brilho e rigidez à folha, protege contra umidade e manuseio, além de impermeabilizar o suporte.	
10	Refile	Corte reto feito no suporte.	

11	Vinco	Processo que usa uma lâmina cega e pressão para vincar o papel e permitir sua dobra.	
12	Verniz UV	Revestimento aplicado a um suporte impresso que é fixado e curado com luz ultravioleta. Pode ter textura e ser aplicado de forma localizada. Caso localizado, funciona melhor sobre laminação fosca.	
13	Rebarba	Borda irregular característica do papel recém-fabricado. Esse efeito pode ser imitado rasgando a borda do papel com a mão.	
14	Relevo seco	Desenho estampado em um suporte sem tinta ou laminação. Cria texturas e pode ser usado em área entintada ou não, mas sempre após a impressão. Pode ser alto ou baixo.	
15	Baixo-relevo	Relevo seco utilizado para formar áreas rebaixadas.	
16	Alto-relevo	Relevo seco utilizado para formar áreas elevadas.	
17	Relevo americano	Processo de acabamento que envolve colocar um pó transparente sobre a tinta ainda úmida e passar a peça por um forno. Cria um contorno sutil acima da superfície, sem que seja aparente no verso.	

18	Termografia	<p>Processo de acabamento de impressão que gera caracteres em alto-relevo. Feito ao depositar pó termográfico sobre o papel impresso em offset ou tipografia / letterpress enquanto a tinta ainda está fresca. O pó gruda na tinta fresca e se funde com ela quando o suporte passa por um forno, o que produz uma superfície em alto-relevo com uma textura característica.</p>	
Suportes			
1	Papel flocado	<p>Papel revestido com refugo de lã finíssimo que dá a impressão de tecido/veludo ao papel.</p>	
2	Papel-bíblia ou papel da Índia	<p>Papel de baixa gramatura (44g), muito fino, resistente, leve e opaco. Indicado para livros com muitas páginas (como bíblias).</p>	
3	Papel-jornal	<p>Pouco durável, de baixo custo.</p>	

4	Papel vegetal ou Velino	Papel translúcido e fino.	
5	Papel <i>antique</i>	Acabamento rústico sobre papel <i>offset</i> .	
6	Papel não-revestido	Usado para escrita e impressão comercial geral. É a categoria do papel <i>offset</i> .	
7	Pasta mecânica	Papel para uso de curto prazo, pois amarela e perde cores. É o papel de listas telefônicas.	
8	Papel-cartão supremo	Cartão não-revestido que é usado para capas de livro.	

9	Papel <i>couché</i>	Papel de alta qualidade, revestido, indicado para impressão em cores em que a definição e os detalhes são importantes.	
10	Papel <i>couché</i> monolúcido de alto brilho	Papel <i>couché</i> com revestimento de alto brilho, indicado para impressão em cores de alta qualidade.	
11	Papel-cromo	Papel revestido e impermeável em um dos lados. Indicado para aplicação de relevo seco e verniz.	
12	Papel-cartão de alta qualidade (papel-cartucho)	Papel branco grosso utilizado para desenhos a lápis e à tinta. É texturizado.	

13	Papel-cartão de fibra reciclada	Papel feito a partir da reutilização de papéis já usados, o que confere uma textura visual a ele. Pode ser revestido ou não revestido.	
14	Papel kraft	Tipo de papel que não passa pelo processo de branqueamento.	
15	Acrílico	Suporte que pode ser impresso por adesivação ou impressão digital UV, sendo a segunda melhor que a primeira. Pode ser gravado a laser.	
16	Acetato	Material plástico e transparente.	

17	Plástico	Polipropileno (PP) e poliestireno (PS) são plásticos muito usados na comunicação visual, por serem rígidos, impermeáveis e relativamente baratos.	
18	Vinil	Material para impressão de adesivos.	
19	Empastamento ou Contraplacagem	Colagem de dois suportes diferentes, permitindo que cada lado tenha características diferentes. Aumenta a espessura do suporte (a gramatura vai ser o resultado da soma das gramaturas dos dois suportes colados).	

Fonte: Elaborado pelos autores.

4 Considerações finais

A influência das experiências digitais (em especial dos *videogames*) tem levado expoentes do mercado editorial brasileiro a pensar em publicações físicas com características interativas, vistas como uma forma de fomentar a leitura em pessoas sem este hábito e oferecer experiências diferentes a leitores já formados (Sardinha, 2024). De forma relacionada, em mercados como o da música, tem surgido uma renovação do apreço pelas diferentes experiências que só a mídia física pode proporcionar. Isto fez com que, em 2022 e 2023, os vinis tenham sido mais vendidos que CDs apesar de seu custo maior, devido à sua maior qualidade e potencial colecionável (Maleh, 2024). Isso demonstra que há algo insubstituível na experiência que circunda a mídia física, que deve ser cada vez mais ressaltada como forma de fazer frente à digitalização e que desponta como signo de diferenciação entre mídias para além do conteúdo. Voltando às publicações, há outras questões que se fazem presentes no mercado editorial brasileiro – o crescente custo de produção dos livros,

queda do poder de compra do cidadão médio, dificuldades históricas de alfabetização e formação de uma população leitora –, mas Melo e Lopes (2021) reforçam que o design contribui para que o livro físico não só se torne mais atrativo, mas que seja experienciado para além de seu conteúdo.

Assim, uma atenção dedicada a mecanismos interativos e de produção gráfica no processo do design se mostra como um caminho viável para que o livro se torne um objeto desejável, em especial em um mercado *mainstream* em que as produções são cada vez mais padronizadas e a atenção e o dinheiro dos consumidores, mais limitados. As tabelas acima, então, não se propõem a ser a última parada. Elas podem (e devem!) ser recontextualizadas pelas lentes das experiências locais de designers e nas limitações dos projetos, bem como expandidas por outras pessoas. Entretanto, elas são um ponto de partida para se pensar a produção de publicações impressas mais interativas e mais interessantes visual, tátil e mesmo comercialmente. É apenas se inspirando nas experimentações e na liberdade advindas do mercado editorial independente que todo o potencial do livro enquanto objeto – e não só como um suporte para veicular um conteúdo – poderá ser explorado e que novas formas criativas de ler e de criar publicações impressas poderão surgir.

5 Referências

ALBUQUERQUE, Raíssa Joanna Vítola. **Manifeste: uma visão da autopublicação como facilitadora de ideias e diálogos**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Visual Design) Escola de Belas Artes – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2021.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Formato**. Porto Alegre: Bookman, 2009a.

_____. **Impressão e Acabamento**. Porto Alegre: Bookman, 2009b.

CONNOLLY, Holly. "Is social media influencing book cover design?". **The Guardian**. 28 ago. 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/books/2018/aug/28/is-social-media-influencing-book-cover-design>. Acesso em 23 abr. 2023.

EMANUEL, Bárbara. Digital não digital: ensino do design de interação a partir de suportes analógicos. In.: **Anais do 9º Congresso Internacional de Design da Informação | CIDI 2019**. 2019.

KENNEDY, Kelsey. The History of Movable Paper in One Massive, 9,000-Book Collection. **Atlas Obscura**. 2017. Disponível em: <https://www.atlasobscura.com/articles/magic-movable-pop-up-books>. Acesso em 01 dez. 2023.

MALEH, Bruna. "Em 2023 foram vendidos mais discos de vinil do que CDs pelo segundo ano consecutivo." **Rolling Stone**. 29 mar. 2024. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/musica/em-2023-foram-vendidos-mais-discos-de-vinil-do-que-cds-pelo-segundo-ano-consecutivo/>. Acesso em: 24 jun. 2024.

MARTIN, Gareth Damian. **Heterotopias 001**. [s.l.]: Lost in Cult, 2017.

MELO, Gabriela Gomes; LOPES, Danielly Amatte. "Um livro pela capa: a influência do design de capa na decisão de compra dos livros da editora DarkSide". **Anais do 10º Congresso Internacional de Design da Informação**. 2021.

MOREIRA, Ana João Soutinho. **Interação na comunicação visual: o exercício do design de comunicação em suportes físicos interativos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Design) – ESAD. Portugal: Matosinhos, 2015.

NETFLIX (Brasil) (org.). **Almanaque Tudum**. 2020.

QUINTANILHA, Isadora. **Stranger Things: a Zine do maior Fandom do Brasil**. 2022.

ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jeniffer. **Design de Interação: Além da Interação Humano-Computador**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

SARDINHA, Beatriz. "Gamificação: editoras investem em projetos lúdicos como ferramenta de estímulo à leitura". **PublishNews**. 13 jun. 2024. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2024/06/13/gamificacao-editoras-investem-em-projetos-ludicos-como-ferramenta-de-estimulo-a-leitura>. Acesso em: 24 jun. 2024.

SNO, Márcio. **O universo paralelo dos zines**. São Paulo: TimoZine, 2015.