



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

U LISBOA | UNIVERSIDADE
DE LISBOA

RELATÓRIO

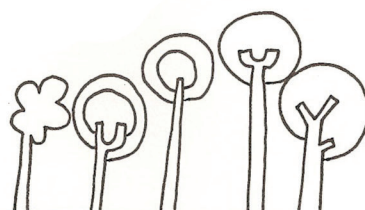
Estágio Académico
de Natureza Profissional

Mestrado Design de Comunicação

DESIGN EDITORIAL: A ILUSTRAÇÃO E A INTERACTIVIDADE NO LIVRO PARA A INFÂNCIA

Joana Rita de Jesus Paulo
Novembro 2014

Presidente do Júri:
Professora Doutora Teresa Cabral
Vogal e Arguente:
Professora Doutora Luísa Pires Barreto
Vogal e Orientadora:
Professora Doutora Susana Oliveira





FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

U LISBOA | UNIVERSIDADE
DE LISBOA

RELATÓRIO

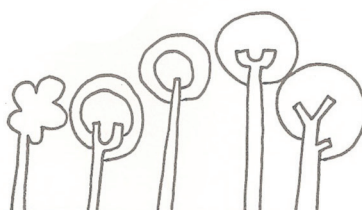
Estágio Académico
de Natureza Profissional

Mestrado Design de Comunicação

DESIGN EDITORIAL: A ILUSTRAÇÃO E A INTERACTIVIDADE NO LIVRO PARA A INFÂNCIA

Joana Rita de Jesus Paulo
Novembro 2014

Presidente do Júri:
Professora Doutora Teresa Cabral
Vogal e Arguente:
Professora Doutora Luísa Pires Barreto
Vogal e Orientadora:
Professora Doutora Susana Oliveira



AGRADECIMENTOS

À minha Orientadora, Professora Susana Oliveira pela dedicação, apoio e disponibilidade ao longo destes meses.

À Edicare Editora, por me ter acolhido na empresa, principalmente à directora Mafalda Amaral e à minha supervisora Joana Mendes, pela simpatia desde o primeiro dia de estágio, pelo acompanhamento e entusiasmo que transmitiram em todos os projectos.

A todos os colegas de trabalho que me ajudaram a integrar na empresa e a crescer como designer.

A todos os amigos e colegas pelas conversas e partilhas de ideias.

À minha família pela força e incentivo constante.

Ao meu namorado por ser uma inspiração e por estar presente em todos os momentos.

À minha sobrinha Margarida, pelas brincadeiras e gargalhadas.

A todos aqueles que, de alguma forma, se cruzaram com este projecto.

RESUMO

O presente estudo insere-se no âmbito do Design de Comunicação, mais concretamente no Design Editorial relacionado também com a Ilustração para a Infância. Esta ligação pretende reflectir o potencial do Design no que diz respeito à educação das crianças, cativando-as para utilizarem e usufruírem dos materiais que são postos à sua disposição. Neste contexto, e sendo o público-alvo o público infantil, a mensagem deve ser transmitida de uma forma fácil, simples e lúdica, através de materiais interactivos e de uma metodologia prática, ligada essencialmente à experimentação, em que o Design funcione como uma ferramenta capaz de desenvolver competências na criança desde os primeiros anos de vida.

Assim, este estágio foi uma experiência que nos ligou ao mundo do trabalho, em grande contacto com os profissionais da área, de maneira a alargar os conhecimentos obtidos durante a formação académica, através da partilha de ideias, dúvidas e experiências. A possibilidade de testar na prática, em contexto profissional real as questões de investigação ligadas com a ilustração, o design editorial e interactivo. Estas partilhas e trocas de informação foram-nos ensinando e ajudando a adaptar a uma nova realidade, que será por nós vivida nos próximos anos, e, por sua vez, permitiu desenvolver projectos para clientes reais, com objectivos e prazos reais.

PALAVRAS-CHAVE

Design de Comunicação, Design editorial, Ilustração para a Infância, Interactividade, Mercado editorial português

Salvo quando mencionado em legenda, todas as imagens incluídas são da nossa autoria.

Este relatório não foi redigido em conformidade com o Acordo Ortográfico.

ABSTRACT

This is a study for the area of Design, more specifically Editorial Design also related with Children's Illustration. The objective of this connection is to show the potential of Design with regards to the education of children, captivating them to use and enjoy the materials that are available for them. In this context, as our target audience is children, the message must be transmitted in an easy, simple and playful way through interactive materials and practical methodology, using Design as a useful tool to help children to develop skills in their earliest years of life.

Thus, this internship was an experience that helped to connect to the working world, to contact with professionals, extend the knowledge that I obtained during my academic education, by sharing ideas, questions and experiences. The opportunity to put into practice, in a professional context, the research questions related to illustration, editorial and interactive design. These exchanges of information taught me how to adapt to a new reality, that I will experience in the coming years, and helped me to develop projects for real clients, with real deadlines and objectives.

KEYWORDS

Communication Design, Editorial Design, Children's Illustration, Interactivity, Portuguese Editorial Market

ÍNDICE GERAL

iii	Agradecimentos
v	Resumo
v	Palavras-Chave
vii	Abstract
vii	Keywords
viii	Índice Geral
x	Índice de Figuras
xiv	Índice de Tabelas
xv	Acrónimos e Abreviaturas

1 1 INTRODUÇÃO

5	1.1 Título
5	1.2 Problemática
6	1.3 Tópico investigativo
7	1.4 Objectivos

9 2 ESTADO DA ARTE

11	2.1 Literatura para a Infância
13	2.1.1 A Mediação na Leitura
15	2.1.2 Mercado Editorial Português
19	2.2 Design Editorial: O livro
22	2.2.1 Livros sem texto (albúns ilustrados)
23	2.2.2 Livros não convencionais
25	2.3 Abordagem Lúdica
27	2.3.1 O Livro-jogo
31	2.4 Ilustração para a infância
32	2.4.2 Técnicas de Ilustração
34	2.5 Marketing de produtos para crianças
35	2.5.1 A importância do mercado para a infância
38	2.5.2 Agentes de socialização do consumo
41	2.6 Projectos de Referência

59	3 EDICARE EDITORA	171	6 CONSIDERAÇÕES FINAIS
62	3.1 Estrutura da empresa	173	6.1 Conclusões
63	3.2 Actividade editorial	175	6.2 Recomendações
64	3.3 Distribuição	177	7 ELEMENTOS PÓS-TEXTUAIS
64	3.3.1 Armazém	179	Referências Bibliográficas
65	3.4 Clientes	181	Bibliografia
65	3.4.1 Lojas próprias	183	Glossário
65	3.4.2 Outras lojas	185	8 ANEXOS
66	3.5 Estratégia de vendas	186	Anexo A
66	3.5.1 Marketing	188	Anexo B
67	3.6 Objectivos a médio e longo prazo	190	Anexo C
67	3.7 Factores críticos de sucesso	192	Anexo D
69	4 ESTRUTURA DE ESTÁGIO E DE INVESTIGAÇÃO		
71	4.1 Argumento		
72	4.2 Desenho de investigação		
74	4.3 Benefícios		
75	4.4 Factores críticos de sucesso		
77	5 ESTÁGIO		
80	5.1 Tarefas previstas		
82	5.2 Cronograma dos projectos		
83	5.3 Disseminação		
85	5.4 Matemática Colecção <i>Aprender</i>		
117	5.5 Futebol <i>Craques da Bola</i>		
145	5.6 Boas Maneiras Colecção <i>Constrói</i>		
147	5.6.1 Fazer a cama		
156	5.6.2 Pôr a mesa		

ÍNDICE DE FIGURAS

- 22 FIGURA 1**
Josse Goffin, Capa do livro *Oh!, Kalandraka*, 2003.
Fonte: <goffin.us>; acessado a 5 de Janeiro de 2014.
- 22 FIGURA 2**
Josse Goffin, Interior do livro *Oh!, Kalandraka*, 2003.
Fonte: <www.fnac.pt>; acessado a 5 de Janeiro de 2014.
- 23 FIGURA 3**
Robert Sabuda, Interior do livro *Alice's Adventures in Wonderland*, 2003.
Fonte: <blogofgreengables.wordpress.com>; acessado a 5 de Janeiro de 2014.
- 29 FIGURA 4**
Carin Berger e Tracy Johnson, Interior *All Mixed Up*, 2006.
Fonte: <kartofcollage.wordpress.com>; acessado a 5 de Jan. de 2014.
- 29 FIGURA 5**
Carin Berger e Tracy Johnson, Capa de *All Mixed Up*, 2006.
Fonte: <blackwagon.com>; acessado a 5 de Janeiro de 2014.
- 43 FIGURA 6**
Madalena Matoso e Isabel Minhós Martins, Capa do livro *O que há*, 2012.
Fonte: <www.planetatangerina.com>; acessado a 4 de Janeiro de 2014.
- 43 FIGURA 7**
Madalena Matoso e Isabel Minhós Martins, Interior do livro *O que há*, 2012.
Fonte: <www.planetatangerina.com>; acessado a 4 de Janeiro de 2014.
- 44 FIGURA 8**
Anouck Boisrober e Louis Rigaud, Interior do livro *Popville*, 2010.
Fonte: <urbanshit.de>; acessado a 4 de Janeiro de 2014.
- 44 FIGURA 9**
Anouck Boisrober e Louis Rigaud, Capa do livro *Popville*, 2010.
Fonte: <criacria.files.wordpress.com>; acessado a 4 de Jan. de 2014.
- 45 FIGURA 10**
Hervé Tullet, Interior do livro *Olá, sou o Blop!*, 2013.
Fonte: <criacria.files.wordpress.com>; acessado a 4 de Jan. de 2014.
- 46 FIGURA 11**
Michaël Leblond e Frédérique Bertrand, Capa do livro *Nova Iorque em Pijamarama*, 2012.
Fonte: <criacria.files.wordpress.com>; acessado a 4 de Jan. de 2014.
- 47 FIGURA 12**
Michaël Leblond e Frédérique Bertrand, Sequência de imagens do interior do livro *Nova Iorque em Pijamarama*, 2012.
Fonte: <newyorkmania.fr>; acessado a 4 de Janeiro de 2014.
- 49 FIGURA 13**
Alfredo Cabral, Tabuada Escolar Ratinho, 1973.
Fonte: <podoslivrosvintage.blogspot.com>; acessado a 13 de Julho de 2014.
- 49 FIGURA 14**
Alfredo Cabral, Segunda versão da *Tabuada Escolar Ratinho*, s.d.
Fonte: <outeiro-de-gatos.blogspot.com>; acessado a 13 de Julho de 2014.
- 50 FIGURA 15**
Alfredo Cabral, Poema no interior do *Ratinho*, s.d.
Fonte: <abelhas.pt/Tabuada/Tabuada+Escolar+Ratinho,7690420.pdf>; acessado a 13 de Julho de 2014.
- 50 FIGURA 16**
Alfredo Cabral, Os dez mandamentos do bom aluno da tabuada do *Ratinho*, s.d.
Fonte: <abelhas.pt/Tabuada/Tabuada+Escolar+Ratinho,7690420.pdf>; acessado a 13 de Julho de 2014.
- 51 FIGURA 17**
Alfredo Cabral, Tabela de multiplicar da tabuada do *Ratinho*, s.d.
Fonte: <abelhas.pt/Tabuada/Tabuada+Escolar+Ratinho,7690420.pdf>; acessado a 13 de Julho de 2014.
- 51 FIGURA 18**
Papetarget, Capa da *Nova Tabuada Ratinho*, 2013.
Fonte: <www.novipapel.pt>; acessado a 13 de Julho de 2014.
- 52 FIGURA 19**
Edicare, Capa do livro *Aprender a tabuada*, 2012.
Fonte: <www.edicare.pt>; acessado a 13 de Julho de 2014.
- 52 FIGURA 20**
Edicare, Interior do livro *Aprender a tabuada*, 2012.
Fonte: <www.edicare.pt>; acessado a 13 de Julho de 2014.
- 53 FIGURA 21**
Edicare, Cartas de actividades *50 Técnicas de Futebol*, 2008.
Fonte: <www.edicare.pt>; acessado a 14 de Julho de 2014.
- 54 FIGURA 22**
Science4you, Embalagem do jogo *Quiz4you - O Mundo do Futebol*, 2012.
Fonte: <www.science4you.pt>; acessado a 14 de Julho de 2014.
- 54 FIGURA 23**
The Green Board Game Co., Jogo *BrainBox - Football*, 2008.
Fonte: <www.amazon.co.uk>; acessado a 14 de Julho de 2014.

- 55 **FIGURA 24**
Top Trumps, Jogo *World Football Stars 2013/14*, 2013.
Fonte: <www.amazon.co.uk>, acessado a 14 de Julho de 2014.
- 55 **FIGURA 25**
Top Trumps, Carta de jogo Wayne Rooney, 2013.
Fonte: <www.amazon.co.uk>, acessado a 14 de Julho de 2014.
- 56 **FIGURA 26**
Edicare, Capa do livro *O meu livro de prémios*, 2013.
Fonte: <www.edicare.pt>, acessado a 15 de Julho de 2014.
- 57 **FIGURA 27**
Fernand Nathan, Embalagem do jogo *Le Jeu du Savoir-Vivre*, anos 60.
Fonte: <www.trictrac.net>, acessado a 15 de Julho de 2014.
- 57 **FIGURA 28**
Fernand Nathan, Cartões base do jogo *Le Jeu du Savoir-Vivre*, anos 60.
Fonte: <ribambins.canalblog.com>, acessado a 15 de Julho de 2014.
- 57 **FIGURA 29**
Fernand Nathan, *Le Jeu du Savoir-Vivre*: peças quadrangulares para colocar sobre os cartões, anos 60.
Fonte: <ribambins.canalblog.com>, acessado a 15 de Julho de 2014.
- 85 **FIGURA 30**
Primeira experiência de representação da tabela de números da tabuada do Um.
- 87 **FIGURA 31**
Hipótese de página com números autocolantes.
- 87 **FIGURA 32**
Primeira experiência de página de exercícios com fundo escuro.
- 88 **FIGURA 33**
Esquema do antes e depois da posição daws personagens.
- 89 **FIGURA 34**
Experiência de exercício com fundo escuro com a utilização da caneta nas duas primeiras operações e de autocolantes nas seguintes.
- 89 **FIGURA 35**
Experiência de exercício com fundo claro, com a utilização de autocolante na primeira operação e da caneta na operação seguinte.
- 90 **FIGURA 36**
Definição da regra de cor.
- 91 **FIGURA 37**
Página final da tabela do Dois da tabuada de Subtrair.
- 91 **FIGURA 38**
Página final da tabela do Um, da tabuada de Somar.
- 92 **FIGURA 39**
Ilustrações dos elementos da Família dos Pês.
- 92 **FIGURA 40**
Hipótese inicial, sem a ideia de dar nomes às personagens.
- 92 **FIGURA 41**
Página de apresentação da família de pássaros.
- 94 **FIGURA 42**
Experiências de logótipos para a colecção *No papo!*
- 95 **FIGURA 43**
Experiências de logótipos para a colecção de Matemática *Saber e Aprender*.
- 96 **FIGURA 44**
Experiências de logótipos, com a utilização do pássaro, para a colecção *Aprender*.
- 97 **FIGURA 45**
Logótipo final da colecção *Aprender*.
- 98 **FIGURA 46**
Tabuada de somar: exemplo de exercício para pintar.
- 98 **FIGURA 47**
Realização do exercício de pintar.
- 99 **FIGURA 48**
Tabuada de subtrair: exemplo de exercício para rodear.
- 99 **FIGURA 49**
Realização do exercício de rodear.
- 99 **FIGURA 50**
Ilustração para exercício de rodear.
- 98 **FIGURA 51**
Tabuada de subtrair: exemplo de exercício de ligar.
- 100 **FIGURA 52**
Realização do exercício de ligar.
- 101 **FIGURA 53**
Tabuada de somar: exemplo de exercício de completar.
- 101 **FIGURA 54**
Realização do exercício de completar.
- 101 **FIGURA 55**
Tabuada de dividir: exemplo de exercício de seleccionar.
- 101 **FIGURA 56**
Realização do exercício de seleccionar.

- 102 **FIGURA 57**
Página de rosto.
- 103 **FIGURA 58**
Tabuada de dividir: exercício "extra" com mistura de números.
- 103 **FIGURA 59**
Tabuada de multiplicar: exercício "extra" com mistura de números.
- 104 **FIGURA 60**
Exercício com respostas na parte inferior da página.
- 104 **FIGURA 61**
Página final com as respostas de todos os exercícios que fazem parte do livro.
- 105 **FIGURA 62**
Tipo de letra desenhado para a colecção.
- 107 **FIGURA 63**
Capas finais dos livros: Somar, Subtrair, Multiplicar e Dividir.
- 108 **FIGURA 64**
Fontes utilizadas: Amatic sc e Brandon Grotesque.
- 109 **FIGURA 65**
Página *Mais desta colecção*.
- 110 **FIGURA 66**
Parte da frente do livro, com caneta incluída.
- 111 **FIGURA 67**
Parte de trás do livro.
- 112 **FIGURA 68**
Sequência de algumas das ilustrações presentes nas páginas de tabelas de somar.
- 113 **FIGURA 69**
Exemplos de ilustrações para as páginas de tabelas de subtrair, multiplicar e dividir.
- 114 **FIGURA 70**
Paleta cromática utilizada no projecto.
- 115 **FIGURA 71**
Capa para a Tabuada teórica.
- 118 **FIGURA 72**
Paleta cromática utilizada no projecto.
- 119 **FIGURA 73**
Cartas com os quatro temas definidos.
- 120 **FIGURA 74**
Carta com perguntas sobre vários jogadores.
- 121 **FIGURA 75**
Cartas de jogadores.
- 121 **FIGURA 76**
Ilustrações dos jogadores seleccionados para o jogo.
- 122 **FIGURA 77**
Ilustrações de emblemas de clubes.
- 123 **FIGURA 78**
Ilustrações de emblemas e equipamentos de seleções.
- 124 **FIGURA 79**
Cartas de equipamentos e emblemas.
- 125 **FIGURA 80**
Cartas de resposta dos equipamentos e emblemas.
- 126 **FIGURA 81**
Carta sobre o Mundial.
- 126 **FIGURA 82**
Carta de Factos Curiosos.
- 127 **FIGURA 83**
Fontes utilizadas no projecto: Populaire, ShagExpert-Lounge e Futura.
- 128 **FIGURA 84**
Parte da frente da carta de regras do jogo.
- 128 **FIGURA 85**
Parte de trás da carta regras do jogo: Como jogar?
- 130 **FIGURA 86**
Cartas especiais com o símbolo Taça.
- 131 **FIGURA 87**
Carta das seleções que participaram no Mundial e o grupo respectivo.
- 132 **FIGURA 88**
Layout para a embalagem do jogo *Craques da Bola*.
- 133 **FIGURA 89**
Parte da frente da caixa.
- 133 **FIGURA 90**
Parte de trás da caixa.
- 134 **FIGURA 91**
Embalagem do jogo com cartas de jogadores e dado.
- 135 **FIGURA 92**
1ª versão do teste *Craques da Bola* para a FLL.
- 136 **FIGURA 93**
Verso do teste *Craques da Bola* para a FLL com a representação dos prémios.
- 137 **FIGURA 94**
Beachflag para a FLL.
- 138 **FIGURA 95**
Calendário de Jogos do Mundial de 2014.
- 138 **FIGURA 96**
Calendário de Jogos do Mundial de 2014.
- 139 **FIGURA 97**
Monofolha Apito.

- 139 **FIGURA 98**
Layout do invólucro da caixa de pinturas faciais.
- 140 **FIGURA 99**
Tshirt Craques da Bola.
- 140 **FIGURA 100**
Tshirt Craques da Bola.
- 141 **FIGURA 101**
Leque frente e verso.
- 142 **FIGURA 102**
Prova de cor da embalagem.
- 143 **FIGURA 103**
Jogo Craques da Bola.
- 143 **FIGURA 104**
Jogo Craques da Bola.
- 147 **FIGURA 105**
Experiências de combinação de duas cores.
- 148 **FIGURA 106**
Experiências de combinação de duas cores.
- 148 **FIGURA 107**
Seleção de cores.
- 149 **FIGURA 108**
Elementos necessários para fazer a cama.
- 150 **FIGURA 109**
Primeira página-base com texto de apresentação.
- 151 **FIGURA 110**
Destaque da folha de modo a colocá-la por baixo do recorte.
- 152 **FIGURA 111**
Páginas-base.
- 153 **FIGURA 112**
Páginas-base.
- 153 **FIGURA 113**
Páginas-base.
- 154 **FIGURA 114**
Página com recortes para decorar o quarto.
- 155 **FIGURA 115**
Estudos para o título do livro.
- 155 **FIGURA 116**
Criação de um tipo de letra.
- 157 **FIGURA 117**
Elementos constituintes da prática de pôr a mesa.
- 157 **FIGURA 118**
Cores escolhidas para o livro *Pôr a mesa.*
- 158 **FIGURA 119**
Páginas de recortes com a junção de dois objectos.
- 158 **FIGURA 120**
Páginas de recortes com a junção de dois objectos.
- 159 **FIGURA 121**
Página com o último passo da tarefa: Alimentos.
- 160 **FIGURA 122**
Folha-base com texto introdutório.
- 160 **FIGURA 123**
Folha-base: *Pôr a mesa.*
- 161 **FIGURA 124**
Folha-base.
- 161 **FIGURA 125**
Folha-base.
- 162 **FIGURA 126**
Estudos para o logótipo da colecção *Constrói.*
- 161 **FIGURA 127**
Logótipo final da colecção *Constrói.*
- 163 **FIGURA 128**
Utilização em fundos de cor.
- 164 **FIGURA 129**
Primeira experiência da página dos materiais: *Vais precisar de...*
- 166 **FIGURA 130**
Página final de materiais do livro *Fazer a cama.*
- 168 **FIGURA 131**
Página final de materiais do livro *Pôr a mesa.*
- 167 **FIGURA 132**
Fazer a cama: Página com a representação dos passos que completam a tarefa.
- 167 **FIGURA 133**
Pôr a mesa: Página com a representação dos passos que completam a tarefa.
- 168 **FIGURA 134**
Capa do livro *Fazer a cama.*
- 168 **FIGURA 135**
Capa do livro *Pôr a mesa.*
- 169 **FIGURA 136**
Contracapa *Fazer a cama.*
- 169 **FIGURA 137**
Contracapa *Pôr a mesa.*

ÍNDICE DE TABELAS

- 62 **TABELA 1**
Esquema da organização da empresa.
- 63 **TABELA 2**
Empresas internacionais com que a Edicare estabelece trabalhos de co-edição.
- 65 **TABELA 3**
Número de lojas com produtos da editora em Portugal.
- 73 **TABELA 4**
Organograma do processo de investigação.
- 81 **TABELA 5**
Tabela dos temas obrigatórios e sugeridos pela empresa.
- 82 **TABELA 6**
Cronograma dos projectos.
- 86 **TABELA 7**
Mudança de planos ao longo do processo projectual.
- 93 **TABELA 8**
Hipóteses ponderadas ao longo do projecto.

ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

CMYK	Cyan, Mangenta, Yellow, Black Processo de impressão a quatro cores
ED.	edição
FLL	Feira do Livro de Lisboa
IAC	Instituto de Apoio à Criança
PDF	Portable Document Format, documento de formato portátil. Em informática é a norma de codificação de documentos em ficheiros que facilita o seu uso em equipamentos informáticos diversos (Faria, M & Pericão, 2008).
PNL	Plano Nacional de Leitura
TAB./TABS.	tabela/tabelas
VOL.	volume
WWW	world wide web

1. INTRODUÇÃO

1. INTRODUÇÃO

Esta é uma investigação intervencionista activa de Mestrado em Design de Comunicação integrada como Estágio Académico de Natureza Profissional, e tem por base o estudo do Design Editorial e os seus contributos para a educação das crianças.

O estudo da temática é motivado pelo facto de considerar que os materiais editoriais e outros destinados à educação têm um papel muito importante ao longo das nossas vidas. Para isso, o público infantil tem de ser cativado pelo material que lhe é fornecido, para que haja interesse em utilizá-lo.

O aparecimento das novas tecnologias e a sua propagação constante, faz-nos questionar qual o futuro do livro, nomeadamente se este continuará a interessar ao público infantil. Com as várias distrações que hoje em dia as crianças têm ao seu dispor, desde a televisão, à internet e aos videojogos, perguntamo-nos como é que o livro pode e tem resistido a tanta diversidade de oferta, opções e interactividade, através de movimento, som, botões... Estas evidências não deixam margem para dúvidas de que o livro tem de oferecer valências novas e diferentes, ao nível da imagem, texto e conteúdos, que os outros materiais não oferecem do mesmo modo.

Na parte prática da investigação, pretendeu-se desenvolver materiais que aliem a ilustração e a interactividade de forma lúdica e didáctica, através de formas inéditas experimentais de interactividade editorial para a infância.

Este estágio começou com a vontade de interagir com os profissionais da área, em temas relacionados com o público infantil e contribuir/intervir ao nível da sua educação, de modo a produzir mais materiais que os enriqueçam enquanto crianças, e mais tarde como adultos.

O relatório está organizado, em primeiro lugar, por um enquadramento da problemática em estudo, assinalando o título da investigação, o tópico investigativo e os objectivos a que se propõe este trabalho. Segue-se o desenvolvimento do estado da arte, composto pela crítica literária e projectos de referência que evidenciam a necessidade de novas soluções para os requisitos da sociedade contemporânea.

De seguida, temos o contexto da empresa Edicare Editora, dando a conhecer melhor a sua actividade e o seu posicionamento no mercado Português.

É também apresentada a estruturação do trabalho através do argumento, com o desenho de investigação e respectivo organograma, onde se descreve a metodologia adoptada para este trabalho, os benefícios deste estudo e os factores críticos de sucesso.

Segue-se a descrição do estágio, com as tarefas previstas, o cronograma dos projectos, os modos de disseminação e a explicação do processo de desenvolvimento dos diferentes materiais, desde a fase conceptual até à fase de produção. A partir dos resultados obtidos ao longo da investigação temos as considerações finais, constituídas pelas conclusões e recomendações para futuras investigações. Por fim, encontramos os elementos pós-textuais, com uma lista bibliográfica das referências e leituras realizadas, o glossário e os anexos.

1.1 TÍTULO

Design Editorial:

A ilustração e a interactividade
no livro para a infância

1.2 PROBLEMÁTICA

A premissa que move esta investigação diz respeito à importância que a educação das crianças tem na sociedade actual e de como os materiais que lhes são destinados podem contribuir para a sua formação enquanto futuros adultos. Para isso, estes têm de cativar não só o público alvo, mas também pais e educadores, para que estes sintam interesse em adquiri-los e utilizá-los.

Numerosos estudos nacionais e internacionais que têm sido realizados em torno da importância da leitura literária¹, revelam as suas vantagens logo nos primeiros anos de vida do ser humano, mesmo quando a criança ainda não sabe ler, mas escuta a voz de quem lhe conta histórias e lhe proporciona, deste modo, o primeiro contacto com a literatura.

O livro para a infância possui uma importância tão grande na vida da criança, que o seu impacto pode até mesmo modificar a forma como ela vê o mundo, possibilitando ao leitor “ler-se” nos livros, ou seja, encontrar no livro a compreensão do significado da sua própria vida. Por isso, é importante que se tenha cuidado ao indicar um livro, pois há uma grande quantidade de obras no mercado, “(...) algumas muito boas, mas a maioria de qualidade duvidosa (...)”, na opinião de Jardim (2000, p. 75).

¹Num artigo publicado pelo *The New York Times*, em Março deste ano, Annie Murphy Paul enumera uma série de estudos internacionais realizados por cientistas nos últimos anos que comprovam que a leitura literária estimula o nosso cérebro em áreas que até então se desconhecia, como as que processam cheiros, sensações ou movimentos do corpo. (Paul, 2012).

Mas como fazer com que as crianças sintam interesse em ver/ler o que o livro lhes pretende transmitir? Com tanta oferta, no que diz respeito às novas tecnologias, que estão repletas de movimento, sons, botões, e tantas possibilidades de interacção, como é que o livro pode ainda marcar a diferença?

Segundo Isabel Minhós Martins (2013), o suporte digital com tanta interactividade pode também ser muito irrequieto, barulhento e, por vezes, um pouco inconsequente, mas também, mais exigente a pedir a nossa participação – convida-nos a entrar e a sair, a fazer isto e aquilo. Muitas vezes não dá pistas: mostra.

O papel é parado, lento e silencioso. A acção avança ao ritmo das palavras e das frases, das imagens que vamos construindo, das ligações que vamos fazendo, mas tudo isto acontece sempre dentro da nossa cabeça. Não há som, nem movimento (reais), nem a possibilidade de o leitor provocar mudanças – o tal “antes” e “depois” tornado visível. (Martins, 2013)

Para criar essas mudanças, pode-se brincar com a história em si e com a ilustração (algo que acrescente alguma coisa que não está escrita no texto, por exemplo), pode-se criar engenharias de papel complexas que surpreendem a cada virar de página ou jogar com texturas em que o toque nas páginas faça parte da narrativa, porém estamos sempre dependentes do leitor e daquilo que se passa na sua cabeça. Podemos dizer que um livro é um objecto respeitador do leitor, na medida que ele “espera” pela atenção e pela reacção da criança àquilo que vai descobrindo ao longo das suas páginas, respeitando o ritmo de cada um.

1.3 TÓPICO INVESTIGATIVO

Exploração de formas de interactividade editorial cativantes para o mercado destinado à infância.

1.4 OBJECTIVOS

GERAIS

- Contribuir para uma comunicação clara, simples e lúdica entre os objectos de comunicação e os seus potenciais utilizadores;
- Perceber de que maneira o Design de Comunicação pode ajudar na emissão de uma mensagem e na aquisição de novas competências por parte do público infantil e, ao mesmo tempo, de pais e educadores.
- Compreender que características devem ter os materiais/objectos de cariz infantil, no sentido de se adequarem à faixa etária a que se destinam, para que tanto as crianças como os pais tenham interesse;
- Desenvolver materiais e experiências originais para o universo infantil;

ESPECÍFICOS

- Desenvolver materiais interactivos, como meio e instrumento para a construção de conhecimentos sobre determinado tema;
- Explorar a interactividade através da ilustração, de diferentes materiais (cor, textura...), de dobragens e recortes, por exemplo, indo para além do livro “convencional” e transformando-o num objecto em que a criança possa descobrir algo de novo, podendo até chegar à forma de jogo.
- Aplicar o carácter lúdico no livro-objecto, de maneira a cativar o público a que se destina.

2. ESTADO DA ARTE

2.1 LITERATURA PARA A INFÂNCIA

A infância é uma das fases em que o ser humano demonstra de uma forma mais proeminente a sua curiosidade e vontade de interagir com tudo aquilo que o rodeia. É logo neste período que a leitura se torna importante e proveitosa, na perspectiva de que esse contacto – entre o livro e a criança –, permite desenvolver a sua fantasia e criatividade.

“(...) a literatura infantil (...) destina-se a um leitor especial, a seres em formação, a seres que estão a passar pelo processo de aprendizagem inicial da vida (...)”. (Coelho, 2000, p. 164)

A leitura, mesmo que tenha a intervenção de um adulto, é um meio que a criança tem para interagir com o mundo ao seu redor, descobrindo novas histórias e imagens. Estas podem ter tanto um contexto realista (que retrata o meio no qual a criança está inserida), como um contexto fantástico (que “puxa” pela imaginação).

Segundo Bettelheim (1980), a literatura para a infância possibilita às crianças a compreensão do significado das suas próprias vidas, sendo que esta é a tarefa mais difícil e também a mais importante para os pais. Este autor ainda destaca que não há valor na habilidade de ler quando o que se aprendeu a ler não possibilita nenhum acréscimo à vida de quem leu.

É claro que não nos podemos esquecer do carácter pedagógico dos contos, muito presente nesta literatura, porém devemos ter em conta que a pedagogia se faz maioritariamente através do seu carácter lúdico, pois como afirma Nelly Novaes Coelho:

“Aquilo que não divertir, emocionar ou interessar ao pequeno leitor não poderá também transmitir-lhe nenhuma experiência duradoura ou fecunda.” (2000, p. 164).

Neste sentido, a leitura na infância possui grande importância, uma vez que são esses conhecimentos que vão acompanhar-nos para o resto da nossa vida. Não nos podemos esquecer também das ilustrações presentes nos livros, sendo estas que – mais que o próprio texto –, chamam primeiro a atenção das crianças, cativando-as e incentivando-as a conhecer a história.

2.1.1 A MEDIAÇÃO NA LEITURA

Nos dias de hoje, temos à nossa disposição uma grande e diversificada oferta de livros e materiais destinados às crianças. Por este motivo, deve-se escolher os bons livros, ou seja, aqueles que podem ter um papel marcante no seu desenvolvimento, ajudando na formação de um leitor para a vida.

Segundo Catarina Florindo (2012), é aqui que entra o outro público-alvo dos livros de recepção infantil: o adulto que lê e/ou acompanha a leitura da criança, ou seja, o mediador da leitura. Este pode ser um familiar da criança ou um mediador profissional (educador, professor, bibliotecário, livreiro, animador...). É o mediador que vai fazer a ponte entre o livro e a criança, é ele que vai escolher os livros para lhes apresentar e dar a conhecer. É ele que tem a função de lhe inculcar o gosto pela leitura. A criança é ainda um ser em formação, pelo que cabe ao adulto guiá-la. E cabe ao adulto saber guiá-la.

Por ter tão importante função, acreditamos que o adulto/mediador deve ser um leitor activo e crítico, mas também possuir cultura visual. Estas duas características fazem com que este não escolha apenas um livro pelo conteúdo narrativo verbal, mas também dê atenção à narrativa visual. Deve também contagiar a criança através do seu gosto pela leitura e pelo livro, mostrando o seu entusiasmo.

Este é um trabalho que deve ser intenso e contínuo, para que a criança ganhe o hábito de leitura e interesse em novos livros.

“Transmitir o gosto pela leitura não é tarefa de um dia, nem se consegue mediante a fascinação de um momento brilhante ou espectacular. É realmente indispensável um conjunto de atitudes consequentes e coordenadas (...). A prova é que dessas experiências geralmente ficará apenas uma recordação mais ou menos divertida, se não forem acompanhadas de um ambiente social propício, de infra-estruturas básicas e, sobretudo, de adultos amantes do livro e da leitura, bem informados e convencidos do papel fundamental que desempenham na formação de hábitos de leitura e, num sentido mais amplo, na formação de cidadãos despertos e com curiosidade intelectual” (Bastos, 1999, p. 284)

Num trabalho de mediação é necessário que a criança se envolva na história e que seja capaz de a relacionar com o seu mundo, construindo uma aprendizagem significativa, que lhe permita questionar o texto e saber mais. É importante que, após a leitura, o mediador conduza uma conversa sobre o livro: que se discuta a história, os pormenores, as personagens, o ritmo, as ilustrações e os chamados elementos paratextuais, como a capa, as guardas, o tipo de letra, o formato do livro, aspectos que assumem um importante papel, funcionando eles próprios como elementos de significação. Desta forma, a criança poderá pensar no livro como um todo e ir mais longe, começando, aos poucos a construir-se como um leitor crítico, que observa o pormenor, pensa, questiona e emite opiniões. (Florindo, 2012)

Com uma boa preparação aliada ao prazer, o mediador conseguirá um ambiente propício à leitura, escolher os materiais que se adequam melhor ao nível de leitura da criança e a sua faixa etária, como também os próprios interesses e gostos do destinatário.

2.1.2 MERCADO EDITORIAL PORTUGUÊS

De há vinte anos para cá, as editoras portuguesas começaram a investir cada vez mais na edição de livros e materiais destinados às crianças. Ao entrarmos numa livraria, supermercado ou noutra espaço comercial, podemos ver que existem variados livros destinados ao público infantil para todas as faixas etárias. Desde livros *pop-up*, livros-objecto ou jogo, livros de banho, livros de actividades com autocolantes ou para colorir, banda desenhada, dicionários visuais... Existem livros de diversos géneros editoriais, de diversos materiais e técnicas. Neste sentido, é importante referir que o desenvolvimento das novas tecnologias e das artes gráficas ajudaram na redução de custos de produção e impressão dos produtos, como também na qualidade e rapidez de todo o processo.

Esta produção editorial intensiva dos últimos anos no campo dos livros para a infância deve-se, em certa medida, às políticas de incentivo à leitura que se têm implementado no nosso país, nomeadamente através da criação do PNL (Plano Nacional de Leitura), do alargamento da rede de bibliotecas escolares ou do trabalho desenvolvido por diversas bibliotecas municipais, que não só disponibilizam salas próprias para os mais novos, recheadas de bons livros, como também convocam crianças e adultos para diversas actividades à volta dos livros e importantes horas do conto. (Florindo, 2012)

Deve-se também a um maior interesse por parte dos pais e educadores em relação aos livros que disponibilizam às crianças, e a importância da leitura na sua formação que gera uma necessidade constante e procura de produtos novos.

Há pouco tempo, surgiram editoras de menor dimensão vocacionadas em exclusivo para a edição de livros para o universo infantil, apresentando catálogos inovadores. A pioneira deste modelo de editora foi O Bichinho de Conto, criada em 1999. E seguiram-se outras, também de origem nacional, como as Edições Eterogémeas (2000), a Minutos de Leitura (2000), a Edicare (2003), a Sóregra (2005), a GATAfunho (2006), a Planeta Tangerina (2006), a Trinta por Uma Linha (2007), a Bruaá (2008), a Bags of Books (2010), a Paleta de Letras (2010), a Pato Lógico (2010), a Tcharan (2010) ou a Gato na Lua (2011).

A Kalandraka e a OQO, duas editoras que nasceram na Galiza e que se internacionalizaram, começaram igualmente a publicar no nosso país livros destinados aos mais novos, em 2002 e 2006, respectivamente.² (Florindo, 2012)

Conforme afirma Glória Bastos (1999), este é realmente um espaço onde a hegemonia do livro importado ainda perdura, sem perspectivas de alterações significativas. Nos dias de hoje continuamos a ter, na área da edição para a infância, mais traduções do que livros originais portugueses. Bastos aponta dois factores para esta realidade: primeiro, devido aos custos elevados de produção deste tipo de livros, que apresentam frequentemente situações particulares, como dimensões e materiais fora do comum, folhas especiais, recortes, etc., o que se reflecte no preço de venda ao público, que fica menos convidativo; e, segundo, porque Portugal tem um mercado pequeno que não “justificará investimentos incertos por parte das editoras. Torna-se, assim, mais compensador adquirir algo já feito (...) e onde apenas é necessário preencher os espaços dedicados ao texto”. (Bastos, 1999, p. 249)

²Existem ainda outras editoras fortemente implementadas no mercado que, embora não se dediquem exclusivamente à edição para a infância, apostam bastante nesta área. Como por exemplo, a Editorial Caminho, a Livros Horizonte, a Terramar, a Asa, a Civilização, a Presença, a Assírio & Alvim ou a Afrontamento, que publicam obras estimulantes, tanto de autores nacionais como estrangeiros. (Florindo, 2012)

Neste contexto, podemos destacar a Feira do Livro Infantil de Bolonha, sendo a mais importante feira internacional para os profissionais do livro para a infância. O objectivo da feira é divulgar o que é publicado em diversos países e também para adquirir direitos de autor e licenças.

A Illustrarte é outro meio que ajuda a divulgar livros e autores, através de um concurso internacional de ilustração para a infância. Os vencedores são escolhidos por um júri destacado para a função e culmina numa exposição onde podemos ver as ilustrações originais e, se for caso disso as diferenças na sua passagem para o objecto editorial. Isto é uma forma dos ilustradores mostrarem os seus trabalhos e terem oportunidades dentro desta área.

Em Portugal, também temos a FLL (Feira do Livro de Lisboa), que decorre durante cerca de três semanas no parque Eduardo XII e também, a Feira do Livro do Porto que ao longo dos anos já passou por vários pontos da cidade. Aqui as editoras alugam pequenos pavilhões onde põem à venda os seus produtos. Têm a oportunidade de realizar actividades e eventos à volta de um produto e chamar pais e crianças a participar, o que muitas vezes não é possível dentro de espaços comerciais.

2.2 DESIGN EDITORIAL: O LIVRO

“Livro: um suporte portátil que consiste numa série de páginas impressas e encadernadas que preserva, anuncia, expõe e transmite conhecimento ao público, ao longo do tempo e do espaço”
(Haslam, 2007, p. 9).

O livro é um objecto que faz parte do quotidiano da sociedade. Qualquer pessoa entende o significado da palavra *livro*, mas as suas características não podem ser definidas sem uma correcta especificação.

Linden (2007) na sua obra *Lire l'album* classifica os livros infantis em seis categorias, de acordo com sua apreensão da relação texto, imagem e objecto:

PRIMEIRAS LEITURAS

Denominação editorial que se dirige especificamente aos leitores principiantes. A paginação assemelha-se às histórias ilustradas, imagens enquadradas junto ao texto, aproximando por vezes ao álbum.

ÁLBUM

Livros nos quais a imagem encontra-se espacialmente preponderante em relação ao texto, podendo o restante estar ausente. A narração é realizada de maneira articulada: texto e imagem.

BANDA DESENHADA

Histórias aos quadrinhos. As imagens estão organizadas em compartimentos de maneira sequencial.

LIVROS ANIMADOS

Tipo de livros que utilizam por exemplo, sistemas de esconderijos, de dobras para trás, de “alavancas” que permitem a mobilidade dos elementos ou mesmo uma apresentação em três dimensões (*pop-up*).

LIVROS-OBJECTO

Objectos híbridos, situados entre o livro e o brinquedo, correspondem aos objectos que se assemelham aos livros ou livros que contêm um objecto a três dimensões.

LIVROS DE ACTIVIDADES

Livros que se assemelham como suporte de actividades, autocolantes, para colorir, construções, recortes, entre outras propostas criativas, podendo acolher materiais necessários para a actividade manual.

A partir da categorização da autora podemos ainda acrescentar o livro digital ou *ebook*, que como o próprio nome diz é um livro em formato digital, que pode ser consultado em suportes electrónicos, como computadores, *tablets* ou telemóveis.

Outro tipo de livro é o *flip book* que podemos inserir na categoria dos livros animados que vimos anteriormente. Os *flip books* contêm um conjunto de imagens organizadas sequencialmente, ou seja, possuem uma narrativa contada a partir de imagens que se “movimentam”, ou melhor, dão a sensação de movimento quando folheamos as suas páginas.

Dentro da categoria álbum, quando estes não possuem texto, podemos dizer que são álbuns ilustrados ou livros sem texto.

Por último, e no caso dos livros animados, podem ser denominados de livros não convencionais, enquanto os livros-objecto podem ser também livros-jogo. Podemos considerar que os livros-objecto/jogo estão inseridos dentro do grupo dos livros animados/não convencionais, pois fogem à regra dos chamados livros tradicionais.

2.2.1 LIVROS SEM TEXTO (ÁLBUNS ILUSTRADOS)

Os livros sem texto primam pela exploração da imagem e tentam potencializar, não somente o poder destas, mas também, em muitos deles, a sua própria materialidade. (Domiciano, 2006)

A não utilização do verbo expresso, possibilita que as crianças criem a sua própria narrativa verbal através daquilo que vêem. Assim, existem infinitas possibilidades e desfechos para um só livro, isto é, dependendo do leitor a história muda sempre, porque todos vemos as coisas de modo diferente. Narrativas inventadas pelo observador que estimulam a sua imaginação, tonando-se eles próprios contadores de histórias.

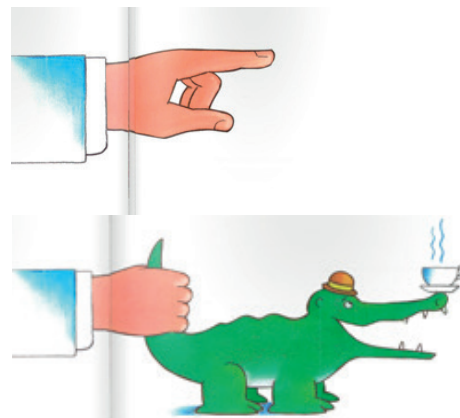
Exemplo disso, é o livro *Oh!* de Josse Goffin, que apenas recorre a imagens para contar uma história. Este álbum ilustrado tem a particularidade de fazer valer a expressão “Nem tudo o que parece é”, pois ao virar a página dobrada aquilo que era antes, deixa de o ser (figura 2).

Outro exemplo é o livro *Olhe, por favor, não viu uma luzinha a piscar?* de Bernardo Carvalho da editora Planeta Tangerina. Este livro tem a particularidade de ser possível criar uma história virando as páginas de trás para a frente. Em suma, os autores ao ilustrarem o livro criam a sua narrativa verbal mentalmente, que muito dificilmente vai ser imaginada pela criança da mesma forma.



FIG. 1 ↑
Josse Goffin, Capa do livro *Oh!*,
Kalandraka, 2003

FIG. 2 ↓
Josse Goffin, Interior do livro
Oh!, Kalandraka, 2003



2.2.2 LIVROS NÃO CONVENCIONAIS

Os livros não convencionais têm vindo a ser explorados cada vez mais, sendo um importante recurso de comunicação. Exemplo disso, são os livros a três dimensões ou *pop-up* em que saímos do formato bidimensional das páginas (altura e largura) e criamos um novo plano, através de dobragens, colagens, recortes, janelas e muitas outras técnicas que trazem uma nova dimensão à página convencional e envolvem outros sentidos além da visão, ajudando a mensagem a ser entendida e absorvida. Assim, ao abrirmos um livro *pop-up* acontece uma “explosão” de imagens em relevo que contam uma história ao pequeno leitor. Como nomeia Eduarda Coquet, “as imagens que querem fugir dos livros” (Viana, Martins, Coquet, 2002)

O processo de montagem deste tipo de livros é manual e obedece a uma linha de produção (cada trabalhador é encarregado de uma única função), usando um guia de montagem enviado junto ao ficheiro digital à gráfica.

Para o designer, as possibilidades de criação crescem ainda mais. Porém, as técnicas de produção destes materiais devem ser estudadas e outras desenvolvidas. Esta pesquisa e conhecimento são necessários para a possível reprodução de um livro desta natureza. (Domiciano, Coquet, 2008)

FIG. 3 ↓

Robert Sabuda, Interior do livro *Alice's Adventures in Wonderland*, 2003.



2.3 ABORDAGEM LÚDICA

“A criança adquire experiência brincando. A brincadeira é uma parcela importante da sua vida. As experiências tanto externas como internas podem ser férteis para o adulto, mas para a criança essa riqueza encontra-se principalmente na brincadeira e na fantasia. Tal como as personalidades dos adultos se desenvolvem através de suas experiências da vida, assim as das crianças evoluem por intermédio de suas próprias brincadeiras e das invenções de brincadeiras feitas por outras crianças e por adultos... a brincadeira é a prova evidente e constante da capacidade criadora (...)”
(Winnicott, 1975, p. 163)

O acto de brincar é uma das formas que a criança tem de se expressar. Através da brincadeira, ela pode expressar o que sente, interioriza o mundo que a rodeia e desenvolverá boa parte das suas habilidades motoras e cognitivas. Estas habilidades – desenvolvidas na infância –, irão ser aperfeiçoadas ao longo da sua vida, no entanto, são necessários estímulos motores adequados à faixa etária em que a criança se encontra. O brinquedo, e sobretudo os jogos, são meios para que esses estímulos possam ser alcançados de uma forma lúdica, e assim suprirem a necessidade que a criança possui de conhecer, dominar e explorar as possibilidades motoras que o seu meio proporciona. No fundo, a criança ao brincar simula a vida real, respeitando as regras do jogo e exercitando o seu cognitivo, levando-a a um maior desenvolvimento.

Conceição Lopes, autora da obra *Ludicidade Humana*, defende a utilização da ludicidade como suporte, meio e uso formador e transformador: a predisposição que a ludicidade oferece, para a convivialidade inter-seres, para a vinculação livre e espontânea ao outro, estabelecendo com esse outro uma relação positiva, faz com que o design de ludicidade seja uma ferramenta útil e divertida que pretende promover práticas de acção social e de realização da comunicação e ludicidade humana. (Lopes, 2004)

Em paralelo, segundo Maria Inez Gioca (2001), os estudos demonstram a importância do lúdico para o desenvolvimento do ser humano: existem várias tipologias de jogo que acompanham as fases de desenvolvimento das crianças, sendo que entre os 7 e os 11 anos de idade – período do pensamento operacional concreto Piaget (1971) – se constitui o jogo de regras, cuja manifestação se costuma pronunciar a partir dos 4 anos. No jogo de regras, o prazer advém do resultado alcançado no cumprimento das normas pré-estabelecidas, em contexto de competição, o que permite à crianças auto regular-se e avaliar-se. Apesar de constituir uma brincadeira infantil, esta actividade lúdica prolonga-se para toda a vida.

Gioca (2001), defende ainda que quando se ensina alguma coisa a uma criança, se está a impedir que ela descubra por si; enquanto se ela o descobrir sozinha, esse conhecimento permanecerá. Em suma, se os materiais pedagógicos usados na educação infantil forem lúdicos, as possibilidades de desenvolvimento cognitivo e afectivo das crianças são maiores.

"O que eu ouço, esqueço; o que eu vejo, recordo; o que eu faço, eu compreendo."

Filósofo chinês Confúcio

2.3.1 O LIVRO-JOGO

O jogo, presente no livro, promove a manipulação diferenciada e explora a criatividade e a percepção do leitor. Os instrumentos lúdicos são as ferramentas de projecto que diferenciam o livro tradicional do livro-jogo. O lúdico consiste num sistema de regras voltado para uma actividade física ou mental que permite o desenvolvimento de habilidades infantis, cognitivas e motoras.

Johan Huizinga define o jogo como:

"(...) uma actividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotadas de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão, de alegria e de uma consciência de ser diferente da vida quotidiana." (2007, p.33)

O jogo dentro de um livro pode ser considerado um suporte à imaginação. Os objectos lúdicos são utensílios para o desenvolvimento da criança e a forma como estes são concebidos gera a diferença numa relação mais afectiva da criança com o objecto. O livro por si só não é considerado um jogo, e terá sentido lúdico de acordo com o meio pelo qual o usuário faz uso dele. As informações contidas no livro são descodificadas pela criança, permitindo a esta o estabelecimento da interacção (Broügère, 2004).

O livro-jogo é um livro com propostas lúdicas, permitindo às crianças o envolvimento com o objecto, seja por meio de brincadeiras ou por sinestesia. O tema abordado, a forma do objecto, as técnicas utilizadas (recortes, abas...), os elementos que o constituem (cartas, dado, riscadores, peças...), a tipologia de jogo (*quiz*, quebra-cabeças, puzzle, memória...), são exemplos de instrumentos de interacção com o livro, em que o leitor é convidado a participar da narração por meio da manipulação do objecto ou pela interpretação pessoal. Podemos dizer, que a criança aprende e compreende, fazendo. E é isso que o livro-jogo pretende: transmitir conhecimentos à criança de uma forma prática, incentivando-a a manusear o objecto. Não é uma actividade obrigatória (exigida pelos pais ou professores nas escolas), é antes uma actividade voluntária, uma brincadeira que se transformará na aquisição de conhecimentos, sem a criança perceber que está a adquiri-los. Estes jogos podem também ser colectivos, o que faz com que a criança interaja não só com o objecto mas com familiares e amigos, divertindo-se em conjunto.

O lúdico desperta interesse crescente na criança, pois suscita emoções, estimula os sentidos e mobiliza a energia da criança na manipulação do objecto. A manipulação do livro pode acalmar e, ao mesmo tempo, prender a atenção da criança, transformando-se num pequeno explorador. Esta insere-se num mundo mágico que a motiva a abrir e a fechar o livro repetidas vezes, num processo de releitura e novas descobertas (Perrot, 1987).

All Mixed Up é um exemplo deste tipo de livro. Um jogo que consiste na troca de partes do desenho, cabeça, tronco e membros. Isto é possível devido ao recorte de todas as páginas em três partes distintas. Deste modo, a criança pode formar novos desenhos pela mistura das personagens, criando novas “criaturas”. Estes jogos de recortes envolvem projectos gráficos mais sofisticados, ou seja, a utilização de facas especiais, a atenção dada ao acabamento e ao tipo de encadernação mais indicada para o efeito.

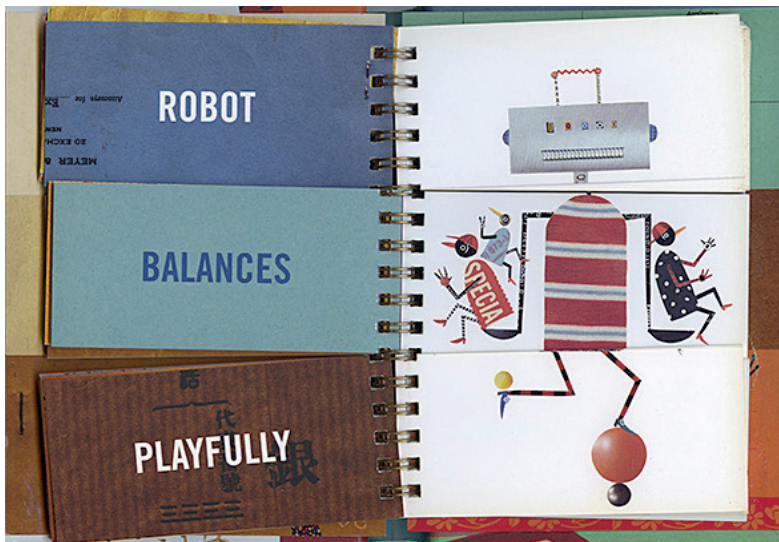


FIG. 4 ↑
Carin Berger e Tracy Johnson,
Interior *All Mixed Up*, 2006.

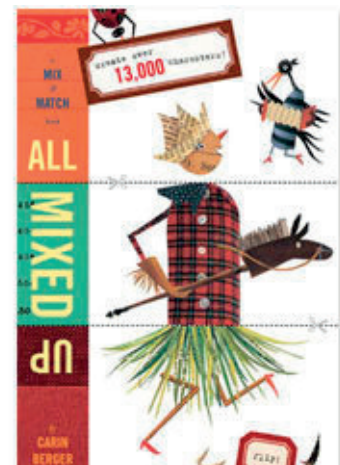


FIG. 5 ↗
Carin Berger e Tracy Johnson,
Capa de *All Mixed Up*, 2006.

2.4 ILUSTRAÇÃO PARA A INFÂNCIA

“O objectivo de toda a arte visual é a produção de imagens. Quando estas imagens são usadas para comunicar uma informação concreta, a arte geralmente chama-se ilustração”. (Dalley, 1981, p. 10)

A ilustração é uma representação pictórica que pretende complementar, adornar ou ajudar a esclarecer algo no texto, tendo, portanto, também um carácter pedagógico. A ilustração está em pleno numa obra literária quando permite diferentes leituras e não repete só o texto. (IAC, 2011)

Nesta perspectiva, o ilustrador tem um papel fulcral na transmissão da sua própria visão sobre as coisas, já que este é também autor tendo, portanto, também responsabilidade sobre a obra. A ilustração de livros para as crianças revela-se fundamental, quer para a compreensão do próprio texto, quer para a promoção do desenvolvimento da criança, em particular nos domínios do entendimento, seja ao nível pictórico, seja ao nível da linguagem verbal e da comunicação (Torres, 2003).

Na opinião de Marta Ribeiro (2011, p. 22) em *Do desenho à Ilustração Infantil*, “(...) o papel do ilustrador infantil é, também, o de sensibilizar o público infantil, presenteando-o através do seu universo com exemplos que o vão ajudar a entender as pessoas e os lugares que o rodeiam, para que as imagens animadas visionadas na televisão, nos jogos de computador e na internet, não sejam tidos como a única realidade das suas vidas”.

As imagens ilustradas ajudam a cativá-la e atraem a sua atenção para o universo dos livros. Um livro ilustrado combina uma narrativa visual e/ou verbal no formato de publicação editorial. Os livros infantis são divididos por faixas etárias, de acordo com o desenvolvimento psíquico e motor da criança. Primeiramente, surgem os livros com imagens, mais tarde começam a surgir, acompanhadas das imagens, as letras e as palavras básicas. Assim a criança começa a desenvolver as suas capacidades de leitura, inicialmente as palavras são lidas pelos pais e mais tarde pelas crianças, quando estas começam a aprender a ler e escrever. (Ribeiro, 2011) Podemos concluir que, a ilustração é uma forma pedagógica de acesso à narrativa verbal.

2.4.2 TÉCNICAS DE ILUSTRAÇÃO

Tudo o que nos rodeia enriquece o nosso universo visual. Assim, o uso de diferentes técnicas de ilustração enriquece o universo visual da criança, sendo importante que esta tenha acesso a matérias que explorem as mais variadas técnicas e modos de representação.

Segundo Male (2007) os ilustradores, tanto estudantes como profissionais, têm o seu próprio “estilo” associado. Podemos dizer que estilo é uma linguagem visual que distingue e identifica algo. O estilo dos ilustradores é diferenciado pelas características comuns em todas as suas ilustrações, por exemplo o tipo de traço, o uso ou não de contorno, os materiais utilizados, entre muitas outras que falaremos mais à frente. São estas características que nos vão fazer olhar para uma dessas ilustrações e identificar quem é o seu autor. Alguns ilustradores têm uma técnica que utilizam mais, explorando as suas possibilidades nas várias obras que ilustram. Outros, por outro lado, procuram variá-las, demonstrando a sua versatilidade com o objectivo de não conferir a todos os materiais que produzem o mesmo aspecto visual.

As imagens podem representar elementos reais (tal como os vemos), mas também formas diferentes daquilo que são na realidade (ligadas à nossa imaginação). Male (2007) afirma que ambas as formas de ilustração podem ser aplicadas a todos os contextos da prática. No entanto, alguns estilos são os mais adequados para usos específicos ou particulares. Exemplo disso pode ser o hiper-realismo, que é a linguagem visual mais adequada para transmitir informações detalhadas, a caricatura e a distorção para representar sátira política, enquanto a justaposição imaginativa de elementos visuais para apresentar uma imagem divertida para fins publicitários.

Deste modo, é importante que cada ilustrador tenha em consideração o contexto e o tema que determinada ilustração irá representar e os objectivos que terá de desempenhar.

In these times, when reprographic technology has reached new heights of sophistication, it is probably fair to say that almost any medium, two or three dimensional, can be suitable for children's book illustration. knowing something about the various properties and limitations of individual media will help you make your choice, and perhaps go on to break the rules. (Salisbury, 2004, p. 40)³

No livro *Illustrating Children's Books*, Salisbury (2004) faz referência aos materiais mais utilizados, como as aguarelas, os acrílicos ou as tintas e os pastéis de óleo. Acrescenta também as ilustrações a preto e branco, através de caneta, lápis e tinta da china. Com a diversidade de materiais à nossa disposição, alguns ilustradores exploram a mistura entre estes. A junção de papéis, tecidos, fotografias e outros materiais reciclados dão origem a colagens que por sua vez formam uma imagem. Pode-se recorrer também ao uso de outros materiais riscadores para desenhar o contorno das formas ou de outros elementos que irão compor a criação. Os computadores vieram ajudar nesta tarefa de “corta e cola”, porque a tornam num processo mais rápido, no sentido de corrigir os erros que foram deixados aquando do trabalho manual. Estes, deram origem à chamada ilustração digital, a qual é produzida quase ou essencialmente a partir do computador. Muitas vezes recorre-se a um esboço em papel, que posteriormente é passado para o ecrã, através de um *scanner* ou fotografia e finalmente trabalhado em programas como Photoshop e/ou Illustrator. Com estes programas é possível simular texturas, sombras, brilhos, de forma a tornar uma imagem “plana” numa imagem com maior profundidade. No sentido oposto, alguns ilustradores têm “resgatado” técnicas antigas, como a xilogravura, a linogravura e a ilustração téxtil.

³T.L.: Neste momento, a tecnologia de reprografia ao atingir novos patamares de sofisticação, é provavelmente justo dizer que quase qualquer meio de comunicação, de duas ou três dimensões, pode ser adequado para a ilustração de um livro infantil. Saber algo sobre as várias propriedades e limitações dos meios existentes vai ajudar a fazer uma escolha, e possivelmente quebrar regras.

2.5 O MARKETING DE PRODUTOS PARA CRIANÇAS

2.5.1 A IMPORTÂNCIA DO MERCADO INFANTIL

No passado, as crianças eram consideradas como adultos em miniatura, não havendo materiais e produtos pensados exclusivamente para elas. Pelo contrário, a sociedade actual está cada vez mais voltada para as crianças, dando atenção aos seus comportamentos, necessidades e interesses.

Esta importância conferida às crianças faz com que designers, fabricantes, distribuidores e agências publicitárias, se interessem e se esforcem por desenvolver estratégias de actuação cada vez mais eficazes, com o objectivo de alcançar este mercado em particular. Todavia, atingir este objectivo requer um total entendimento das crianças enquanto consumidoras: “aquilo em que acreditam, o que desejam e como se comportam” (Gunter e Furnham, 2001, p. 13).

“(…) a genuidade e inocência das crianças faz com que estas sejam bastante mais exigentes que os adultos, e por outro lado muito mais fiéis. Para se conhecer o que realmente é apelativo aos olhos das crianças é necessário pesquisar muito e recorrer a métodos muito criativos” (Fishel, 2001, p. 10).

Embora já tenhamos sido crianças, não podemos à partida pensar que sabemos que tipo de produtos gostam e desejam. Nesta perspectiva, adoptar esta estratégia poderá resultar, na maior parte dos casos em insucesso. As mudanças da sociedade são constantes e com isso a vontade e os interesses dos mais pequenos também se vão modificando.

“(…) a criança de hoje é um consumidor muito peculiar, que pensa e age de uma forma completamente diferente da criança que nós já fomos. E só conhecendo as suas actuais especificidades é que poderemos comunicar com ela de uma maneira eficaz. O poder de influenciar as compras dos pais, o desejo de controlar situações (...) são cenários em que se movimenta este novo consumidor” (Carqueja, 1997, p. 4).

Segundo a opinião de McNeal, existem pré-requisitos para que as crianças possam ser consideradas como consumidoras, principalmente ter necessidades e desejos, bem como dinheiro para gastar. De acordo com o autor, a maioria das crianças possui, na actualidade, este conjunto de requisitos (McNeal, 1993, p. 22). As crianças de hoje, tornam-se consumidoras cada vez mais cedo e interessam-se pelo consumo de tudo o que o dinheiro possa comprar.

“(…) obtiveram os seus próprios canais de televisão, de rádio, criação de clubes e revistas infantis, cadeias de lojas e um número bastante significativo de livros para crianças” (McNeal, 1993, p. 26).

O mercado destinado à infância tem conquistado, manifestamente, a atenção de muitas empresas que projectaram neste nicho de mercado a sua fonte de rendimentos, como por exemplo as editoras, como referimos no capítulo 2.1.2: Mercado Editorial Português.

James McNeal (1993, p. 27) destaca ainda que o desenvolvimento das crianças enquanto consumidoras, consiste nas alterações sociológicas ocorridas nos países mais desenvolvidos, no âmbito das alterações na estrutura familiar. A redução do número de filhos por casa, a alteração do padrão familiar, a retardação da idade de ter filhos, a ampliação do número de famílias em que ambos os cônjuges trabalham, são ocorrências sociais, particularmente nos países desenvolvidos, que vieram alterar a visão da sociedade relativamente à criança.

A criança tornou-se um ser mais autónomo, com maior conhecimento dos materiais que existem no mercado, influência pais, familiares e amigos no que respeita à compra de produtos e muitas vezes dispõe de dinheiro para os comprar, principalmente coisas de valor não muito elevado e a que têm facilidade de acesso, como por exemplo nas escolas ou perto destas.

2.5.2 AGENTES DE SOCIALIZAÇÃO DO CONSUMO

- OS PAIS

É durante a infância que se moldam atitudes e são adquiridos comportamentos parecidos com os dos agentes de socialização mais influentes. A família, o grupo de pares e os meios de comunicação, são agentes que influenciam as crianças, devido à frequência de contacto entre si.

Alguns estudos advertem, para a importância que o papel da família assume na área da socialização do consumo, demonstrando que a família é ainda mais influente em crianças mais novas e serve de amortecedor às indesejáveis influências de outros agentes de comunicação (Robertson, 1974; Moschis e Moore, 1982; Carlson e Grossbart, 1988). Segundo os sociólogos, as discussões familiares relacionadas com questões de consumo parecem neutralizar os efeitos da publicidade. Os pais regularmente facultam aos seus filhos critérios de avaliação, com o intuito destes perceberem a veracidade dos ininterruptos anúncios publicitários e a sua real intenção.

Podemos considerar que os pais são os agentes de socialização primários, na medida em que são quase sempre os adultos que compram os livros e produtos para as crianças. São os pais que incutem os hábitos e valores que os vão guiar ao longo do seu desenvolvimento.

Na opinião de Deborah R. John (1999, p. 206), a presença de um irmão mais velho, pode antecipar o conhecimento de uma criança de 9 anos, no que diz respeito à identificação das marcas mais reconhecidas, ao simbolismo do consumo e até mesmo, a atitudes materialistas.

Durante a primeira infância, particularmente aos 4 ou 5 anos, quando o comportamento do consumidor começa a ser significativo na criança, os pais são o único grupo de referência na vida das crianças. No entanto, no decorrer do seu crescimento, este modelo sofre algumas alterações, na presença de outros grupos sociais, em particular, o grupo de pares (McNeal, 1969; Acuff e Reiher, 1997, p. 72). Porém, segundo os autores Moschis e Moore (1982), a influência parental continua a ser eminente no comportamento do consumidor adolescente.

Os amigos e colegas da criança partilham materiais entre si, dando a conhecer uns aos outros novos produtos, que até então eram desconhecidos, constituindo uma influência significativa sobre o seu comportamento de consumo. É uma espécie de passa a palavra entre crianças, onde falam sobre produtos que têm ou que gostavam de ter e sobre as publicidades vistas na internet e na televisão.

As crianças a partir de determinada fase querem pertencer a um grupo, com o qual se identificam, e tentam seguir as normas e hábitos dominantes no grupo, podendo até um produto ser um factor de “entrada” no mesmo, caso contrário poderá ser excluído.

Este tipo de influência vai engrandecendo de ano para ano, particularmente na adolescência (Ward, 1974; Moschis e Moore, 1978). Por isso, à medida que as crianças crescem, afastam-se dos pais e não aceitam, de forma tão aberta como na infância, a sua opinião. Estes autores consideram também, que a influência dos pares da mesma idade é mais vigorosa quando as famílias apresentam fragilidades no ambiente familiar, dificultando a comunicação.

- OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

As mudanças culturais, nos meios de comunicação em particular e a evolução tecnológica, são actualmente uma influência de importância global, e contribui, manifestamente para a socialização do consumo infantil.

Presentemente, a internet é o principal meio de entretenimento das crianças, substituindo grande parte das funções, anteriormente, desempenhadas pelos pais. O número de horas passado a interagir com estes aparelhos, fez com que as crianças estejam menos tempo em contacto com os pais, e conseqüentemente sejam menos influenciados por estes. O acesso fácil à informação, por meio de uma pesquisa faz com que crianças e adolescentes tenham conhecimento de novos produtos de uma maneira mais rápida.

Hoje em dia, a interacção das crianças com aparelhos com acesso à internet, como computadores, telemóveis e *tablets*, começa desde muito cedo, deixando para trás a televisão. A televisão continua ainda assim a ser um importante meio de comunicação, com canais destinados ao universo infantil e anúncios que publicitam produtos para este tipo de público, com especial enfoque na época de Natal.

Muitas vezes, a publicidade demonstra o modo como os produtos são usados, as suas características e potencialidades, aliciando os mais novos a “pedir” o produto em questão aos pais.

Juliet B. Schor constatou também que, apesar da publicidade em determinadas ocasiões proporcionar um acréscimo na auto-estima da criança, propicia igualmente o oposto, afirmando que “por vezes a realidade não corresponde à promessa” (Schor, 2004, p. 179).

Por último, podemos referir a existência dos espaços comerciais que também podem influenciar a criança. Por isso mesmo, é importante organizar o espaço e adequá-lo a este nicho de mercado, fazendo com que a criança entre na loja, “obrigando” os pais a fazer o mesmo e despertando o desejo da aquisição de algum dos produtos disponíveis por ambas as partes.

2.6 PROJECTOS DE REFERÊNCIA

- POR OBJETO

2.6.1 O QUE HÁ

“Neste livro há dezenas de imagens para observar e muitos desafios divertidos para todas as idades: para quem ainda está a aprender a falar ou para todos os leitores-detectives que gostam de seguir as pistas e juntar A + B.”

Planeta Tangerina, 2013

O que há é um livro de Madalena Matoso e Isabel Minhós Martins onde transformam os momentos de arrumação em livro e em jogo de exploração. É um livro-jogo de observação e memória, que incentiva o destinatário a descobrir objectos do nosso quotidiano em vários sítios diferentes: na gaveta, no armário, na parede do quarto, na mala da mãe, no saco de praia da avó, na bancada da cozinha, no frigorífico ou no bolso de um impermeável. Objectos esquecidos, perdidos ou fora do lugar, que dão origem a perguntas como: “Onde andarás o outro brinco?”, “O que não precisa de estar no frio?” ou “Por onde andarás a asa da chávena que se partiu?”. As respostas podem ser surpreendentes, porque as coisas não estão quietas, mudam de sítio e trocam-nos as voltas.

Editora: Planeta Tangerina

Recomendado: +2 anos

Ano de edição: 2012



FIG. 6 ↑
Madalena Matoso e Isabel Minhós Martins, Capa do livro *O que há*, 2012.



FIG. 7 ←
Madalena Matoso e Isabel Minhós Martins, Interior do livro *O que há*, 2012.

2.6.2 POPVILLE

“Ao enveredar pela técnica *pop-up*, alguns autores não têm conseguido resistir à construção de uma espécie de livro-espectáculo, onde cores, formas e volumes se atropelam e lutam ruidosamente entre si até não restar um único espaço de silêncio e respiração. Talvez isto explique a recepção que *Popville* teve a nível mundial. Um livro que surgiu contra-corrente, numa verdadeira lição dessa rara sobriedade e elegância gráfica.”

Bruaá Editora

Editora: Bruaá Editora
Recomendado: +3 anos
Ano de edição: 2010

Popville é um livro *pop-up* que se insere na tradição do livro-jogo. As formas tridimensionais desdobram-se ao folheármos as suas páginas, que são produzidas através de uma técnica artesanal de recorte e colagem. Página após página podemos observar o crescimento de uma cidade, onde primeiro vemos uma igreja com árvores ao seu redor, vemos depois novas infraestruturas – prédios, estradas, caminhos de ferro e fábricas –, dando origem a uma grande metrópole. É um jogo de mudança e expectativa do que vai acontecer com o passar do tempo pautado pelo virar das páginas. É uma narrativa da evolução urbanística para crianças, mas também para adultos. É uma curta metragem para brincar e pensar, para descobrir e explorar os recantos da cidade, para avançar ou voltar atrás no tempo.



FIG. 8 ←
Anouck Boisrober e Louis Rigaud, Interior do livro *Popville*, 2010



FIG. 9 ↑
Anouck Boisrober e Louis Rigaud, Capa do livro *Popville*, 2010.

2.6.3 OLÁ, SOU O BLOP!

Olá, sou o Blop! (originalmente datado de 2005) é um livro de Hervé Tullet, publicado pela Edicare em 2013.

Este livro tem formato de polígono irregular, que começa com o Blop com contorno a negro. Podemos dizer que o Blop é uma mistura de flor, borboleta, forma humana, ou apenas um simples forma que nada tem a ver com isso.

Lá dentro o Blop está representado de diferentes formas com recurso a diferentes traços, cores, texturas, técnicas e materiais (um espelho, acetatos coloridos, formas *pop-out* para destacar, por exemplo).

Existem vários Blops dentro deste livro: um Blop com varicela, um Blop invisível, dois Blops que se abraçam, um Blop riscado a esferográfica, um Blop partido, há Blops animais e há famílias Blop, Blops sós ou acompanhados.

Este livro-oficina ou laboratório faz propostas para jogar, contar ou pintar para pais, educadores e crianças. Aqui existem metamorfoses, mudanças, desconstruções e coisas para explorar, que ajudam o destinatário a pensar de forma criativa, autónoma e colectiva.

Editora: Edicare
Recomendado: +2 anos
Ano de edição: 2013

FIG. 10 ▶
Hervé Tullet, Interior do livro
Olá, sou o Blop!, 2013.



2.6.4 NOVA IORQUE EM PIJAMARAMA

Editora: Kalandraka
 Recomendado: +3 anos
 Ano de edição: 2012

Nova Iorque em Pijamarama é um livro lúdico e interativo que utiliza nas suas páginas uma técnica cinematográfica denominada ombro-cinéma ou *scanimation*, desenvolvida em França no século XIX. Esta técnica consiste em colocar uma grelha de linhas pretas em acetato por cima de cada imagem estriada do álbum, de forma que, sempre que é deslocada, cria-se uma surpreendente ilusão óptica de movimento. Em meados do século XX este sistema foi utilizado para desenvolver pequenos brinquedos, tendo sido também aplicado a livros.

A personagem principal desta história é um rapaz vestido com um pijama às riscas que explora a cidade de Nova Iorque. Nesta viagem o protagonista sobrevoa autoestradas, tráfego de veículos, ruas iluminadas e cheias de gente, arranha céus e árvores do *Central Park*. Com o acetato podemos observar o movimento dos carros nas estradas, as suas rodas em andamento, as folhas das árvores que abanam com o vento ou as luzes da cidade a cintilar. Movimentos rápidos ou lentos dependendo da vontade do leitor e do ritmo a que desloca o acetato.



FIG. 11 ←
 Michaël Leblond e Frédéric Bertrand, Capa do livro *Nova Iorque em Pijamarama*, 2012.

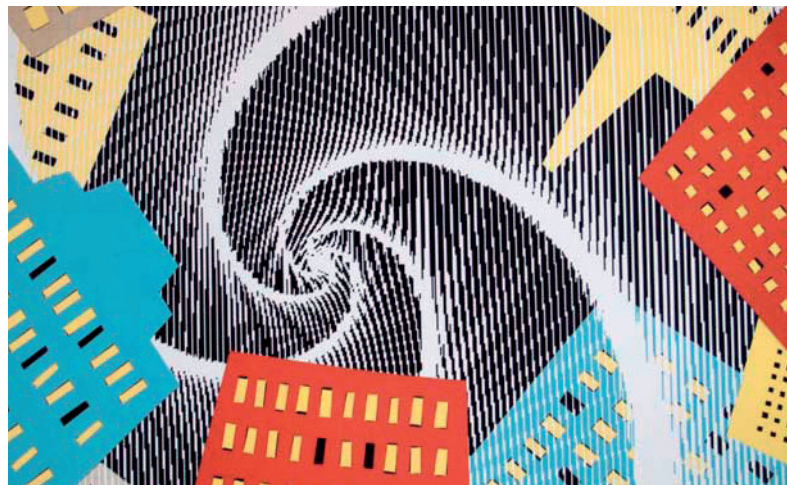


FIG. 12 →
Michaël Leblond e Frédérique Bertrand, Sequência de imagens do interior do livro *Nova Iorque em Pijamarama*, 2012.

- POR TEMA

2.6.4 TABUADA

No que se refere a livros que exploram o tema da matemática e a tabuada, temos de falar na memorável e duradoura *Ratinho*.

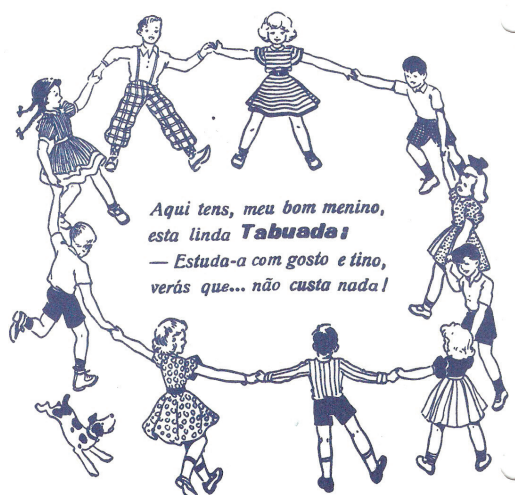
A tabuada do *Ratinho* é um livro auxiliar de apoio às primeiras noções de matemática, desde 1973. Esta tabuada de Alfredo Cabral, editada pela Papelaria Fernandes, tornou-se na sebenta obrigatória de qualquer aluno do primeiro ciclo. Funciona quase como uma “máquina de calcular”, passando e marcando várias gerações de alunos.

Ao longo do tempo sofreu algumas alterações. Nas primeiras edições destaca-se a referência às antigas moedas de escudo, numerações romanas, ordinais, cardinais, medidas de tempo, estações do ano, medidas de comprimento, superfície, volume, capacidade, massa, etc.

FIG. 13 ↓
Alfredo Cabral, *Tabuada Escolar Ratinho*, 1973.

FIG. 14 ↘
Alfredo Cabral, Segunda versão da *Tabuada Escolar Ratinho*, s.d.





OS DEZ MANDAMENTOS DO BOM ALUNO

- 1.º — O bom aluno é pontual e aplicado.
- 2.º — O bom aluno apresenta-se limpo e mostra-se correcto em todos os seus actos.
- 3.º — O bom aluno está sempre com a máxima atenção nas aulas.
- 4.º — O bom aluno estima o Professor, que é, ao lado dos Pais, o seu melhor Amigo.
- 5.º — O bom aluno é respeitador e obediente.
- 6.º — O bom aluno diz sempre a verdade.
- 7.º — O bom aluno é puro nos pensamentos, nas palavras e nas acções.
- 8.º — O bom aluno é leal e generoso para com os seus companheiros.
- 9.º — O bom aluno não maltrata os animais nem as plantas.
- 10.º — O bom aluno não faz aos outros o que não quer que os outros lhe façam.

A Escola é Templo de Amor,
Seara de Luz e Razão:
— Não há riqueza maior
que o tesouro da Instrução!

A existência de uma página com os dez mandamentos do aluno ou o poema presente na primeira página do livro (ligados a um período político), são também características que a diferenciam. Tal como, a utilização de cores apenas na capa, sendo o miolo a preto e branco (figura 17) e as duas páginas antes referidas a azul (figuras 15 e 16).

Actualmente, existe uma colecção *Ratinho* que, para além do tema da matemática, possui exemplares dedicados à gramática, compêndio, inglês, música, entre outros, num total de sete livros diferentes. Graficamente também foi evoluindo, desde a forma como os temas são apresentados, as cores e as ilustrações utilizadas (figura 18).

Existem no mercado tabuadas similares à do *Ratinho* como, por exemplo, a *A Tabuada do Alfa* e *A Tabuada da Abelhinha* (Porto Editora), *A Minha Primeira Tabuada* (Sebenta), ou a *Aprende a Tabuada com O Professor Girassol* (Girassol Edições).

FIG. 15 ←

Alfredo Cabral, Poema no interior do *Ratinho*, s.d.

FIG. 16 ←

Alfredo Cabral, Os dez mandamentos do bom aluno da tabuada do *Ratinho*, s.d.

X vezes **Tabuada de multiplicar** **X**

Multiplicando	Multiplicador	Produto	Reves. ltra	Multiplicando	Multiplicador	Produto	Reves. ltra	Multiplicando	Multiplicador	Produto	Reves. ltra
2	1	= 2		3	1	= 3		4	1	= 4	
2	2	= 4		3	2	= 6		4	2	= 8	
2	3	= 6		3	3	= 9	0	4	3	= 12	3
2	4	= 8		3	4	= 12	3	4	4	= 16	7
2	5	= 10	1	3	5	= 15	6	4	5	= 20	2
2	6	= 12	3	3	6	= 18	0	4	6	= 24	6
2	7	= 14	5	3	7	= 21	3	4	7	= 28	1
2	8	= 16	7	3	8	= 24	6	4	8	= 32	5
2	9	= 18	0	3	9	= 27	0	4	9	= 36	0
2	10	= 20	2	3	10	= 30	3	4	10	= 40	4
5	1	= 5		6	1	= 6		7	1	= 7	
5	2	= 10	1	6	2	= 12	3	7	2	= 14	5
5	3	= 15	6	6	3	= 18	0	7	3	= 21	3
5	4	= 20	2	6	4	= 24	6	7	4	= 28	1
5	5	= 25	7	6	5	= 30	3	7	5	= 35	8
5	6	= 30	3	6	6	= 36	0	7	6	= 42	6
5	7	= 35	8	6	7	= 42	6	7	7	= 49	4
5	8	= 40	4	6	8	= 48	3	7	8	= 56	2
5	9	= 45	0	6	9	= 54	0	7	9	= 63	0
5	10	= 50	5	6	10	= 60	6	7	10	= 70	7
8	1	= 8		9	1	= 9	0	10	1	= 10	1
8	2	= 16	7	9	2	= 18	0	10	2	= 20	2
8	3	= 24	6	9	3	= 27	0	10	3	= 30	3
8	4	= 32	5	9	4	= 36	0	10	4	= 40	4
8	5	= 40	4	9	5	= 45	0	10	5	= 50	5
8	6	= 48	3	9	6	= 54	0	10	6	= 60	6
8	7	= 56	2	9	7	= 63	0	10	7	= 70	7
8	8	= 64	1	9	8	= 72	0	10	8	= 80	8
8	9	= 72	0	9	9	= 81	0	10	9	= 90	0
8	10	= 80	8	9	10	= 90	0	10	10	= 100	1

14 —

FIG. 17 ↑
Alfredo Cabral, Tabela de multiplicar da tabuada do Ratinho, s.d.

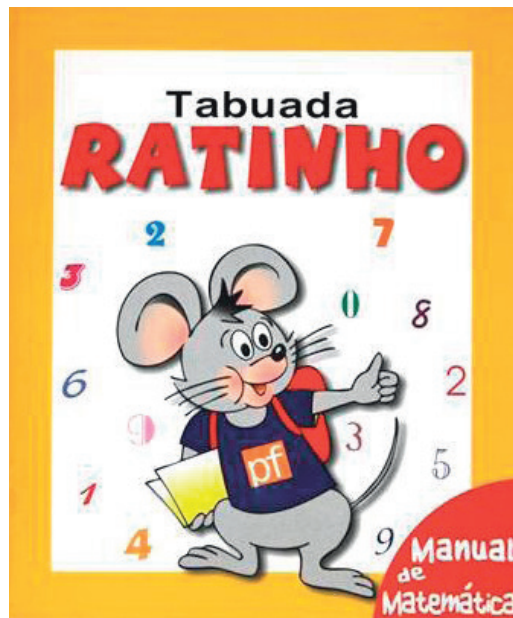


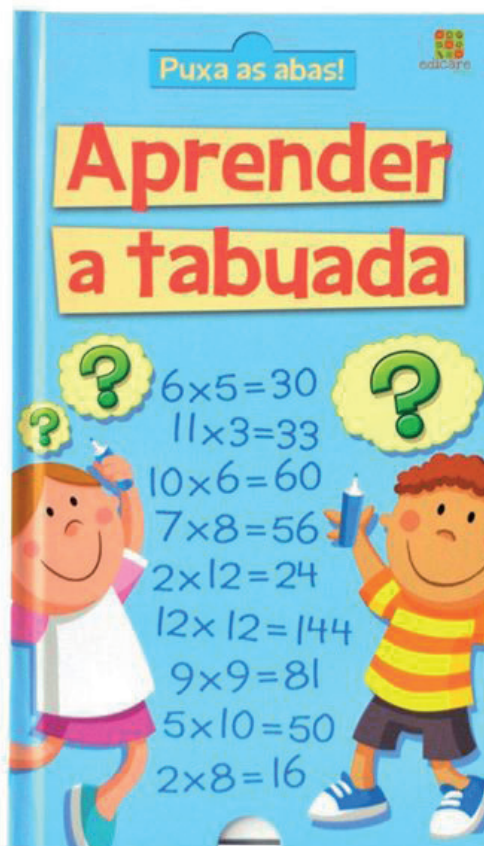
FIG. 18 ↑
Papetarget, Capa da Nova Tabuada Ratinho, 2013.

A Edicare também editou uma colecção de quatro livros que aborda esta temática, denominada *Aprender a Tabuada*. O que distingue estes quatro volumes são as suas operações (somar, subtrair, multiplicar e dividir). Estas tabuadas funcionam de uma forma diferente daquelas que falámos anteriormente. Na forma inicial, os resultados estão “escondidos” pela página que os sobrepõe mas, ao puxármos as abas para baixo, eles revelam-se. Assim, sempre que se quiser saber se a nossa resposta está correcta, basta puxar estas abas e os pontos de interrogação dão lugar aos números. Isto é possível devido ao recorte na folha que está sobre outra que se movimenta entre dois papéis, tipo “sanduíche”. Este método repete-se em todas as páginas e cada uma delas possui uma tabela, que vai desde a tabuada do um até à do dez.



FIG. 20 ↑
Edicare, Interior do livro
Aprender a tabuada, 2012.

FIG. 19 ↓
Edicare, Capa do livro
Aprender a tabuada, 2012



2.6.5 FUTEBOL

O futebol é uma das modalidades desportivas mais conhecidas e praticadas em todo o Mundo, movendo multidões até aos estádios para apoiar os seus clubes e/ou seleções. Com a realização do Mundial de 2014, a Edicare pensou que seria o mote ideal para elaborar um produto sobre esta temática, ao mesmo tempo que enriqueceria o seu catálogo. Apesar de já ter dois produtos editados sobre futebol, o que pretendiam desta vez era o desenvolvimento de um questionário-jogo, para testar o conhecimento dos seus utilizadores. (Mas sobre este projecto falaremos mais à frente, no capítulo 5.)

Um dos produtos editados é o *50 Técnicas de Futebol*, onde podemos aprender as técnicas dos futebolistas, como driblar, bater o guarda-redes ou pontapés de bicicleta. São 50 cartas que têm instruções e dicas de como fazer estas habilidades.

O segundo é o *Coisas de Futebol para Fazer e Criar*, como o próprio nome diz é um livro que sugere que a criança crie alguma coisa sobre o tema. Um *subbuteo*, um jogo 3D de marcação de penalidades, marionetas de jogadores ou cartões animados, são algumas das coisas que se podem fazer aqui. Este livro contém ainda 200 autocolantes para decorar aquilo que se criou.

FIG. 21 ↓

Edicare, Cartas de actividades
50 Técnicas de Futebol, 2008.





Outro produto relacionado com este desporto, que fez parte da nossa pesquisa e ajudou no desenvolvimento do 2º projecto, foi o *Quiz4you – O Mundo do Futebol*. Este *quiz* da Science4you, estava mais perto daquilo que nós pretendíamos para o nosso produto, no que se refere às perguntas e respostas que dele fazem parte.

Em relação a editoras estrangeiras temos jogos como o *BrainBox – Football*, da The Green Board Game Co., ou o *World Football Stars 2013/14*, da Top Trumps.

BrainBox é um jogo de memória, com 71 cartões. O jogador tem dez segundos para memorizar a informação do cartão que lhe saiu. Cada cartão tem dados sobre uma equipa de futebol diferente, incluindo a história do clube, os jogadores famosos e curiosidades. Após esse tempo é feita uma pergunta acerca desse cartão, escolhida através de um dado. O jogador com o maior número de cartões após 5 ou 10 minutos ganha, dependendo do modo de jogo que se escolher. Os cartões, a amпуheta e o dado estão dentro de uma caixa-cubo magnética.

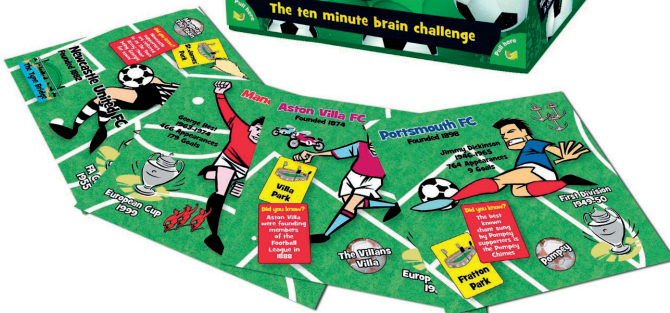


FIG. 22 κ
Science4you, Embalagem do jogo Quiz4you - O Mundo do Futebol, 2012.

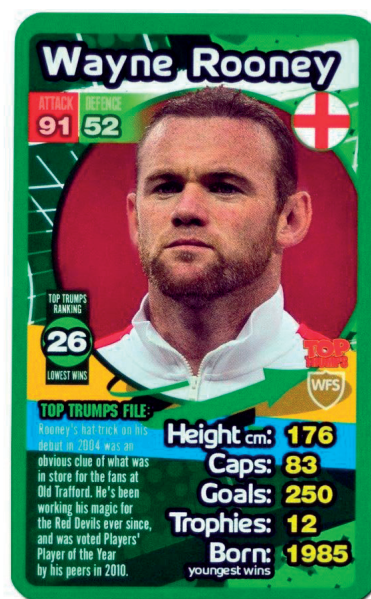
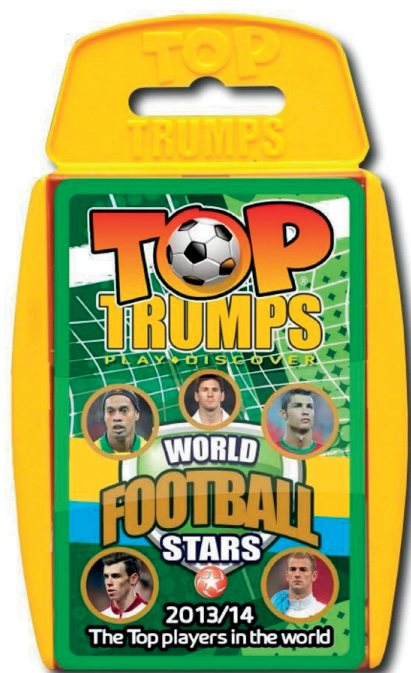
FIG. 23 ←
The Green Board Game Co., Jogo BrainBox - Football, 2008

O *World Football Stars* é também ele um jogo de cartas e cada carta tem representado um jogador e as suas características. Dessas características podemos destacar a altura, os troféus que conquistou, o número de golos que marcou, o ano de nascimento. Para além disso existe uma percentagem da sua força de ataque e defesa e outros dados sobre o futebolista. O objectivo do jogo é ganhar todas as cartas, através da escolha de uma característica/categoria. Se o jogador escolher a categoria golos, por exemplo, e a carta do segundo jogador tiver um número menor, o primeiro ganha a carta.

Não podemos também esquecer das cadernetas de cromos da Panini que, neste ano de 2014, voltou a desenvolver uma no contexto do campeonato do Mundo. As saquetas de cromos contêm autocolantes com os jogadores e selecções que participaram no Mundial. Este tipo de produto faz com que haja o desejo de completar a colecção, levando os colecionadores a comprar várias saquetas, ou até trocar com outras pessoas, para encontrar os mais raros/difíceis de sair.

FIGS. 24 e 25 ↕ ↓

Top Trumps, Jogo World Football Stars 2013/14, 2013;
Top Trumps, Carta de jogo Wayne Rooney, 2013.



2.6.6 BOAS MANEIRAS

As boas maneiras são importantes para a criança conviver em sociedade, respeitando tudo o que as rodeia e aprendendo a respeitar o Outro. Este tema pode começar com situações como dizer “obrigado(a)” e “se faz favor” até aprender a comportar-se devidamente à mesa e cumprir várias tarefas que são essenciais no dia-a-dia. Para isso a criança precisa de ser incentivada a cumprir as regras básicas. É aqui que o design pode ajudar pais e educadores nesta tarefa. Não inculcar estas regras de uma forma rígida, mas de forma espontânea através de um material didáctico.

Entre os produtos editados pela Edicare encontramos *O meu livro de prémios*. É um livro de actividades e autocolantes que incentiva as crianças a comportarem-se cada vez melhor. Podem auto-avaliar o seu desempenho na realização de determinada tarefa durante o dia, através de quadros de comportamento onde são colados os diversos autocolantes. Esta é uma forma de pais e crianças fazerem um balanço daquilo que foi positivo e negativo, tentando melhorar a sua atitude perante as tarefas propostas neste livro.



FIG. 26 ←
Edicare, Capa do livro *O meu livro de prémios*, 2013.

Outro exemplo é o jogo *O jogo Le Jeu du Savoir-Vivre* de Fernand Nathan, é um loto constituído por cartões-base e pequenas peças em forma de quadrado que vão ser colocadas sobre os cartões. As peças têm uma ilustração e uma pergunta sobre as boas maneiras, como por exemplo, “Quando nos devemos sentar à mesa?”.

Nos cartões o jogador deve procurar a ilustração com a resposta certa, neste caso “Depois da dona da casa”. Cada cartão tem seis quadrados e ganha quem os preencher primeiro.

FIG. 27 ↙

Fernand Nathan, Embalagem do jogo *Le Jeu du Savoir-Vivre*, anos 60.



FIG. 28 ↑

Fernand Nathan, Cartões base do jogo *Le Jeu du Savoir-Vivre*, anos 60.



FIG. 29 ←

Fernand Nathan, *Le Jeu du Savoir-Vivre*: peças quadrangulares para colocar sobre os cartões, anos 60.

3. EDICARE EDITORA

3. EDICARE EDITORA

Alameda D. Afonso Henriques, 5B
1900-178 Lisboa - Portugal
Tel. 213 959 426 - Fax. 213 959 427
comercial@edicare.pt - www.edicare.pt

“Na Edicare somos determinados, mas flexíveis, firmes mas humildes, simples mas exigentes, obstinados mas sempre criativos, sem nunca esquecer que a nossa vocação é trazer às crianças e às famílias tempo de lazer e aprendizagem de qualidade através dos mais diversos materiais.”

Edicare Editora

A Edicare é uma editora criada no final de 2003, na cidade de Lisboa, focada essencialmente no público infantil com o objectivo de preencher uma lacuna no mercado para crianças em Portugal.

Como uma nova empresa, dedicou os primeiros meses da sua actividade a desenvolver produtos de marca própria e, no final de 2004, começaram a negociar e fazer acordos de representação ou de distribuição com parceiros estrangeiros, a fim de lançar no mercado Português produtos pouco conhecidos e que até então eram difíceis de encontrar a preço acessível. O objectivo da editora era ter uma selecção de produtos inovadores e divertidos, com integridade e qualidade para o desenvolvimento da criança.

É pelo e para o pequeno leitor que a Edicare desenvolve os mais variados projectos, uns mais simples, outros nem tanto, mas todos eles com o objectivo de aguçar a curiosidade das crianças e dos pais, para que haja a necessidade de interação entre eles e o livro ou o jogo, (ou uma mistura dos dois). E são dessas misturas que a editora vive. Misturas de ideias, de tintas e de papéis, de textos e de letras que se interligam e interagem entre si. Misturas de histórias, de jogos que, de repente e sem darmos conta, são actividades, brincadeiras e partilhas entre crianças, pais e educadores.

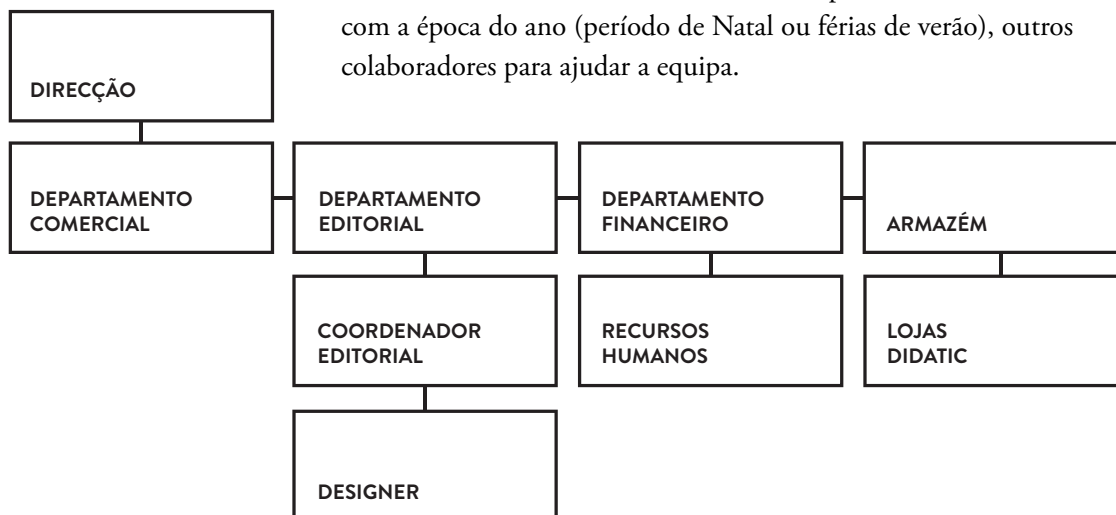
A Edicare, para além de editora, é uma distribuidora, fazendo a produção, venda e distribuição de produtos educacionais a retalho.

Em suma, valoriza os produtos a preços acessíveis, que combinem em simultâneo a componente prática e o valor educacional com a componente lúdica e de diversão.

3.1 ESTRUTURA DA EMPRESA

A equipa da Edicare é constituída por doze funcionários no escritório e quinze nas lojas Didactic *by* Edicare.

Por razões estratégicas, e porque pretendem manter uma estrutura fixa pequena, optam por trabalhar em *outsourcing* em diversas áreas especializadas, como transporte, design e multimédia, traduções, contabilidade, etc. Também contratam temporariamente, de acordo com a época do ano (período de Natal ou férias de verão), outros colaboradores para ajudar a equipa.



TAB. 1 ↑
Esquema da organização da empresa.

3.2 ACTIVIDADE EDITORIAL

Na indústria dos livros a Edicare trabalha com outras empresas estrangeiras, principalmente em base de co-edição (figura 16).

A editora já editou cerca de 500 livros, representando mais de 50% da sua actividade.

Para além dos livros, os outros produtos funcionam como um complemento, uma vez que têm conteúdos semelhantes.

O foco principal da editora, especializada na área educacional, é fornecer recursos e todo o tipo de produtos que irão ajudar ao desenvolvimento das crianças e enriquecer a experiência dos pais e das famílias.

Nathan
Play-Bac
Usborne
Helium
Fleurus
Quarto
Combel
Lupita Books
Phaidon
Les grandes Personnes
Ivy Group
Bonnier Group

TAB. 2 ↑

Empresas internacionais com que a Edicare estabelece trabalhos de co-edição.

3.3 DISTRIBUIÇÃO

Em relação à distribuição têm, neste momento, vários catálogos com uma linha diversificada de brinquedos e produtos educacionais: livros, quebra-cabeças, jogos, brinquedos educativos, artes, artesanato e atividades.

Entre as marcas que fizeram acordos com a Edicare para que os seus produtos tivessem distribuição exclusiva em Portugal estão a Djeco (França), a COG (Hong-Kong), a Fashion Angles/Style me Up (Grã-Bretanha/EUA), a Galison (EUA), a Mudpuppy (EUA) e a Mon Petit Art (França).

3.3.1 ARMAZÉM

A empresa possui dois armazéns, um deles no centro de Lisboa, no mesmo local onde se situam os escritórios, com 1200 m², e outro no Seixal onde mantêm o *stock*, com 2000 m². Os armazéns estão bem equipados para satisfazer as necessidades de logística e comercialização.

A Edicare cumpre todas as recomendações jurídicas sobre a comercialização de brinquedos, por isso antes de vender qualquer produto precisam de os preparar – etiquetas com indicações e advertências, recomendações, conteúdos em Português e folhetos com informações detalhadas dentro de cada produto, sempre que seja necessário.

3.4 CLIENTES

3.4.1 LOJAS PRÓPRIAS: DIDATIC BY EDICARE

Numa primeira fase, a Edicare começou por abrir quatro lojas de rua em algumas das áreas mais emblemáticas do centro de Lisboa.

Era necessário e oportuno ter todas as marcas da editora em conjunto num único espaço. No entanto, como distribuidor que são, querem manter-se concentrados e focados na venda para outras lojas.

Além disso, fazem vendas diretas ocasionalmente ou temporalmente nos vários eventos/feiras em que participam e quando as vendas são permitidas pelos organizadores.

Actualmente, a empresa alargou a sua cadeia de lojas, existindo nove lojas espalhadas por vários pontos do país. Seis destas estão situadas na Grande Lisboa (Alvalade, Av. Roma, Guerra Junqueiro, Saldanha, Chiado e Campo de Ourique) e as outras três na zona Norte do país (Porto, Maia e Braga).

Brevemente, vão abrir mais três lojas, duas delas em grandes superfícies: Centro Comercial Colombo e Rio Sul Shopping.

3.4.2 OUTRAS LOJAS

Para além das suas próprias lojas, a Edicare distribui e vende para o grande mercado Português. Ao longo do tempo, a empresa tem desenvolvido relações entre os grupos mais influentes e lojas do nosso país, como a FNAC, Bertrand, Bulhosa, El Corte Inglés (Portugal), etc. No total os produtos da editora estão em 330 lojas a nível nacional.

96 Lojas de brinquedos
56 Lojas de presentes
124 Livrarias
2 Lojas de departamento
4 Museus
48 Outros

TAB. 3 ←

Número de lojas com produtos da editora em Portugal.

3.5 ESTRATÉGIA DE VENDAS

A Edicare promove as marcas que representa, colocando-as dentro das mais influentes cadeias de lojas em Portugal. Porém o mercado português, devido à sua concentração/pequena dimensão, é difícil para os novos fornecedores entrarem em grandes lojas ou Grupos.

Nesta perspectiva, a Edicare tem a vantagem de proporcionar ao cliente o poder negociar apenas com um fornecedor para ter acesso a uma vasta gama de produtos. A estratégia da empresa em possuir uma grande variedade de marcas e produtos, traz-lhe alguns benefícios:

- A possibilidade de actuar em diferentes segmentos de mercado;
- Produtos que se complementam entre si;
- Contrariar a sazonalidade de Natal do mercado infantil e ter uma comunicação contínua com os clientes, apresentando novidades e preparando acções temáticas.

3.5.1 MARKETING

A editora aposta cada vez mais na divulgação dos seus produtos através de diversas ferramentas: Catálogo impresso com todos os produtos, folhetos para alguns produtos exclusivos, *direct mailing*, actividades nas redes sociais, eventos no *showroom* do escritório e amostras.

A televisão também é uma dessas ferramentas, sendo frequentemente convidados a participar e mostrar alguns dos seus produtos em programas ligados à literatura, educação ou a produtos para o universo infantil.

Têm uma rotina de envio de *press releases* para várias revistas, sendo a Edicare mencionada em algumas publicações.

Outra das suas formas de divulgação é o *website* (www.edicare.pt) que, neste momento, se encontra em renovação, com uma futura loja online para que todos os clientes possam adquirir os produtos de uma maneira mais rápida e fácil. Por fim, possuem uma conta de Facebook, onde publicam constantemente as novidades e onde os seguidores podem fazer perguntas e dar o seu *feedback* da sua experiência com a editora e com os seus produtos.

3.6 OBJECTIVOS A MÉDIO E LONGO PRAZO

- 1 - Aumentar e solidificar a relação da Edicare com os clientes com que já trabalha;
- 2 - Aumentar a participação e manter o nome Edicare como uma referência no mercado Português de ensino-crianças (no segmento de livros/puzzles/jogos/ciência);
- 3 - Expandir o mercado e captar novos estabelecimentos comerciais e novos canais. Ter, pelo menos, uma loja com os seus produtos em todos os distritos em Portugal;
- 4 - Em termos logísticos, ter um nível de *stock* permanente, que lhes permita cumprir as encomendas em 48 horas e evitar roturas;
- 5 - Produção própria/produto criado em Portugal.

3.7 FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

Os principais factores para o sucesso da Edicare Editora são os seguintes:

- Conhecer o mercado;
- Conhecer as necessidades dos consumidores;
- Especialização na área da Educação;
- Faixa de preço;
- Flexibilidade e simplicidade de vendas;
- Marcas de qualidade;
- Trabalhar de forma orientada para a excelência e qualidade de serviço.

4. ESTRUTURA DE ESTÁGIO E DE INVESTIGAÇÃO

4.1 ARGUMENTO

Desenvolvimento de materiais editoriais que aliem a ilustração e a interactividade de forma lúdica e didáctica para o universo infantil.

4.2 DESENHO DE INVESTIGAÇÃO

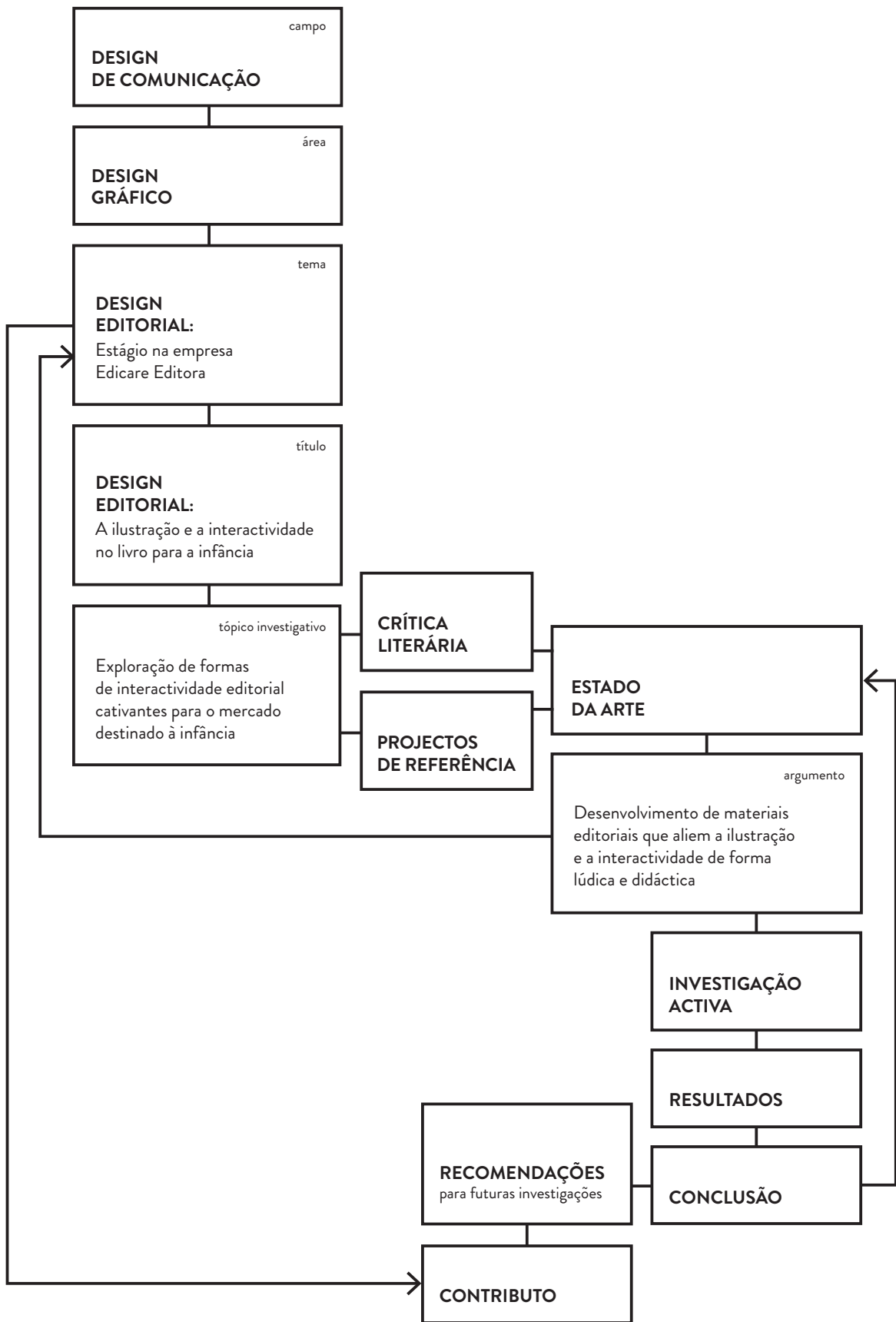
Numa primeira fase esta investigação é não intervencionista, na qual se efectua uma recolha bibliográfica, a crítica da literatura e de projectos de referência para a construção do estado de arte sobre os temas relevantes a tratar dentro da problemática. A crítica literária deu origem a um argumento que mais tarde foi constatado se foi ou não desenvolvido pela investigadora.

Segue-se a investigação activa, intervencionista, através da realização de um Estágio Académico de Natureza Profissional, na empresa Edicare Editora, cujo trabalho está essencialmente ligado ao Design Editorial, focado no universo infantil.

Dos resultados obtidos foram extraídas pré-conclusões que resultam na concretização ou não do argumento inicial.

Por fim, retiraram-se as conclusões finais, a partir das quais surgiram uma série de recomendações, que se almeja sejam um contributo para a área temática.

TAB. 4 →
Organograma do processo
de investigação.



4.3 BENEFÍCIOS

Os benefícios que advêm desta investigação e do Estágio Académico de Natureza Profissional podem dividir-se em benefícios pessoais para a investigadora e benefícios para a comunidade em geral. Assim, este projecto deve contribuir para o conhecimento da comunidade científica, mas também para a sociedade em geral, sendo um contributo para a investigação futura dentro das áreas do Design de Comunicação e métodos de como este pode interferir na educação e no desenvolvimento das crianças.

Esta investigação também pode ser benéfica para o Design e Designers que pretendam desenvolver um projecto deste cariz, tendo aqui referências nas áreas de estudo já referidas. Um contributo para as instituições de ensino, para os pais, crianças e educadores, que vejam neste projecto uma boa maneira de partilharem a experiência que um objecto (livro, jogo, etc) lhes pode trazer, ou seja aquilo que as crianças vão descobrir sozinhas, ou que pais e educadores lhes vão ensinar ou contar quando estiverem a experienciar/utilizar o objecto.

Dentro dos benefícios pessoais, um estudo desta natureza (estágio curricular) permite que o investigador adquira conhecimentos e competências que irão completar aqueles que já tinha adquirido anteriormente na sua formação, especialmente em temas relacionados com este estudo. Do mesmo modo que enriquece o seu currículo e portfólio pessoal.

4.4 FACTORES CRÍTICOS DE SUCESSO

Os principais factores para o sucesso desta investigação dependem de:

- Capacidade de organização e trabalho pessoal;
- Vontade, a motivação e a experiência do próprio investigador;
- Interação de trabalho com o Orientador e Supervisor da Empresa;
- Adaptação a um local de trabalho e a tudo o que o caracteriza;
- Acesso a Bibliografia de qualidade;
- Capacidade de transferir e adaptar conhecimento;
- Cumprimento do tempo previsto para cada uma das fases da investigação;
- Cumprimento dos objectivos e expectativas do Supervisor(a)/ Cliente em relação aos projectos desenvolvidos durante o estágio.

5. ESTÁGIO

5. ESTÁGIO

O Estágio Académico de Natureza Profissional foi realizado na empresa Edicare Editora. Sendo uma editora vocacionada para o público infantil, pude explorar aqui as áreas do Design Editorial, da Ilustração e da Interactividade para o nosso público-alvo.

DURAÇÃO

Quatro meses:

De 3 de Fevereiro a 30 de Maio de 2014

Horário:

Das 9h às 18h

Hora de almoço - Das 13h às 14h

5.1 TAREFAS PREVISTAS

As tarefas previstas durante este período foram a realização de três projectos diferentes, bem como ajudar em projectos pontuais que apareceram ao longo destes meses. Os dois primeiros projectos foram sugeridos pela supervisora, sendo produtos que a editora estava a necessitar no seu catálogo.

O primeiro foi sobre o tema da matemática/tabuada, já o segundo foi sobre futebol. O terceiro projecto foi desenvolvido com total liberdade para explorar o que quisesse, tanto quanto ao tema como quanto ao tipo de produto (livro, jogo...) Ao mesmo tempo que a supervisora me deu os temas acima referidos, sugeriu-me outros: Arte e Museus de Portugal, Família, Boas Maneiras, Animais, Jogos tradicionais, *Doodling* para adultos, entre outros. Podia partir de um destes temas ou abordar outro qualquer que fosse pertinente. Decidi então pelas Boas Maneiras, por ser um tema que nunca tinha experimentado, tendo aqui uma oportunidade de o fazer.

No decorrer do estágio houve várias reuniões, com a supervisora e coordenadora editorial (Joana Mendes) e a directora (Mafalda Amaral), de maneira a acompanharem o desenvolvimento do trabalho, fazendo críticas e sugestões sobre o projecto. Esta troca de ideias e de impressões originou várias alterações de ideias/propostas ao longo do processo criativo.

TEMAS	Tabuada*	Futebol*	Boas Maneiras	Família
	Livro	Jogo Quiz	Pads de mesa (folhas de secretária) Jogo loto Jogo tabuleiro Stencils	Livro Livro-jogo Pads de mesa Jogo - Loto, memória
	Exercícios Autocolantes Caneta que apaga os resultados		Como pôr a mesa Pedir se faz favor Atravessar a estrada Dizer obrigado	Árvore Genealógica “Tudo acerca de mim”: Dentro da família como é que a criança se relaciona “Pergunta aos antigos”: Espécie de questionário
TEMAS	Jogos Tradicionais	Arte e Museus de Portugal	Futebol	Doodling para adultos
	Xadrez Damas Cartas	Jogos à volta das obras dos museus	Jogo estilo subuteo Jogadores de cartão	Sketchbook Bloco de notas
	Todos os elementos têm de ser planificados		Fazer equipa e treinador Símbolos para equipamentos Nome da equipa e estádio Construir campeonato (calendário) Melhores jogadores Compra e venda de jogadores	

*temas obrigatórios

TAB. 5 ↑

Tabela dos temas obrigatórios e sugeridos pela empresa.

5.2 CRONOGRAMA DOS PROJECTOS

	FEV.	MAR.	ABR.	MAI.
MATEMÁTICA <i>Colecção Aprender</i>	█	█	█	
FUTEBOL <i>Craques da Bola</i>		█	█	█
Jogo Merchandising		█	█	█
BOAS MANEIRAS <i>Colecção Constrói</i>			█	█
<i>Fazer a cama</i>			█	
<i>Pôr a mesa</i>				█

TAB. 6 ↑
Cronograma dos projectos.

5.3 DISSEMINAÇÃO

Existem várias formas para divulgar/disseminar uma investigação/projecto, mas devemos seleccionar as que melhor se adaptam ao projecto em questão, as que fazem mais sentido dependendo das suas particularidades e qual a melhor maneira para que isso aconteça.

No caso desta investigação, e depois do projecto ser realizado, os materiais podem estar disponíveis em várias livrarias, mas também nas próprias lojas da empresa, denominadas *Didatic by Edicare*, situadas em vários pontos do país. O projecto *Craques da Bola*, de que falaremos mais à frente, está neste momento disponível nas lojas, para além do seu lançamento e divulgação na Feira do Livro de Lisboa, através de eventos e de *merchandising* relativo ao produto.

Contudo, as exigências do mundo actual obrigam a que esta não seja a única forma de disseminação, por isso o lançamento destes materiais foi divulgado por meio do site da Edicare Editora, bem como na sua página de *facebook*, onde todos os dias são publicadas notícias e materiais que estão disponíveis e/ou foram produzidos pela marca (o que também aconteceu com o projecto citado anteriormente). Assim, a informação dissemina-se de uma maneira mais rápida e abrangente, chegando a um maior número de pessoas.

A minha página de *facebook*, onde partilho os meus trabalhos (www.facebook.com/joanajesusilustra) foi e será também um meio de disseminação dos projectos já produzidos e dos que ainda hão-de vir.

Por fim, com a obrigatoriedade de se desenvolver um diário de estágio em conjunto com o relatório, este foi essencialmente ilustrado. Cada mês corresponde a um caderno/bloco de desenhos, e cada semana a um resumo textual, de maneira a que qualquer pessoa tenha noção de como o processo criativo se desenrola, até chegar ao produto final.

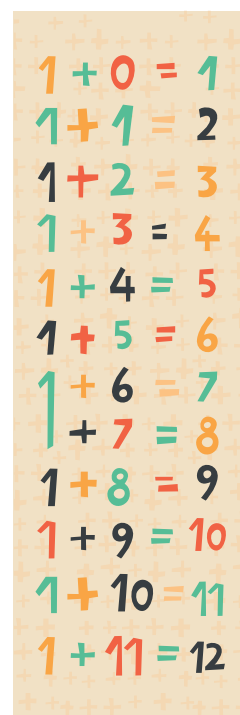
5.4 MATEMÁTICA Coleção Aprender

Este projecto surgiu da necessidade que a Edicare tinha em desenvolver um produto diferente das tabuadas tradicionais, preenchendo assim o seu catálogo com um produto novo ligado a esta temática.

Deste modo, pensou-se em formas de transformar ou de reinventar as tabuadas já existentes, fazendo-se uma pesquisa de materiais que abordem/explorem este tema. Para isso, a supervisora disponibilizou-me várias tabuadas e outros produtos sobre matemática quer editados pela Edicare, quer por outras editoras. Como já falámos no Estado de Arte, a tabuada do *Ratinho* foi uma referência para muitas gerações, com as suas tabelas de operações, numeração romana, moeda portuguesa, leitura de números...

Depois desta pesquisa, comecei por desenhar os meus próprios números e todos os símbolos (adição, subtracção, multiplicação, divisão), dando origem às tabelas de números que fazem parte de todas as tabuadas. Mas não queríamos replicar aquilo que podemos encontrar nos outros materiais didácticos do género. Por isso, para além da teoria, porque não praticar logo aquilo que aprendemos antes? Foi nesta base de raciocínio que surgiu a ideia de incluir exercícios no livro. Isto permite às crianças passarem da teoria à prática, repetindo a matéria apreendida anteriormente, tantas e quantas vezes quiserem.

Estes exercícios reutilizáveis são possíveis através de tecnologias já existentes que vão desde canetas e papéis específicos, que permitem escrever e apagar facilmente, autocolantes que colam e descolam através de electricidade estática ou até canetas com tinta invisível.



1	+	0	=	1
1	+	1	=	2
1	+	2	=	3
1	+	3	=	4
1	+	4	=	5
1	+	5	=	6
1	+	6	=	7
1	+	7	=	8
1	+	8	=	9
1	+	9	=	10
1	+	10	=	11
1	+	11	=	12

FIG. 30 ↑

Primeira experiência de representação da tabela de números da tabuada do Um.

Numa primeira abordagem ao projecto, pensei que estes exercícios podiam ser preenchidos por números em autocolante, que estariam numa das páginas finais (figura 31). Comecei a desenvolver uma página de exercícios com fundo escuro que, neste caso, resultaria bem (figura 32). Mas, e se quisesse utilizar a caneta? Com o fundo escuro o contraste entre a caneta (tinta preta) e o papel, não era ideal em termos de legibilidade. Em reunião, discutimos esta situação e decidimos que podíamos utilizar exercícios com fundo escuro para os autocolantes e com fundo claro para a caneta.

A supervisora pediu o orçamento para a gráfica, tendo em conta o número de páginas e o tipo de papel para estas tecnologias.

De maneira a simplificarmos o projecto e não o tornar tão dispendioso, deixou-se para trás a ideia dos autocolantes. Assim, a caneta passou a ser o nosso único instrumento de trabalho, o que fez com que o livro ficasse menos dispendioso. Chegámos à conclusão que os autocolantes não eram indispensáveis, para os objectivos que queríamos alcançar, e os fundos escuros tornavam as páginas “pesadas”.

TAB. 7 ↓
Mudança de planos ao longo do processo projectual.

	COR DE FUNDO	TECNOLOGIA
A	Fundos escuros ¹	Autocolantes
B	Fundos escuros + fundos claros ²	Autocolantes + caneta
C	Fundos claros	Caneta





FIG. 31 ←
Hipótese de página com
números autocolantes.

FIG. 32 ↓
Primeira experiência de
página de exercícios com
fundo escuro.

Com este novo esquema de cores, os exercícios parecem mais alegres e vivos, dando mais vontade de os realizar. Na tabela 7, podemos perceber as mudanças que foram ocorrendo durante o projecto, em relação aos fundos/tecnologias.

Após todas estas hipóteses, o resultado foi ter as páginas de exercícios com fundo creme e as páginas de tabelas com fundo de cor, de modo a diferenciá-las umas das outras.

Para além disso, as personagens deste primeiro exercício (figura 32) perdem a legibilidade, pela sua sobreposição, tamanho e semelhanças entre eles. Neste sentido, alterámos a posição destes, de modo a ficarem separados entre si, para que a criança consiga contar cada elemento com mais facilidade, sem que haja uma grande confusão visual (figura 33).

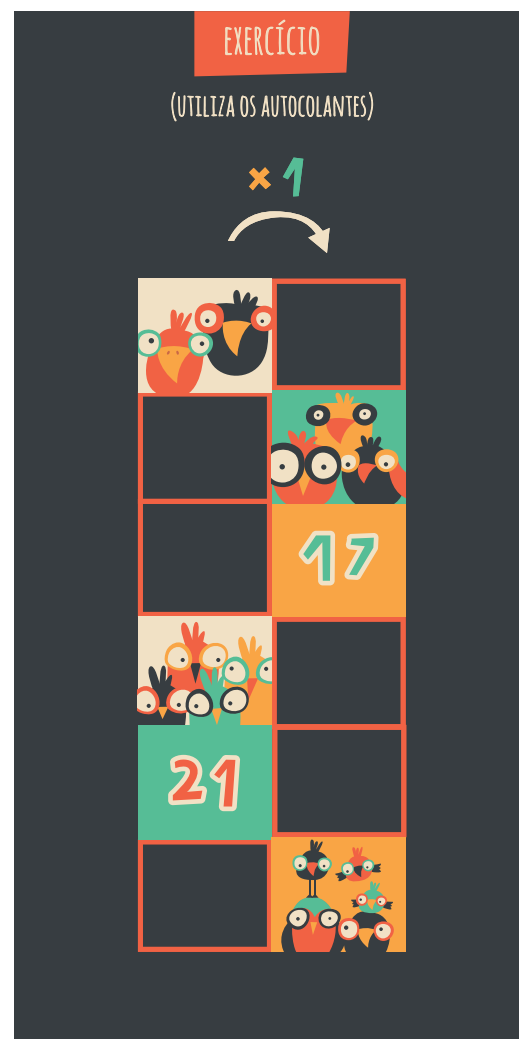




FIG. 33 ↑
Esquema do antes e depois da
posição das personagens.



FIG. 34 ←

Experiência de exercício com fundo escuro com a utilização da caneta nas duas primeiras operações e de autocolantes nas seguintes.

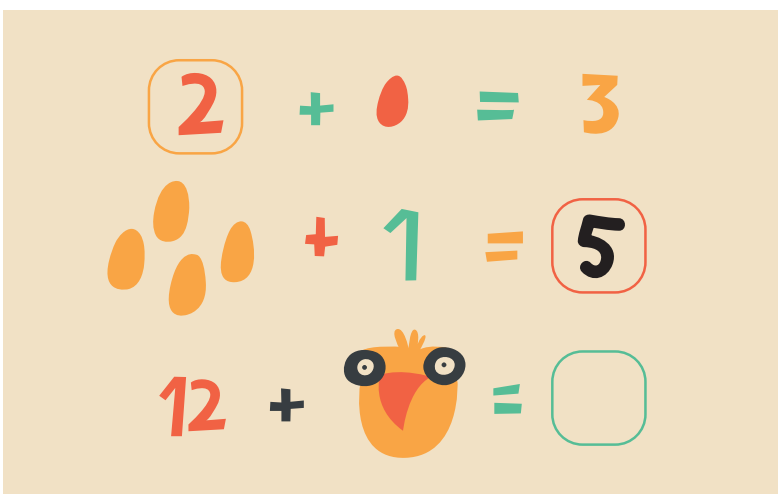


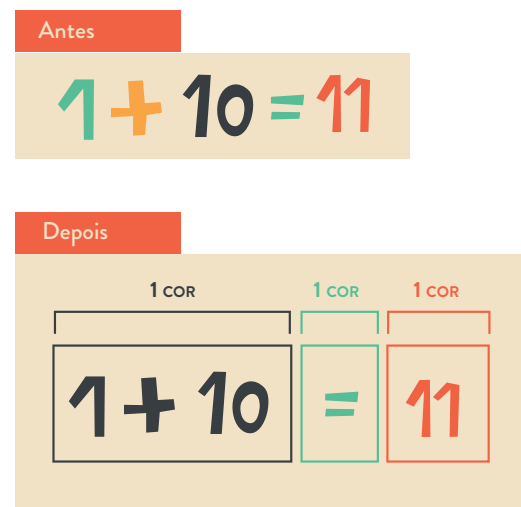
FIG. 35 ←

Experiência de exercício com fundo claro, com a utilização de autocolante na primeira operação e da caneta na operação seguinte.

Voltando às tabelas de operações, que falámos no início desta explicação, também tiveram de sofrer algumas alterações, no que respeita às cores. Na primeira hipótese, utilizei-as de uma forma quase aleatória, não havendo nenhuma regra para a sua utilização.

Foi necessário criar uma regra para que fosse mais fácil a memorização da matéria por parte da criança. Dividimos a operação em três partes – soma, sinal de igual e resultado –, e cada uma delas possui uma cor diferente (figura 36). Esta lógica repete-se ao longo da tabela, tornando estas páginas com menos ruído visual, fazendo com que o olhar não se perca durante a leitura (figuras 37 e 38).

FIG. 36 ▶
Definição da regra de cor.



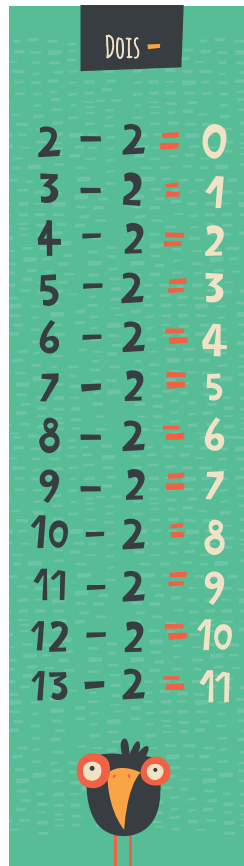


FIG. 37 ↑
Página final da tabela do Dois da tabuada de Subtrair.

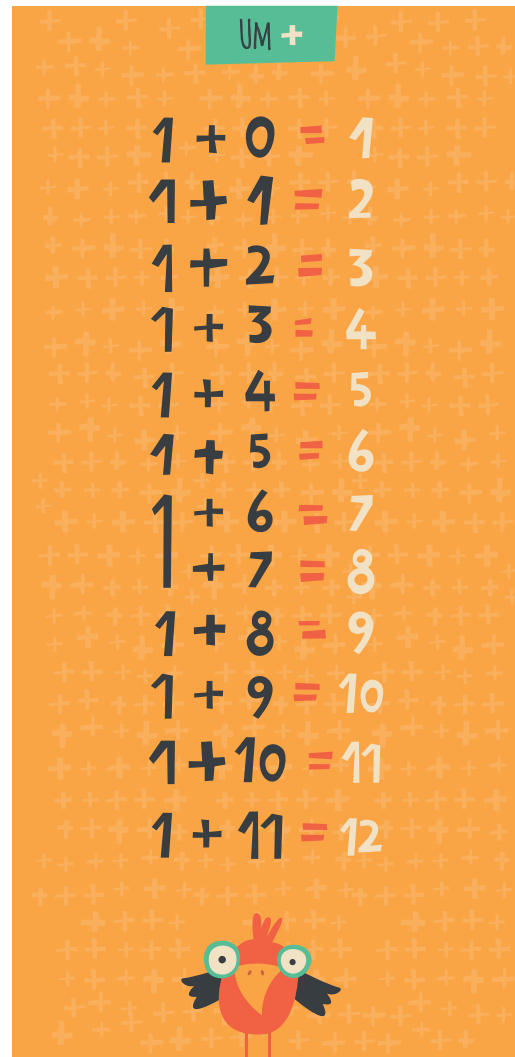


FIG. 38 ↑
Página final da tabela do Um, da tabuada de Somar.

Para nos ajudar nesta tarefa, e esta tabuada não ser constituída apenas por números, foram criadas algumas ilustrações de pássaros. Estes pássaros deram origem a uma família e a cada elemento da família foi dado um nome (Pipo, Pupa, Pelé, Pisco, Pascoal e Pirata), de forma a criármos uma ligação mais forte entre a criança e as personagens. Assim, a criança através das diferenças visuais de cada pássaro saberá o nome de cada um, sempre que o encontre no livro. A família dos Pês vai “ajudar” as crianças a aprenderem a tabuada e a resolverem todos os desafios.



FIG. 39 ↑
Ilustrações dos elementos da Família dos Pês.

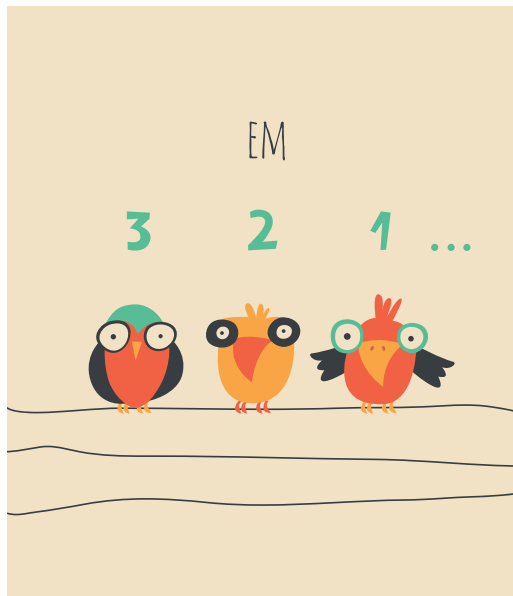


FIG. 40 ↑
Hipótese inicial, sem a ideia de dar nomes às personagens.

FIG. 41 →
Página de apresentação da família de pássaros.



Ao longo do desenvolvimento do projecto, e com a realização de algumas reuniões com a supervisora e com a directora da Edicare, fomos nos apercebendo que este livro, ao incluir todas as operações mais os exercícios correspondentes, iria originar um grande número de páginas. Assim, achou-se melhor dividir as operações em três volumes distintos. Ou seja, um livro para uma tabuada teórica, um para as tabuadas de somar e subtrair (com exercícios) e, por último, um para as tabuadas de multiplicar e dividir (com exercícios).

Mas, sendo os exercícios o que diferencia esta tabuada de muitas outras, queríamos aumentar a quantidade destes alternando as tabelas de consulta com um exercício correspondente, isto é, tabuada do um, exercício um, tabuada do dois, exercício dois e assim sucessivamente.

Neste contexto, ficou decidido que iríamos abdicar nesta fase do desenvolvimento da tabuada teórica e continuar com quatro livros diferentes para quatro operações diferentes: Somar com exercícios, Subtrair com exercícios, Multiplicar com exercícios e Dividir com exercícios (tabela 8).

Desta maneira, um aluno que frequente determinado ano escolar e já tenha aprendido, por exemplo, as tabuadas de somar e subtrair, pode adquirir apenas a de multiplicar ou dividir pois são aquelas de que irá precisar, não necessitando de comprar as das outras operações.

1ª HIPÓTESE

Um livro: para todas as operações e matérias sobre matemática (numeração romana, figuras geométricas, etc...)

2ª HIPÓTESE

Três livros:

- Tabuada teórica
- Somar e Subtrair com exercícios
- Multiplicar e Dividir com exercícios

3ª HIPÓTESE

Quatro livros:

- Somar com exercícios
- Subtrair com exercícios
- Multiplicar com exercícios
- Dividir com exercícios

TAB. 8 ↑

Hipóteses ponderadas ao longo do projecto.

Ao passármos da ideia do desenvolvimento de um livro com todas as operações para uma colecção de vários volumes, houve a necessidade de criar um logótipo. Inicialmente, e depois de vários esboços e ideias para o seu nome, surgiu um primeiro logótipo: *No papo!* No papo, porque nos remete para uma expressão que se utiliza quando achamos que algo é tão fácil de fazer, que dizemos que está no papo antes mesmo de a concluirmos.

Durante uma reunião, foi sugerido que eu experimentasse fazer outros logótipos com os nomes: colecção *Aprender*, colecção *Saber* e *Na ponta da Língua*, com e sem a utilização do passáro desenvolvido anteriormente, de maneira a que este possa ser utilizado noutros produtos futuros.

FIG. 42 ↓
Experiências de logótipos para a colecção *No papo!*

FIG. 43 →
Experiências de logótipos para a colecção de Matemática *Saber e Aprender*.





COLEÇÃO
APRENDER



COLEÇÃO
APRENDER



COLEÇÃO SABER



COLEÇÃO
SABER

*Coleção
aprender*

*Coleção
aprender*

COLEÇÃO
aprender

COLEÇÃO
aprender

aprender
COLEÇÃO

**FIG. 44 ↓**

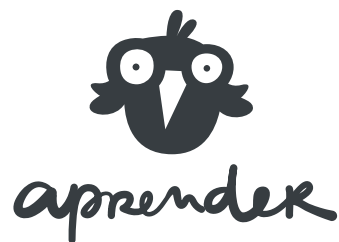
Experiências de logótipos, com a utilização do pássaro, para a coleção *Aprender*.



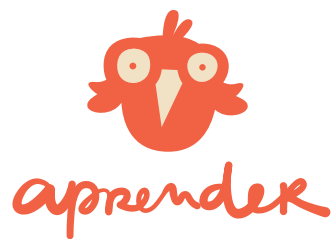
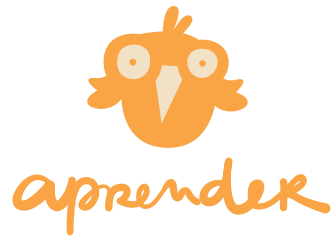
aprender
COLEÇÃO



aprender
COLEÇÃO

**FIG. 45 →**

Logótipo final da coleção *Aprender*.



Nestas tabuadas existem vários tipos de exercícios: Completar, rodear, ligar, pintar e seleccionar (escolha múltipla), de modo a não se repetir a mesma metodologia. Para os ilustrar, desenhei elementos alusivos à natureza, que vão de encontro às personagens (pássaros) que já tinham sido criados. Perguntas como: Onde vivem?, O que comem?, Como nascem? deram o mote para o resto das ilustrações: folhas de árvores e flores, minhocas e insectos, nuvens, gotas de água e ovos.

EXERCÍCIO 5

PINTA OS OVOS

FIG. 46 ←
Tabuada de somar: exemplo de exercício para pintar.

FIG. 47 ↑
Realização do exercício de pintar.

FIG. 48 ↓
Tabuada de subtrair: exemplo de exercício para rodear.

FIG. 49 ↘
Realização do exercício de rodear.

EXERCÍCIO 2

RODEIA AS FLORES CONFORME O RESULTADO

3-2 4-2 6-2
7-2 9-2

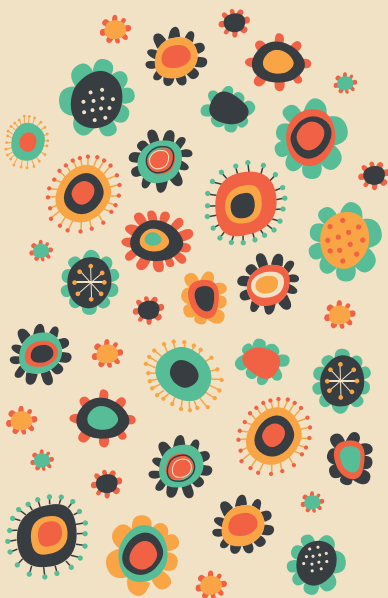


FIG. 50 ↓
Ilustração para exercício de rodear.



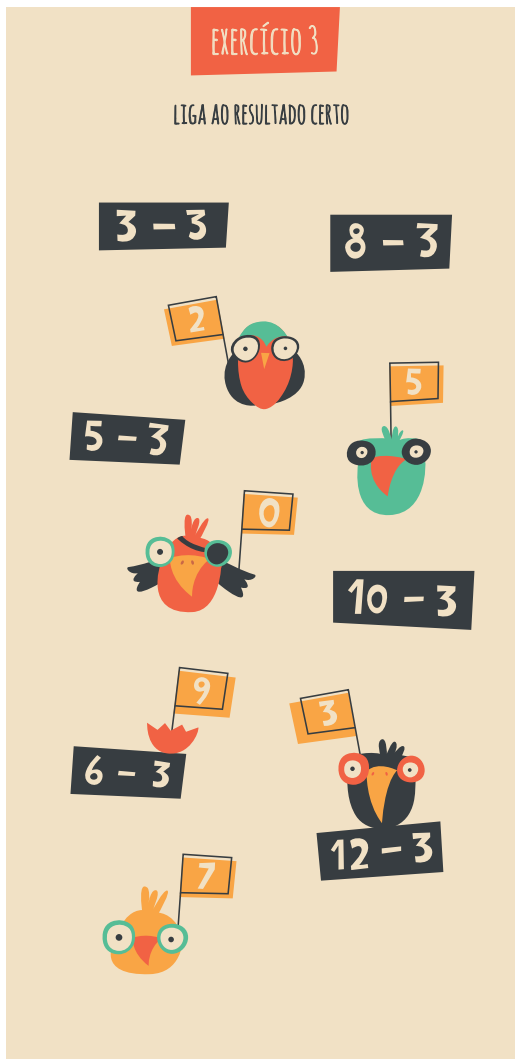


FIG. 51 ↑
Tabuada de subtrair: exemplo de exercício de ligar.

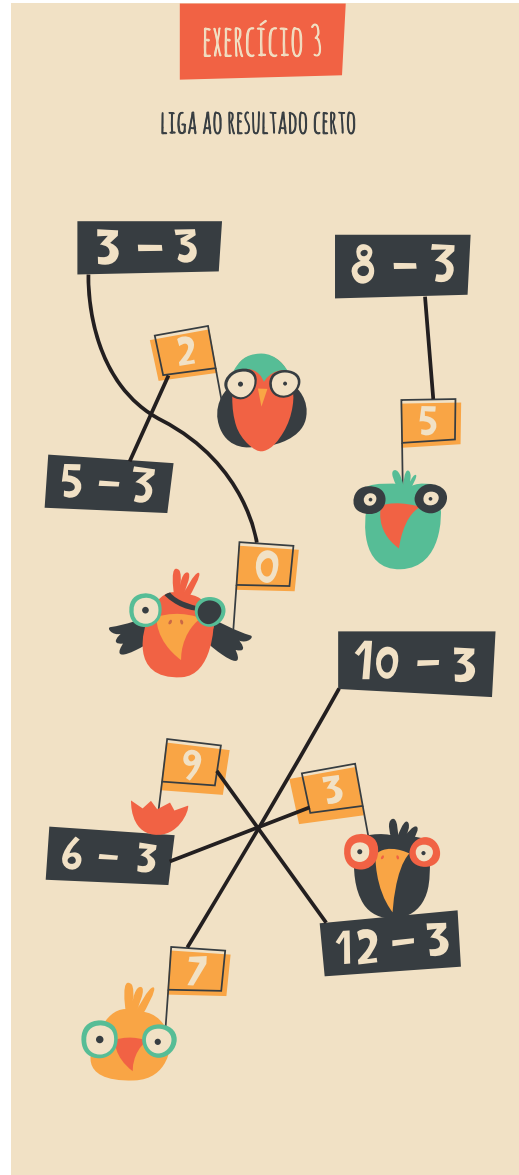


FIG. 52 ↑
Realização do exercício de ligar.

EXERCÍCIO 6

RESOLVE AS OPERAÇÕES

2
+6

12
+6

5
+6

6
+6

11
+6

15
+6

30
+6

+6
12

+6
17

15
+6
21

30
+6
36

FIGS. 53 e 54 ↑↑
 Tabuada de somar: exemplo de exercício de completar;
 Realização do exercício de completar.

EXERCÍCIO 10

SELECIONA COM UMA CRUZ A OPÇÃO CERTA

10 ÷ 10

30 ÷ 10

1

5

30

3

40 ÷ 10

70 ÷ 10

4

1

70

7

100 ÷ 10

110 ÷ 10

10

100

10

11

40 ÷ 10

70 ÷ 10

4

1

70

7

FIGS. 55 e 56 ↑↑
 Tabuada de dividir: exemplo de exercício de seleccionar;
 Realização do exercício de seleccionar.

Podemos considerar este livro como um caderno de exercícios, que o aluno pode levar para a escola, para a casa de um familiar ou amigo, transportado-o para qualquer lugar, pois não é um objecto pesado nem de grandes dimensões, cabendo na mochila. Sendo um objecto que “anda de um lado para o outro” pode-se perder, por isso devemos identificá-lo com o nome do seu dono. Podemos fazê-lo na primeira página do livro, que existe exclusivamente para essa função (figura 57).

Ao acabar todas as páginas de tabelas (1 ao 10) e de exercícios sobravam duas páginas, devido ao caderno ser múltiplo de quatro. Assim, fiz mais uma página de exercícios com todos os números misturados, não obedecendo a um número de tabela em particular, reforçando a matéria dada (figuras 58 e 59).



FIG. 57 ←
Página de rosto.

EXERCÍCIO 11
PINTA OS CÍRCULOS

36 ÷ 6

3 ÷ 3

10 ÷ 5

56 ÷ 8

8 ÷ 2

72 ÷ 9

EXERCÍCIO 11
LIGA AS GOTAS ÀS OPERAÇÕES CORRESPONDENTES

3 18 33 49

60 20 12 99 26

9 40 72 24 15

21

6 × 10 8 × 9 7 × 3

5 × 4 9 × 11 5 × 8

7 × 7 2 × 14 3 × 11

FIG. 58 ←

Tabuada de dividir: exercício "extra" com mistura de números.

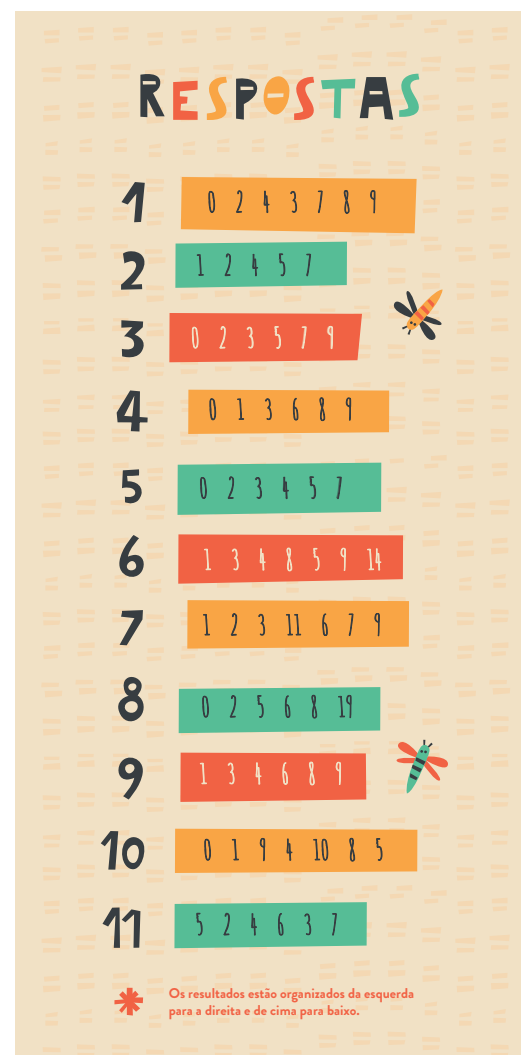
FIG. 59 ↑

Tabuada de multiplicar: exercício "extra" com mistura de números.



FIG. 60 ←
Exercício com respostas na parte inferior da página.

FIG. 61 ↓
Página final com as respostas de todos os exercícios que fazem parte do livro.



E como é que sabemos que os resultados estão certos? Inicialmente, os resultados estavam na própria página do exercício virados do avesso. Mas com esta solução a criança iria ter a tendência de ir consultar com o resultado “à mão de seimar”. Claro que pode sempre ir consultar às tabelas, mas isso dá um pouco mais de trabalho. Então, com uma decisão em conjunto resolvemos colocar os resultados todos numa das páginas que sobravam no final do livro. Nesta página estão indicados os números dos exercícios e os resultados a que correspondem, como também uma nota de rodapé a indicar que os resultados estão organizados da esquerda para a direita e de cima para baixo.

Os títulos para os livros não podiam ser mais directos e revelam aquilo que são: Somar, Subtrair, Multiplicar e Dividir. Tal como para os números, desenhei também a tipografia para as capas. São essas letras que ocupam grande parte destas, não havendo mais para além do logótipo da coleção e da referência que contém exercícios e uma caneta.

Embora tivéssemos títulos diferentes em cada capa, tínhamos de as diferenciar de outra maneira, pois assim era pouco perceptível que se tratassem de matérias diferentes, especialmente em loja onde há uma imensidão de produtos. Nesta perspectiva, cada livro tem uma cor de fundo diferente, distinguindo-os uns dos outros. A cor aqui utilizada vai ser estar também em todos os fundos das páginas das tabelas.

FIG. 62 ↓

Tipo de letra desenhado para a coleção.

+ **-** **×** **÷**

A **B** **C** **D** **E** **F** **G** **H** **I** **J** **K** **L**

M **N** **O** **P** **Q** **R** **S** **T** **U** **V** **W** **X** **Y** **Z**

0 **0** **0** **0** **1** **1** **1** **1** **1** **2** **2** **2** **3** **3** **3** **4** **4** **4** **4** **5** **5** **5** **5**

6 **6** **6** **7** **7** **7** **7** **8** **8** **8** **9** **9** **9**

+ **+** **+** **+** **+** **+** **-** **-** **-** **-** **-**

× **×** **×** **×** **×** **×** **×** **÷** **÷** **÷** **÷**

= **=** **=** **=** **=** **=** **=**


, **:** **^** ***** **/**



aprender

SO+ -
MAR+


EXERCÍCIOS
+
CANETA



aprender

SUB-
TRAI-

EXERCÍCIOS
+
CANETA



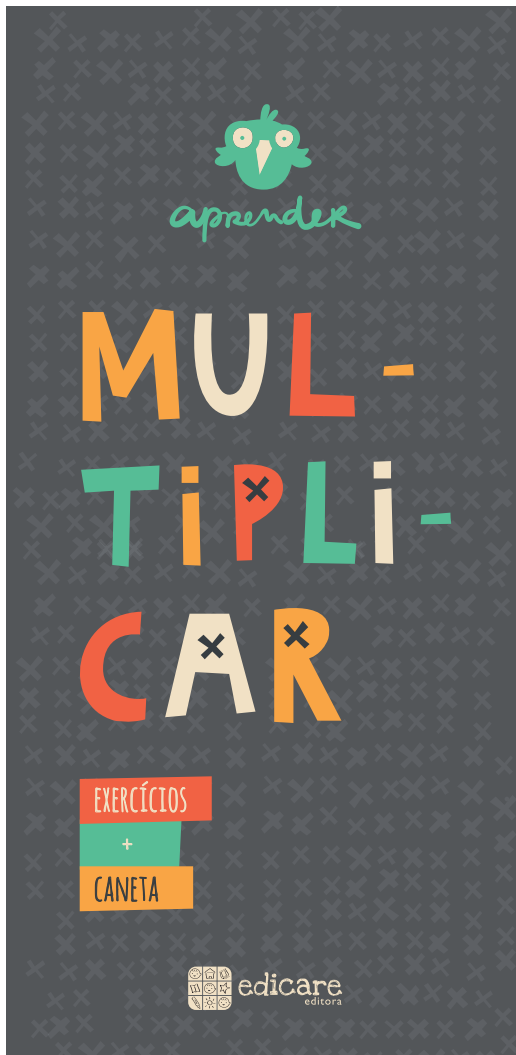


FIG. 63 ↑↵

Capas finais dos livros: Somar, Subtrair, Multiplicar e Dividir.

Para além da tipografia desenhada, foram utilizados mais dois tipos de letra: Amatic SC, nomeadamente para os títulos no interior do livro e para os números nos resultados/respostas, e a Brandon Grotisque para textos mais extensos, como o texto resumo da contracapa ou a legenda na página dos resultados.

AMATIC SC

AABBCcDDEEFFGG123
REGULAR

Brandon Grotisque

AaBbCc123 *AaBbCc123*
Medium *Medium Italic*

AaBbCc123 ***AaBbCc123***
Bold ***Bold Italic***

FIG. 64 →
Fontes utilizadas: Amatic SC
e Brandon Grotisque.

Existe também uma página com o título *Mais desta coleção*, onde podemos ver os outros volumes que existem na coleção, ou seja, se se comprar o livro de Somar, vão aparecer nesta página os outros três livros (Subtrair, Multiplicar e Dividir). Deste modo, damos a conhecer o que há para além do exemplar que se comprou, mesmo não havendo naquela altura no local de venda. Isto ajuda a divulgar a coleção e haver porventura interesse nos outros produtos (figura 65).

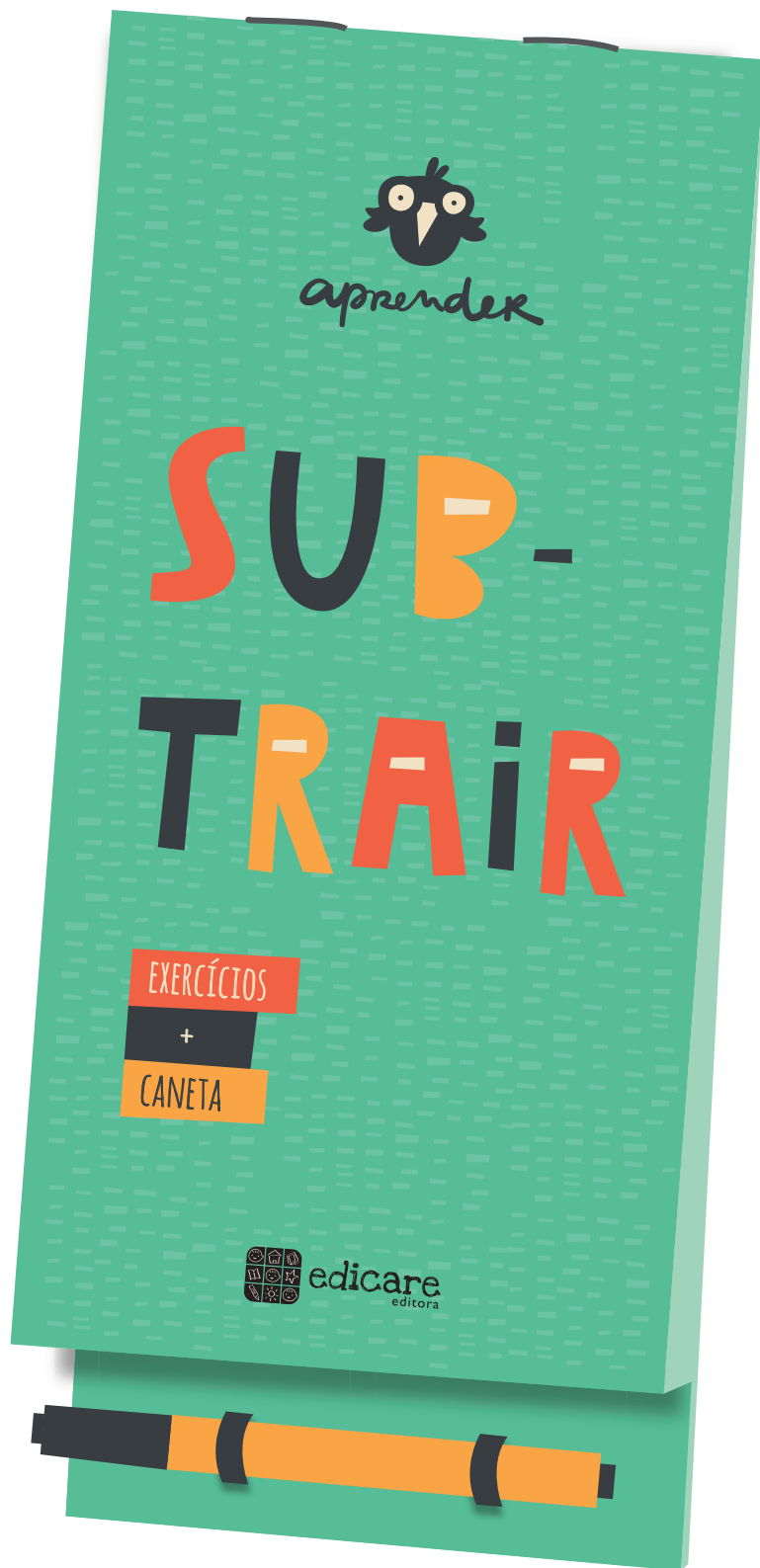
Na contracapa de todos os volumes, fiz um texto-resumo daquilo que se pode encontrar nestes livros, tal como uma ilustração da caneta a indicar que também contém uma borracha. À primeira vista não se percebe que existe esta borracha, o que pode fazer com que a criança comece a apagar com o dedo (o que também é possível), mas assim ninguém precisa de se sujar.

Para além disto, foi necessário colocar o símbolo de “não recomendado a menores de 3 anos”, devido à caneta e à tampa poderem ser ingeridas por uma criança e o código de barras para a identificação do produto nas lojas (figura 67).

Por fim, nas páginas de tabelas foram acrescentadas ilustrações de um dos pássaros pertencentes à família, que conta uma pequena história à medida que viramos as páginas. Ao mesmo tempo que a criança aprende matemática, pode divertir-se e observar o que o que a família dos Pês anda a fazer (figuras 68 e 69).

FIG. 65 ↓
Página *Mais desta coleção*.







FIGS. 66 e 67 ←

Parte da frente do livro, com caneta incluída;

Parte de trás do livro.



FIG. 68 ↑
Sequência de algumas das
ilustrações presentes nas
páginas de tabelas de somar.

**FIG. 69 ↑**

Exemplos de ilustrações para as páginas de tabelas de subtrair, multiplicar e dividir.







O formato do livro inicialmente era de 235 x 110 mm. Porém e após o contacto com a gráfica que o produzirá, sugeriu que se aumentasse ligeiramente a largura para 115 mm devido a sobras, permitindo que haja um aproveitamento de papel.

A gráfica enviou-nos também duas maquetas, uma com encadernação de argolas e outra com agrafos. O formato do livro, o tipo de papel, o modo como a caneta vai estar incluída no livro, foram características que podemos testar antes da sua produção. Através destas maquetas conseguimos perceber se a caneta, ao estar presa por elásticos na última página (que terá altura maior que todo o resto do miolo), é de fácil utilização para a criança. Ao mesmo tempo que podemos experimentar os dois tipos de encadernação e optar por um deles, neste caso a de agrafos.

Após estes testes, perguntámos à gráfica se o tamanho da última página poderia diminuir, não interferindo com a caneta. Com uma diferença muito grande entre a última página (mesmo com reforço de papel) e o resto do miolo, iria tornar o objecto frágil e consequentemente haver mais riscos de termos livros com defeito, devido às deslocações que as encomendas sofrem até chegar ao armazém da Edicare e às lojas.

Concluído o trabalho é necessário fazer as artes finais para que este seja produzido pela gráfica. Temos de ter em atenção ao processo de impressão que mais se adequa ao projecto em questão, neste caso o *offset*, por ser um número elevado de exemplares, é mais vantajoso que a impressão digital.

FIG. 70 ▶
Paleta cromática utilizada no projecto.

	RGB 240-230-206 CMYK 5-10-23-0		RGB 94-94-95 CMYK 54-45-41-43
	RGB 227-166-70 CMYK 0-41-82-0		RGB 67-68-70 CMYK 67-56-52-54
	RGB 205-89-63 CMYK 0-76-77-0		RGB 129-183-147 CMYK 63-2-53-0

Em relação ao ficheiro tive de colocar um *bleed* em todas as páginas de 3 mm e as marcas de corte. Estas indicações, permitem que no momento de corte do trabalho, não apareça nenhuma zona branca, devido a desvios do papel ou da lâmina. Nas canetas o processo de impressão não é o mesmo, mas sim a tampografia. Por esse motivo, converti as cores de CMYK para *Pantone*.

Mais tarde, a Edicare pretende criar uma tabuada teórica (figura 71) da mesma colecção, porém nesta primeira fase querem produzir apenas estes quatro livros para que estejam prontos e comercializados pouco antes do início do ano lectivo, por ser um tema que se aprende na escola, podendo até ser utilizado nas aulas.

FIG. 71 ▾
Capa para a Tabuada teórica.







5.5 FUTEBOL *Craques da Bola*

Com o Mundial de Futebol de 2014 à porta, a editora sugeriu a criação de um *quiz* (jogo de perguntas e respostas) sobre o mundo do futebol.

A partir do tema e após a pesquisa de livros, jogos e outros objectos que o abrangem, tínhamos de pensar em vários pontos: Que subtemas dentro da modalidade iríamos abordar? Que tipo de regras iria ter? Que tipo de ilustrações?

As primeiras ideias de desenvolvimento de produto foram ter diversos tipos de cartas que abordassem diferentes temas: Cartas de jogadores, Cartas de História da modalidade, Cartas de técnica, Cartas de equipamentos (a que seleção/equipa pertence o equipamento), Cartas de siglas, Cartas de bandeiras do país, Factos curiosos (curiosidades da modalidade) e Cartas do Mundial (apuramento, competição 2014 – onde, estádios, que equipas –, competições antigas).

	RGB 243-221-201 CMYK 1-16-22-0
	RGB 219-175-135 CMYK 7-36-49-0
	RGB 220-170-75 CMYK 7-37-81-0
	RGB 180-91-65 CMYK 15-74-77-4
	RGB 36-48-63 CMYK 90-66-41-63
	RGB 87-112-145 CMYK 76-48-25-9
	RGB 118-171-143 CMYK 68-9-53-0
	RGB 200-216-204 CMYK 24-0-20-8

Destes temas, optámos apenas por quatro – Jogadores, Mundial, Factos curiosos e Equipamentos/emblemas.

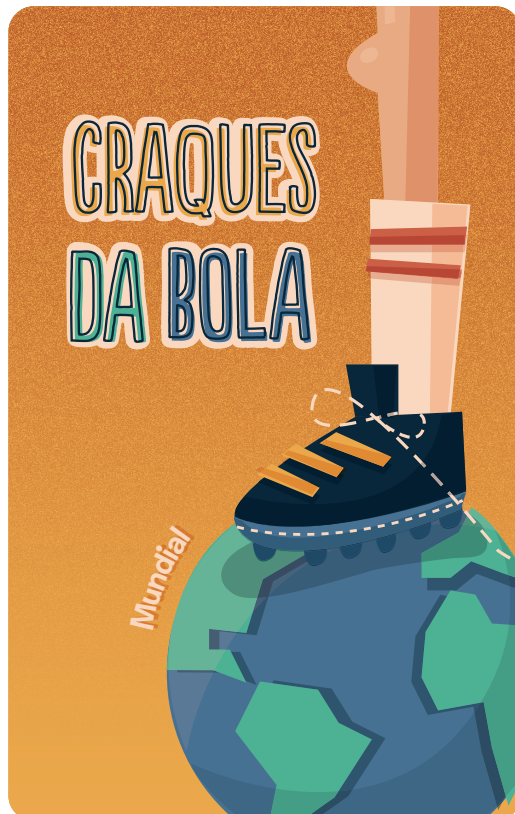
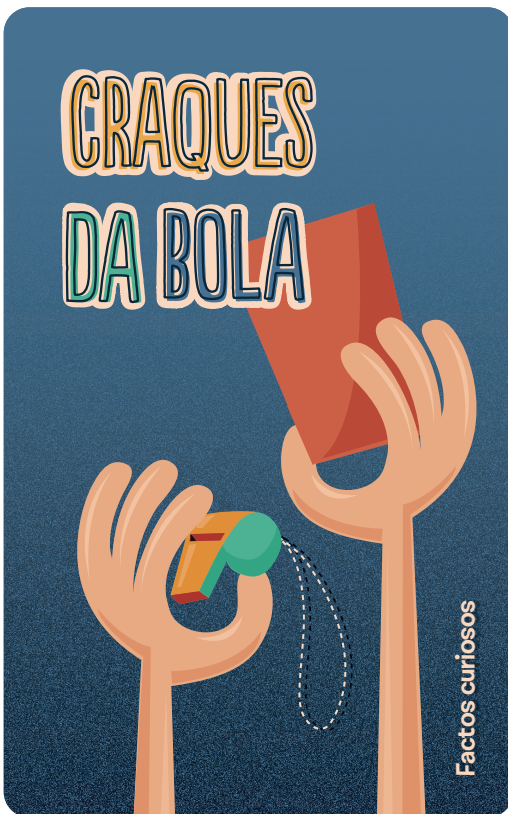
Este projeto tinha a limitação de não ser possível a utilização de fotografias, devido aos custos que isso envolve. Por isso todos os jogadores e emblemas teriam de ser ilustrados.

Era preciso também um nome para o jogo, que remetesse para o tema principal – futebol – e que não datasse o jogo, ou seja este tinha de ser intemporal e não estar ligado a um evento específico, de um ano específico, como o Mundial de 2014. Assim, nasceram os *Craques da Bola*. Craques, porque são bons naquilo que fazem, da Bola porque se refere ao futebol.

Os quatro temas escolhidos tinham de ser distinguidos uns dos outros. Neste sentido, foram escolhidas quatro cores diferentes para o fundo (definição de uma paleta cromática), ao mesmo tempo que desenvolvidas ilustrações para cada um deles. Além disso, colocou-se o título do tema no verso das cartas, para os jogadores saberem que tema virá a seguir no jogo.

FIG. 72 ←
Paleta cromática utilizada no projecto.

FIG. 73 →
Cartas com os quatro temas definidos.



Neste jogo, queríamos incluir um outro elemento para além das cartas, nomeadamente um dado e/ou ampulheta. A primeira ideia era ter um dado personalizado, com símbolos ilustrados. Porém, não foi possível devido aos prazos que a empresa tinha para lançar o jogo. Assim, encomendámos dados convencionais, que também funcionam para aquilo que pretendíamos e a editora conseguiu reduzir custos.

Em relação às cartas, através de um *brainstorming* e de uma pesquisa, surgiram os nomes dos jogadores que conhecia e quais destes já tinham ganho a Bola de Ouro, (ou mesmo não tendo ganho, marcaram de alguma forma a história da modalidade). Desta forma, escolheram-se os jogadores que iriam ser ilustrados (figura 76). Existem ainda três cartas nas quais não existem perguntas específicas de um determinado jogador, mas de vários (figura 74).

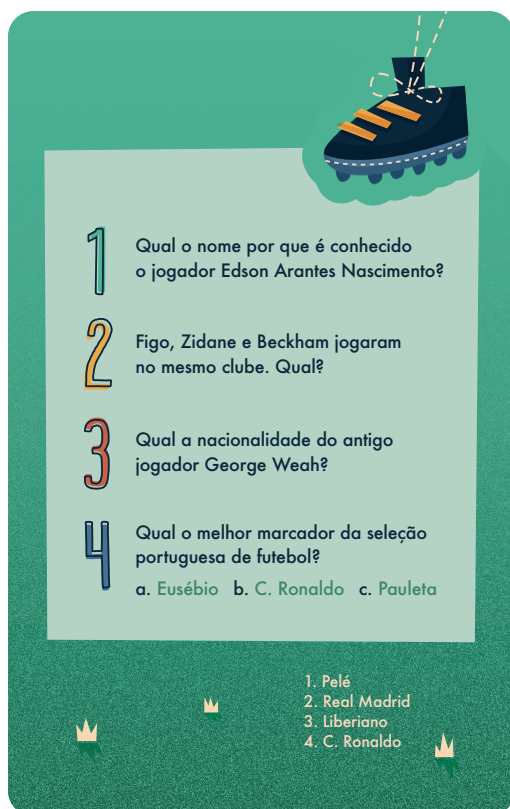


FIG. 74 ←
Carta com perguntas sobre vários jogadores.

FIGS. 75 e 76 →
Cartas de jogadores;
Ilustrações dos jogadores seleccionados para o jogo.



O mesmo aconteceu para os equipamentos e emblemas, escolhendo-se algumas das selecções que participaram no Mundial e os principais clubes dos campeonatos europeus mais relevantes (Português, Espanhol, Francês, Alemão e Inglês). Aqui, os clubes são representados apenas pelo seu emblema, e as selecções pelo emblema e pelo equipamento. As ilustrações, tinham objectivo de simplificar as formas, ou seja, não foram representados todos os elementos que existem na realidade, mas que não são indispensáveis para o reconhecimento tanto dos jogadores como dos emblemas (fig. 77).

FIG. 77 ↓
Ilustrações de emblemas de clubes.

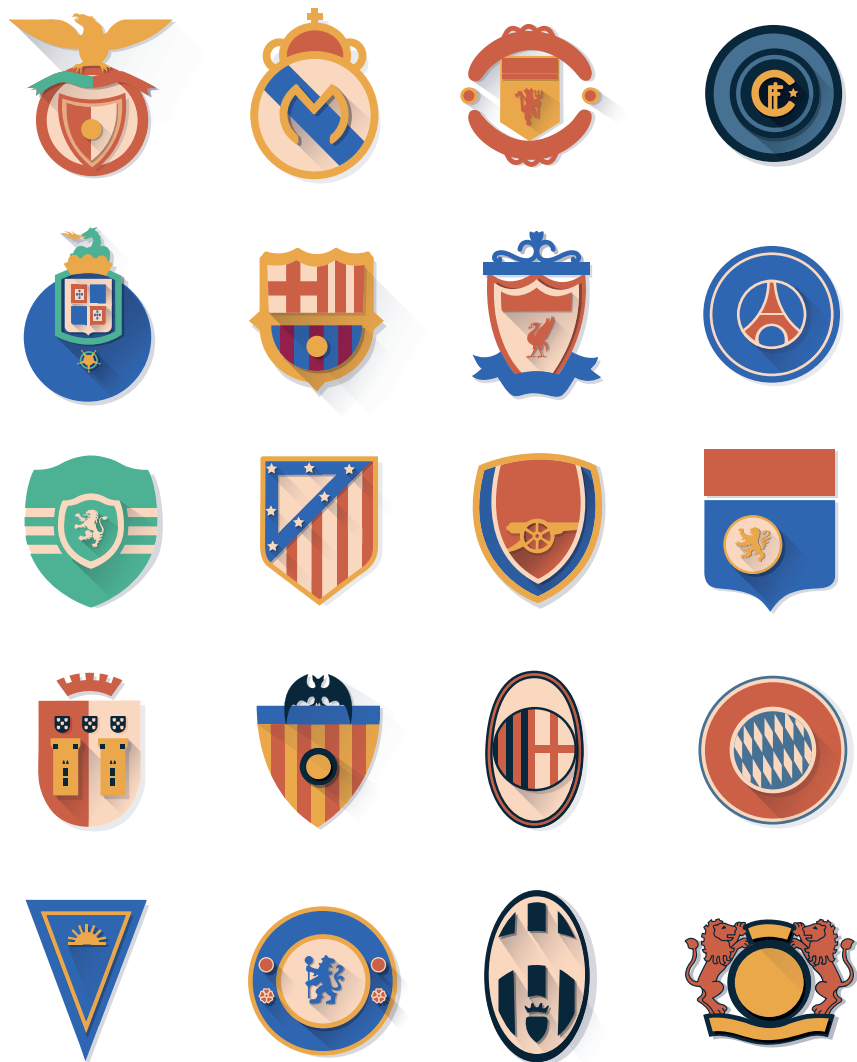




FIG. 78 ←
Ilustrações de emblemas e
equipamentos de selecções.

Cada carta tem quatro perguntas, excepto as cartas dos emblemas que funcionam de forma diferente. Estas têm apenas uma pergunta, e durante o jogo, são viradas para o jogador que terá de dar a resposta, de maneira a que consiga ver a imagem e tente adivinhar a que equipa pertence (figura 79). Por esse motivo, a resposta não poderá estar na própria carta. Assim, desenvolveram-se cartas de resposta nas quais se encontram os símbolos e o nome da equipa correspondente (figura 80). Nas outras cartas, pelo contrário, o jogador que fará a pergunta tem acesso imediato às respostas, visto que os outros jogadores não a estão a ver (figuras 81 e 82).

A supervisora forneceu-me a maioria das perguntas que eram precisas para o *layout* definido. Porém, e sempre que necessário, fiz pesquisas para preencher as perguntas em falta, enquanto o número de cartas ia aumentando.

FIG. 79 ↙ ↓
Cartas de equipamentos e emblemas.





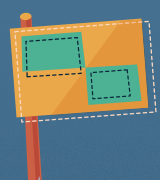
FIG. 80 ↖ ↑

Cartas de resposta dos equipamentos e emblemas.



- 1 Que brasileiro marcou mais golos no Campeonato do Mundo até hoje?
- 2 Que equipa bateu a Holanda de Johan Cruyff no Mundial de 1974?
a. Brasil b. Polónia
c. Alemanha Ocidental
- 3 Que jogador marcou dois golos na final do Mundial de 1998 quando a França bateu o Brasil?
- 4 Qual o resultado da final de 1998 entre França e Brasil?
a. 3-1 b. 3-0 c. 3-2

1. Ronaldo
2. Alemanha Ocidental
3. Zidane
4. 3-0



1. Verdadeiro (nos jogos amigáveis)
2. 10-12 km
3. 1950
4. 1908

- 1 Há jogos em que é possível fazer mais do que três substituições. Verdadeiro ou falso?
- 2 Durante um jogo quanto corre, em média, um jogador?
a. 8-9 km b. 10-12 km c. 13-15 km
- 3 Em que ano começaram os jogadores a ter número na camisola?
a. 1930 b. 1952 c. 1950
- 4 Em que ano se tornou o futebol uma modalidade olímpica?
a. 1908 b. 1930 c. 1950

FIGS. 81 e 82 ↕
Carta sobre o Mundial;
Carta de Factos Curiosos.

Utilizaram-se três tipos de letra, cada uma delas com uma função diferente: Populaire para o título/nome do jogo, Shagexpert para subtítulos (temas das cartas) e a Futura para as perguntas, respostas e/ou para textos corridos (resumo do jogo na embalagem, por exemplo).

Cada tema tem uma quantidade diferente de cartas para que algumas sejam mais difíceis de coleccionar/ganhar no decorrer do jogo, tornando-as as mais “apetecíveis” de roubar aos adversários. São as cartas dos Factos curiosos (azuis), que desempenham esse papel, existindo apenas 8 cartas. Enquanto, existem 12 do Mundial, 21 dos jogadores e 32 dos Equipamentos e emblemas.

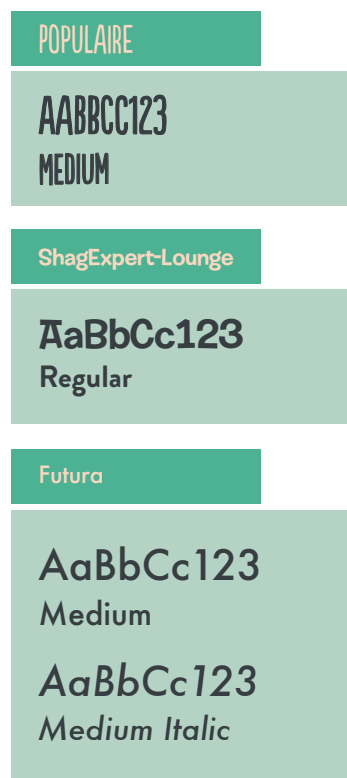


FIG. 83 ←

Fontes utilizadas no projecto:
Populaire, ShagExpert-Lounge
e Futura.


O jogo teria de conter ainda uma carta de instruções, de modo aos jogadores saberem as suas regras para começarem a jogar. Nesta perspectiva, definiu-se primeiro um objectivo de jogo: ser o primeiro jogador a reunir 2 cartas de cada categoria (Jogadores, Mundial, Factos curiosos, Equipamentos e emblemas).

Foram pensadas em regras numa fase inicial que, depois de uma reunião onde as testámos jogando o próprio jogo, percebemos quais eram as que faziam sentido e o que havia para corrigir, melhorar e/ou acrescentar. As regras foram divididas em duas partes: O dado (o que corresponde a cada face) e Como Jogar?


FIGS. 84 e 85 ↕ ↓

Parte da frente da carta de regras do jogo;


Parte de trás da carta regras do jogo: Como jogar?



+8 anos




2-4 jogadores




73 cartas de perguntas, 2 cartas de respostas sobre a categoria Equipamentos e emblemas, 1 carta de seleções do Mundial 2014, 1 carta de regras e 1 dado.


Objetivo do jogo - Ser o primeiro a reunir 2 cartas de cada categoria: *Jogadores, Mundial, Factos curiosos, Equipamentos e emblemas.*



Nº da pergunta - Os números de 1 a 4, correspondem aos números das perguntas a responder nas categorias de Jogadores, Mundial e Factos curiosos. Na categoria Equipamentos e emblemas deve-se responder sempre, seja qual for o nº de 1 a 4 que sair.



Perder a vez - Se te sair o número 5 passas a vez ao jogador seguinte.



Ganhar uma carta - Se te sair o número 6 roubas uma carta a um adversário à tua escolha. Atenção: as cartas TAÇA não podem ser roubadas. Caso ainda ninguém tenha cartas, ganhas automaticamente a carta que está no topo do baralho.

COMO JOGAR?

Para começar, baralha as 73 cartas de perguntas e coloca-as na mesa com a face das perguntas voltada para baixo.

Para saber quem começa a jogar lançam o dado e inicia o jogador a quem tiver saído o **número mais alto**. Joga-se no sentido dos ponteiros do relógio.

Lanças o dado: se sair um número de **1 a 4**, o jogador à tua esquerda faz a pergunta correspondente. Se acertares, ganhas a carta, caso contrário deve ser colocada no fundo do baralho; se sair o **nº 5** perdes a vez; se sair o **nº 6** roubas uma carta à escolha a um adversário. Deves indicar o seu nome e pedir a carta. Na categoria Equipamentos e emblemas há 2 cartas com as respostas corretas que devem ser consultadas pelo jogador que está a fazer a pergunta.



Algumas cartas têm o símbolo **TAÇA**. Estas substituem qualquer uma das outras categorias e não podem ser roubadas aos outros jogadores.

Ganha o primeiro jogador que reunir **2 cartas de cada um dos temas** (Jogadores, Mundial, Factos curiosos e Equipamentos e emblemas)

Quando te faltar apenas uma carta, tens de dizer **Craques da Bola** para avisar todos os jogadores de que estás quase a ganhar. Caso não o faças perdes **uma** das tuas cartas e tens de a colocar no fundo do baralho.

1 • O DADO

Nº da pergunta - Os números de 1 a 4, correspondem aos números das perguntas a responder nas categorias de Jogadores, Mundial e Factos curiosos. Na categoria Equipamentos e emblemas deve-se responder sempre, seja qual for o no de 1 a 4 que sair.

Perder a vez - Se te sair o número 5 passas a vez ao jogador seguinte.

Ganhar uma carta - Se te sair o número seis roubas uma carta a um adversário à tua escolha. Atenção: as cartas TAÇA não podem ser roubadas. Caso ainda ninguém tenha cartas, ganhas automaticamente a carta que está no topo do baralho.

Inicialmente, esta face do dado de “Ganhar uma carta” não existia, mas sim uma de “Mudança de sentido” (o jogador da esquerda passa a ser o próximo a jogar). Durante o teste de jogo na reunião, percebemos que não tínhamos nenhuma face com uma característica positiva que beneficiasse o jogador. Da mesma maneira que este novo aspecto faz com que haja maior interactividade entre jogadores, tornando-o imprevisível.

2 • COMO JOGAR?

Para começar, baralha as cartas e coloca-as na mesa com a face das perguntas voltada para baixo.

Para saber quem começa a jogar lançam o dado e inicia o jogador a quem tiver saído o número mais alto. Joga-se no sentido dos ponteiros do relógio.

Lanças o dado: se sair um número de 1 a 4, o jogador à tua esquerda faz a pergunta correspondente. Se acertares, ganhas a carta, caso contrário deve ser colocada no fundo do baralho; se sair o no 5 perdes a vez; se sair o no 6 roubas uma carta à escolha a um adversário. Deves indicar o seu nome e pedir a carta. Na categoria Equipamentos e emblemas há 2 cartas com as respostas corretas que devem ser consultadas pelo jogador que está a fazer a pergunta.

Algumas cartas têm o símbolo TAÇA. Estas substituem qualquer uma das outras categorias e não podem ser roubadas aos outros jogadores.

Ganha o primeiro jogador que reunir 2 cartas de cada um dos temas (Jogadores, Mundial, Factos curiosos e Equipamentos e emblemas)

Quando te faltar apenas uma carta, tens de dizer Craques da Bola para avisar todos os jogadores de que estás quase a ganhar. Caso não o faças perdes uma das tuas cartas e tens de a colocar no fundo do baralho.









PELÉ

- Brasileiro
- 23 out 1940

- 1 Que idade tinha Pelé quando ganhou o 1º Mundial?
- 2 Qual o clube brasileiro onde Pelé jogou entre 1956 e 1974?
a. Santos FC b. Flamengo c. Fluminense
- 3 Quantos Mundiais ganhou Pelé pela seleção brasileira?
- 4 Depois da sua carreira como futebolista, Pelé foi Presidente da Federação Brasileira de Futebol. Verdadeiro ou falso?

1. Dezasete 2. Santos FC 3. Três 4. Verdadeiro

- 1 Quantos Mundiais ganhou Pelé?
- 2 O primeiro Mundial aconteceu em 1930 e teve lugar no Uruguai. Quem foi a seleção vencedora?
a. Argentina b. Uruguai c. Jugoslávia
- 3 A Argentina bateu por 6-0 uma seleção na fase de grupos para o Mundial 2006. Qual?
- 4 A Itália bateu a França na final do Mundial de 2006 por 5-3, através de penálties. Qual o jogador francês que falhou um deles?

1. Três
2. Uruguai
3. Sêrvia e Montenegro
4. David Trezeguet










FIG. 86 ↖ ↗
Cartas especiais com o símbolo Taça.

FIG. 87 ↓

Carta das seleções que participaram no Mundial e o grupo respectivo.



Como faltava pouco tempo para o Mundial, e porque é nestas alturas que o futebol está mais presente existindo maior interesse neste desporto, adicionámos ao jogo uma carta com os vários grupos e as equipas que entraram neste evento.

Depois de ter o miolo quase todo definido, foi necessário pensar na embalagem e nos custos que isso acrescentaria ao produto. Enviou-se a planificação de uma possível embalagem em cartão e de uma em lata (modelo *standard*) para a gráfica da China, onde a Edicare produz muitos trabalhos, para saber os custos e o tempo de produção.

Os prazos não satisfaziam os objectivos da empresa, por isso a supervisora teve de procurar outras alternativas em Portugal para que o jogo estivesse pronto antes do início do Mundial.



Para a embalagem criei um texto/resumo sobre o conteúdo do jogo e o que se pode encontrar dentro deste, tal como a ilustração dos 4 tipos de cartas e o dado que esta contém. É necessário, neste tipo de produto com peças pequenas, colocar o símbolo “Proibido a menores de 3 anos”, pois podem ser ingeridas. Colocou-se também a indicação da idade recomendada (+8 anos) e o número de jogadores que podem jogar (2-4 jogadores).

Antes do envio dos ficheiros para a gráfica foi feita uma revisão por parte da supervisora, para que não houvesse erros, tantos nos textos como em todos os elementos que fazem parte do projecto.

Contactei com a gráfica para tirar algumas dúvidas acerca das artes finais e como preferiam a indicação dos cortantes, tanto para as cartas (por terem os cantos redondos para maior durabilidade), como para a embalagem (que para além de corte, também possui zonas de vinco). As linhas nestes dois casos, distinguem-se pelo tipo de traço: a cheio para a o corte e a tracejado para o vinco.

Neste sentido, preparei as artes finais de acordo com as recomendações da gráfica, fazendo um ficheiro à parte para o cortante. Para a embalagem pediram-me que lhes enviasse três ficheiros diferentes: a planificação da caixa, o cortante da caixa e um com os dois elementos juntos (planificação + cortante).

FIG. 88 ↕

Layout para a embalagem do jogo Craques da Bola.





FIGS. 89 e 90 ↕
 Parte da frente da caixa;
 Parte de trás da caixa.





Fiquei a aguardar que a gráfica me fornecesse a altura necessária para a caixa, pois isso dependeria do miolo de 77 cartas, para que estas não ficassem demasiado folgadas, nem apertadas. O papel utilizado para o miolo foi *couché* com laminação brilhante, tal como para a embalagem, mas aqui com maior gramagem. Para além disto, é necessário a criação de *bleeds*, marcas de corte e as cores utilizadas em CMYK.

Pouco tempo depois, chegaram as *ozalids* à editora para ver se existe algum erro na impressão. A supervisora fez mais uma revisão e eu tratei das emendas, reenviando os ficheiros para a gráfica para que soubessem o que era necessário modificar. Antes da chegada dos *Craques da Bola* da gráfica foi necessário fazer duas amostras para as colegas do departamento comercial poderem vender o produto-novidade às lojas.

A participação da Edicare na Feira do Livro de Lisboa, entre 29 de Maio a 15 de Junho, foi um dos motivos para o desenvolvimento de *merchandising* dos *Craques da Bola*. Estes objectos foram uma maneira de divulgar o produto lançado recentemente: calendários do mundial, testes com perguntas que estão presentes no jogo, *tshirts*, bandeiras (*beachflags*), pinturas faciais, apitos e leques.

Testes - Estes testes vão funcionar para as crianças responderem a algumas perguntas que estão no jogo e se habilitarem a ganhar prémios, num evento dedicado especialmente aos *Craques da Bola* na Feira do Livro.

FIG. 91 ↙

Embalagem do jogo com cartas de jogadores e dado.

FIG. 92 →

1ª versão do teste *Craques da Bola* para a FLL.

RESPONDE ÀS PERGUNTAS E GANHA PRÉMIOS



ÉS UM CRAQUE DA BOLA?

✓ ✕

TOTAL

- 1
Messi é campeão Olímpico.
Verdadeiro ou falso?

- 2
Quantas vezes a seleção brasileira
foi campeã do Mundo? (RODEIA)
a. Quatro b. Cinco c. Seis
- 3
Em que local se costumam realizar
os estágios da seleção portuguesa?

- 4
Qual o melhor marcador da seleção
portuguesa de futebol? (RODEIA)
a. Eusébio b. C. Ronaldo c. Pauleta
- 5
Este emblema pertence
a que seleção?

- 6
Que país acolheu o Mundial de 2010?

RESPONDE ÀS PERGUNTAS E GANHA PRÉMIOS



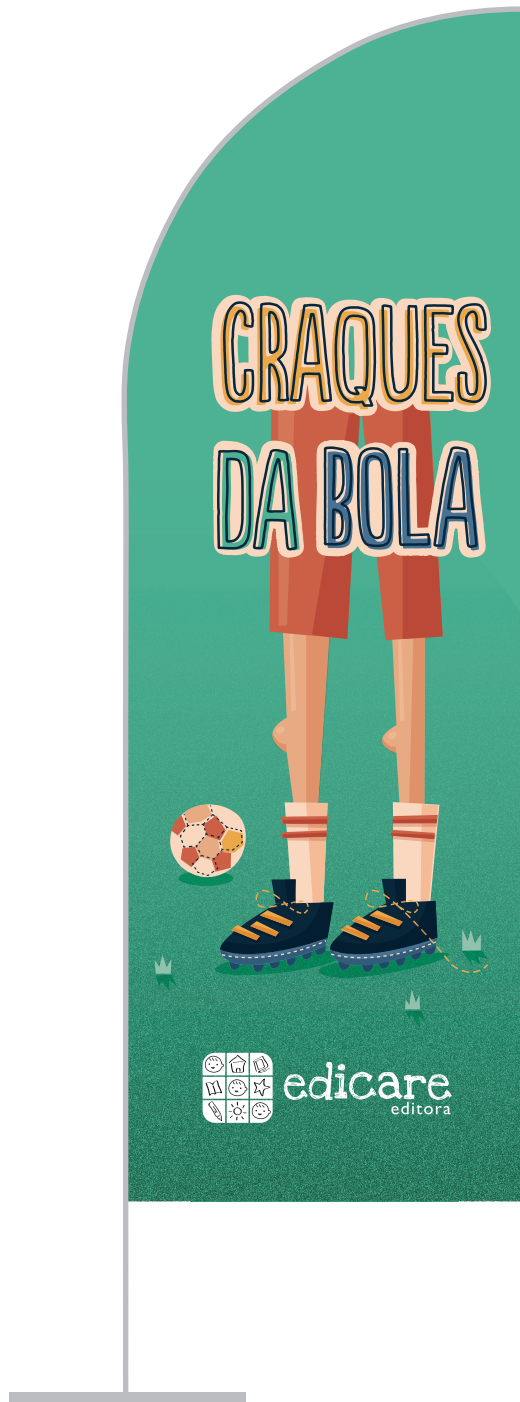
RESPONDE ÀS PERGUNTAS E GANHA PRÉMIOS

Existiram três prémios dependendo do número de respostas certas que conseguiram. O terceiro prémio (2 respostas certas) foi um calendário de jogos do Mundial; O segundo prémio (4 respostas certas) foi um estojo de pinturas faciais para apoiar a selecção Portuguesa ou um apito; O primeiro prémio (6 respostas certas) foi um jogo-quiz Craques da Bola. Existiram dois testes com perguntas distintas e com diferentes níveis de dificuldade: duas perguntas de nível básico, duas de nível intermédio e duas de nível avançado.

FIG. 93 →

Verso do teste Craques da Bola para a FLL com a representação dos prémios.





Calendário - Este calendário tem os grupos do Mundial 2014, as equipas que fazem parte de cada grupo e as datas dos jogos, em que a criança ou os pais poderão ir preenchendo com os resultados dos jogos que já decorreram. Quando acaba a fase de grupos terão de acrescentar, para além dos resultados, os nomes das equipas que irão disputar o jogo, pois até então não sabíamos quem eram.

Bandeiras - Criaram-se duas *beachflags* diferentes, uma para os *Craques da Bola* e outra para a própria empresa com o logótipo da Edicare e com o da Didatic by Edicare. O objectivo destas bandeiras foi o de promover a marca e o produto, sendo utilizadas no evento do Dia da Criança que decorreu na Feira do Livro, onde foram fornecidos cartões, pincéis e tintas para as crianças pintarem o que quisessem.

FIG. 94 ←
Beachflag para a FLL.

Pinturas faciais e apitos - Funcionaram como oferta para todos os compradores nos pavilhões Edicare e Didatic mas também, como explicado anteriormente, dois dos prémios que se podiam ganhar ao responder acertadamente a um determinado número de perguntas nos testes dos *Craques da Bola*.

Os apitos foram colocados dentro de pequenos sacos transparentes juntamente com uma monofolha fazendo referência aos *Craques da Bola* e ao objecto que contém (figura 97). No caso das pinturas, utilizou-se antes uma “cinta” em papel que envolve a sua embalagem (figura 98).

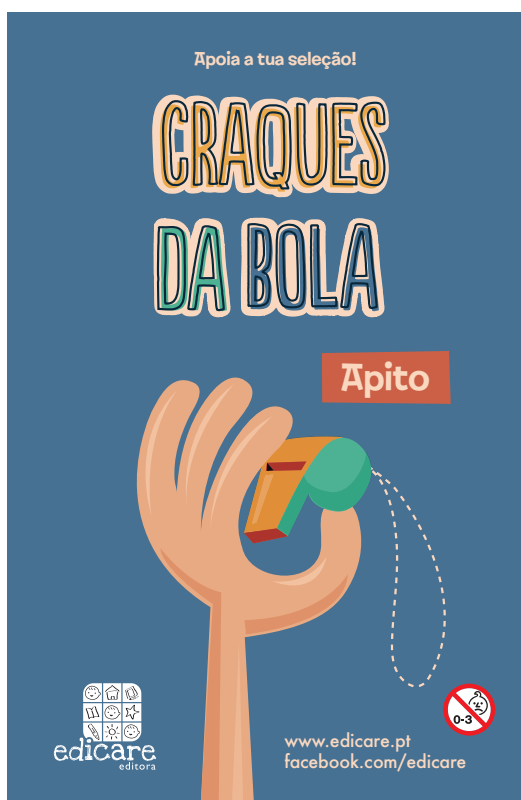


FIG. 97 ↙

Monofolha Apito.

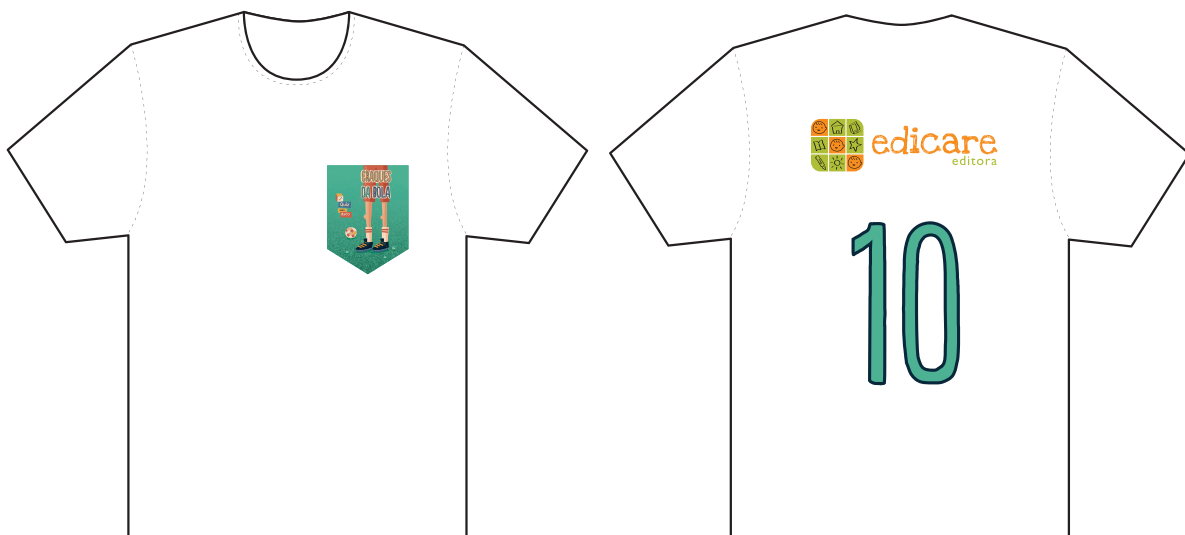
FIG. 98 ↓

Layout do invólucro da caixa de pinturas faciais.



Tshirts - As *tshirts* foram desenvolvidas com o propósito de serem utilizadas pelos vendedores dos pavilhões da Edicare e Didatic by Edicare, bem como por todos os colaboradores que ajudaram nas actividades propostas pela editora ao longo do período da feira.

A impressão foi feita através de transfer, sendo necessários dois: um de tamanho A6 para a parte da frente (em forma de bolso) e outro A4 para a parte de trás, com o número 10 e o logótipo da empresa, remetendo para uma tshirt de jogador de futebol. O número dez foi escolhido pelo facto da Edicare ter 10 anos de existência.



FIGS. 99 e 100 →
Tshirt Craques da Bola



FIG. 101 ↓
Leque frente e verso.



Com a venda dos exemplares produzidos na 1ª edição, surgiu a necessidade de fazer uma segunda tiragem.

Neste sentido, enviaram-se novamente os ficheiros com algumas alterações que diferenciam as duas edições. Ao retirarmos uma das cartas (carta dos grupos do Mundial 2014), o plano de impressão ficava com espaço para colocarmos outra “coisa qualquer”. Não fazia sentido continuar a ter esta carta no jogo, visto que o Mundial é um evento temporário.

Para aproveitar o espaço disponível, tive de fazer em tempo record duas cartas alusivas aos temas da matemática: uma com a tabuada de multiplicar, ocupando ambos os lados, e outra com numeração romana e figuras geométricas (ver Anexo A: Cartas da colecção *Aprender*).

Nesta segunda edição, fomos até à gráfica, para podermos ver as provas de cor antes da impressão de todos os exemplares. Resolveu-se modificar um pouco as cores da embalagem, tornando-as mais vivas, de maneira a chamar mais a atenção dos seus potenciais compradores/utilizadores.

FIG. 102 ↓
Prova de cor da embalagem.

Este produto está neste momento disponível nas lojas da editora (Didatic by Edicare), FNAC, Bertrand entre outras, por 9,95 euros.





FIG. 103 e 104 ↔
Jogo Craques da Bola.



5.6 BOAS MANEIRAS Colecção Constrói

Logo no início do estágio, e para o terceiro e último projecto, a supervisora deu-me algumas ideias e sugestões de temas que podia explorar: Família, Arte e Museus de Portugal, Boas Maneiras, Jogos Tradicionais, Animais... (consultar tabela 5, p. 81).

A Edicare deu-me total liberdade para pensar neste projecto, tanto no tema – que podia ser um dos que me tinham sido sugeridos, ou outro que quisesse abordar –, como no produto que queria desenvolver (livro, jogo, caderneta, *sketchbook*...).

Desta maneira, não havia um *briefing* definido à partida, tendo este projecto um cariz mais livre do que os anteriores.

Por considerar que o tema das Boas Maneiras não é tão recorrente como, por exemplo, os animais ou o alfabeto, resolvi enverdar por este caminho.

Dentro deste tema existem subtemas que podemos trabalhar como, por exemplo, como fazer a cama, como pôr a mesa, lavar os dentes, dizer obrigado, pedir se faz favor, pedir desculpa, atravessar a estrada, entre outros. Princípios e deveres que nos devem ser inculcados desde pequenos para que façam parte dos nossos hábitos. Pelo pouco tempo disponível no período de estágio, não era possível desenvolver todos estes temas, por isso escolhi apenas dois: fazer a cama e pôr a mesa.

Fazer a cama e pôr a mesa são tarefas que pressupõem vários passos, com uma lógica definida, para a tarefa ficar concluída.

Se todos os passos forem feitos sem erros, a tarefa será bem sucedida. E é esse o objectivo, passar a informação necessária para a criança aprender passo a passo aquilo que deve fazer a seguir e concluir o seu “dever”.

Através da técnica do *stencil* podemos criar várias *layers* para cada elemento que faça parte de uma tarefa. Assim, cada elemento que faça parte desta, pressupõe uma página e essa página um recorte.

5.6.1 FAZER A CAMA

O primeiro exemplar foi o *Fazer a Cama* e, como tínhamos os *stencils* como uma das características principais do projecto, optámos pela utilização de apenas duas cores, não só pela redução de custos de produção, como pelos efeitos visuais que podemos criar.

Experimentaram-se algumas cores para perceber quais se conjugariam melhor, dando origem a outras pela sua mistura/sobreposição (figuras 105 e 106). É um jogo de sobreposições: Sobrepor cores e formas, até atingir o resultado desejado.

FIG. 105 ↓
Experiências de combinação de duas cores.



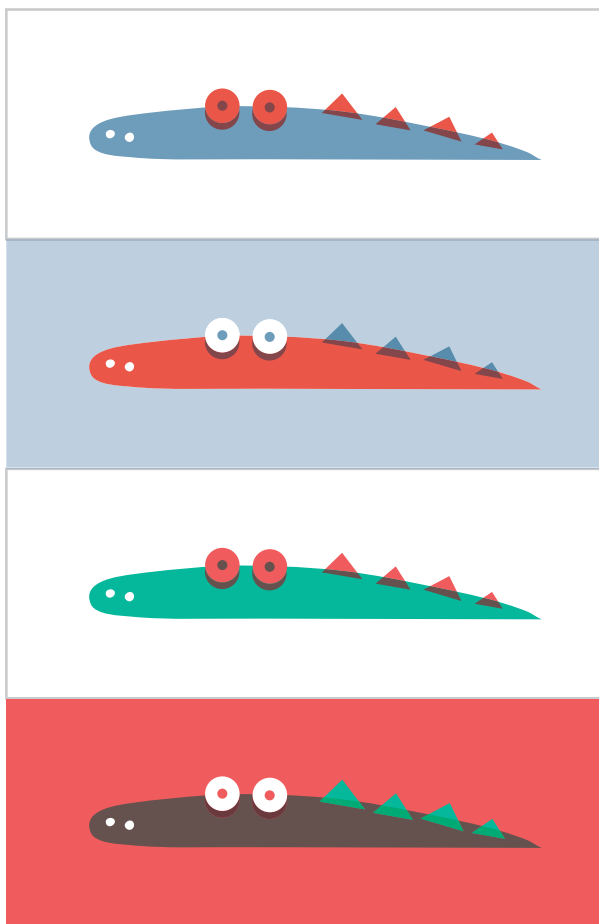
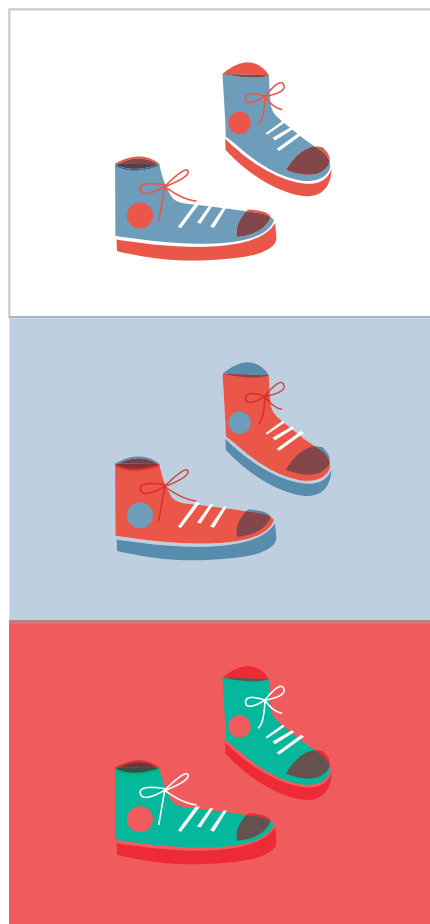


FIG. 106 ↕
Experiências de combinação de duas cores.

FIG. 107 →
Seleção de cores.



 **PANTONE P 55-6 U**
RGB 204-84-86
CMYK 0-79-59-0

 **PANTONE P 133-6 U**
RGB 100-174-149
CMYK 75-0-51-0

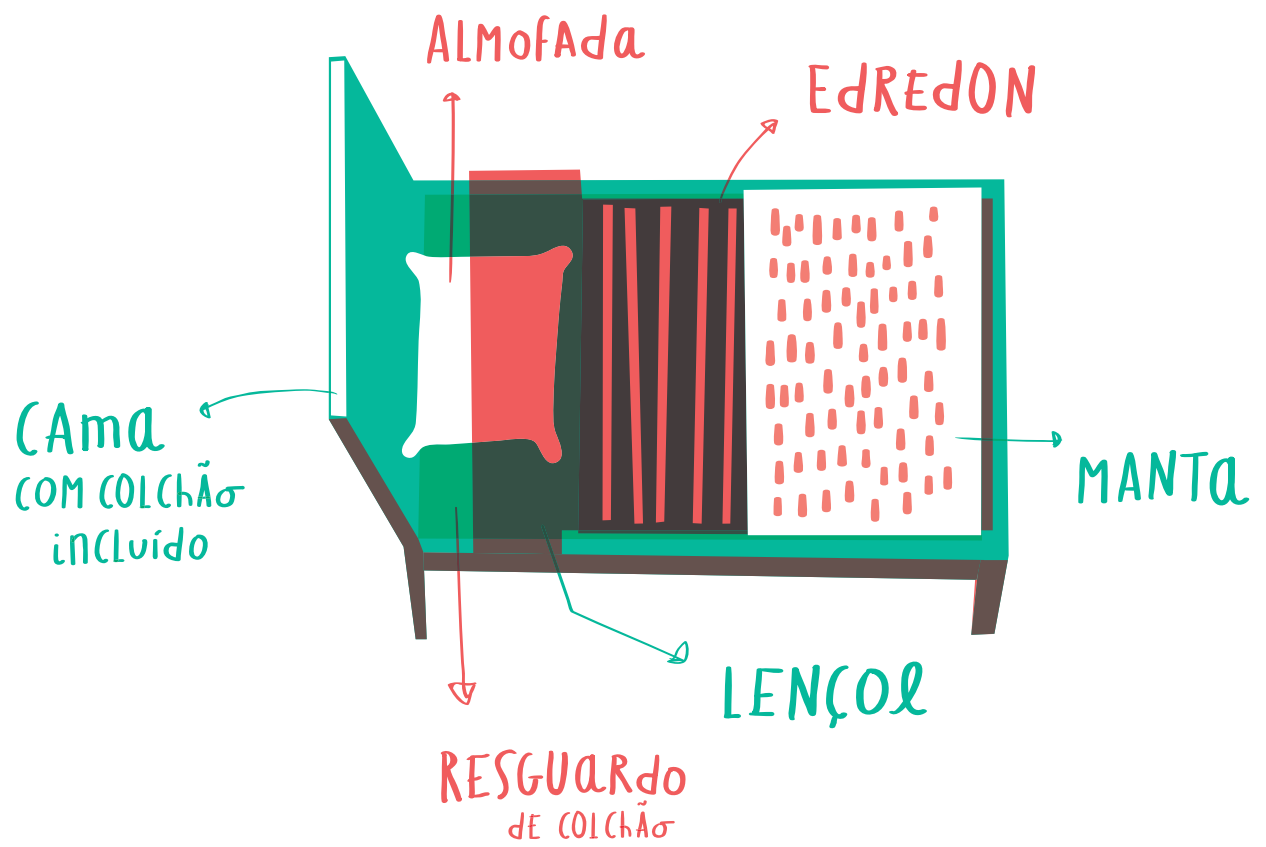


FIG. 108 ↑
Elementos necessários para
fazer a cama.

Para fazermos a cama precisamos primeiro de colocar o resguardo do colchão, depois a almofada, o lençol, o edredon e uma manta (para os mais friorentos).

Temos então de sobrepor todos estes elementos para a cama ficar feita. Assim, foi criada uma página “base” onde serão desenhadas todas as formas (figura 109). Esta folha é destacável através de um picotado para que seja possível arrancá-la do resto do miolo. Faz-se a sugestão à criança para a arrancar e começar a desenhar (figura 110).

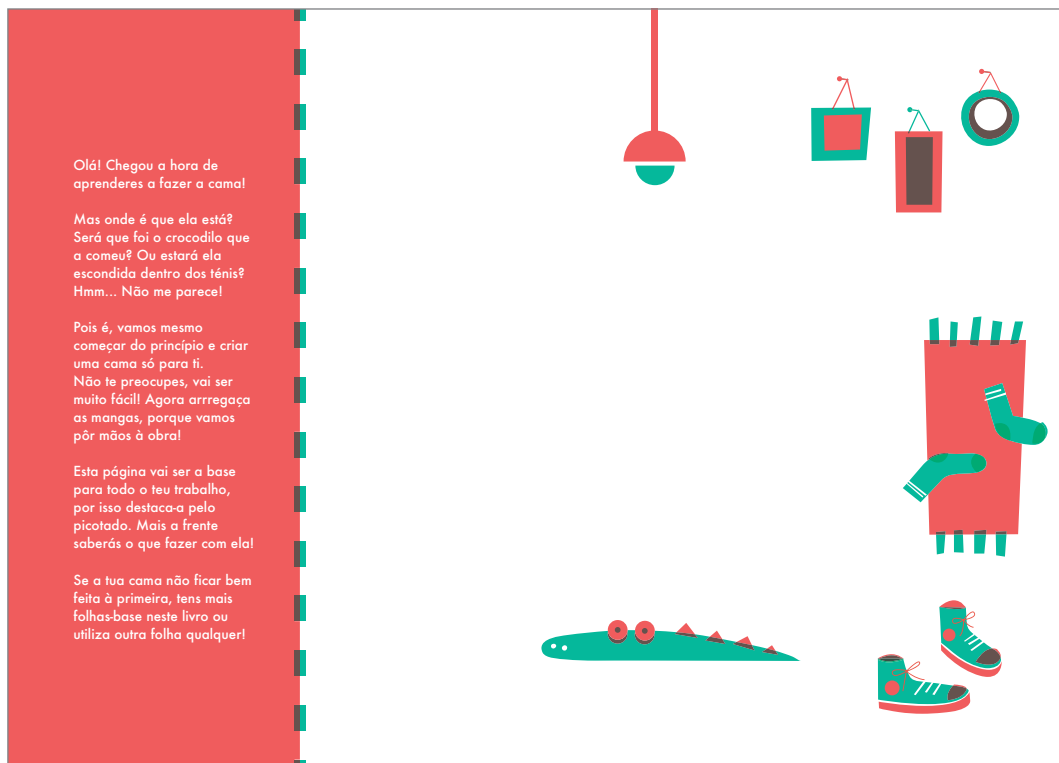
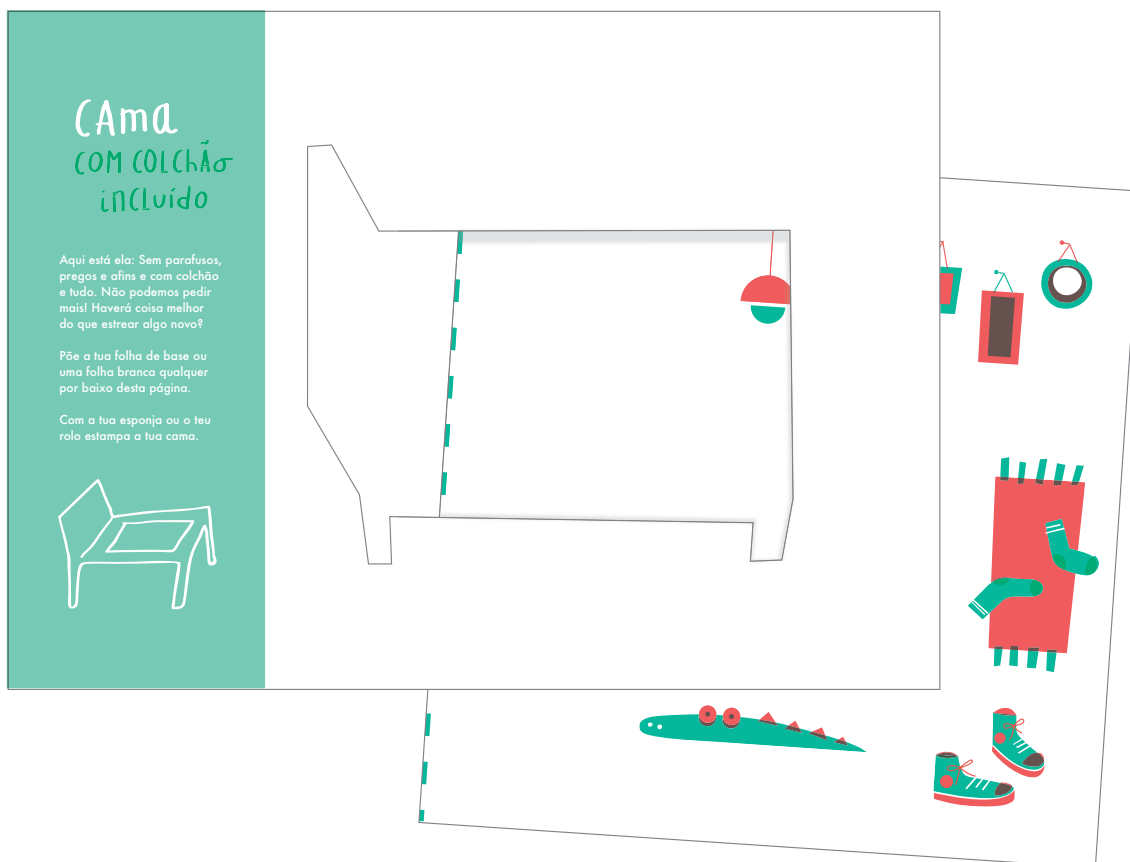
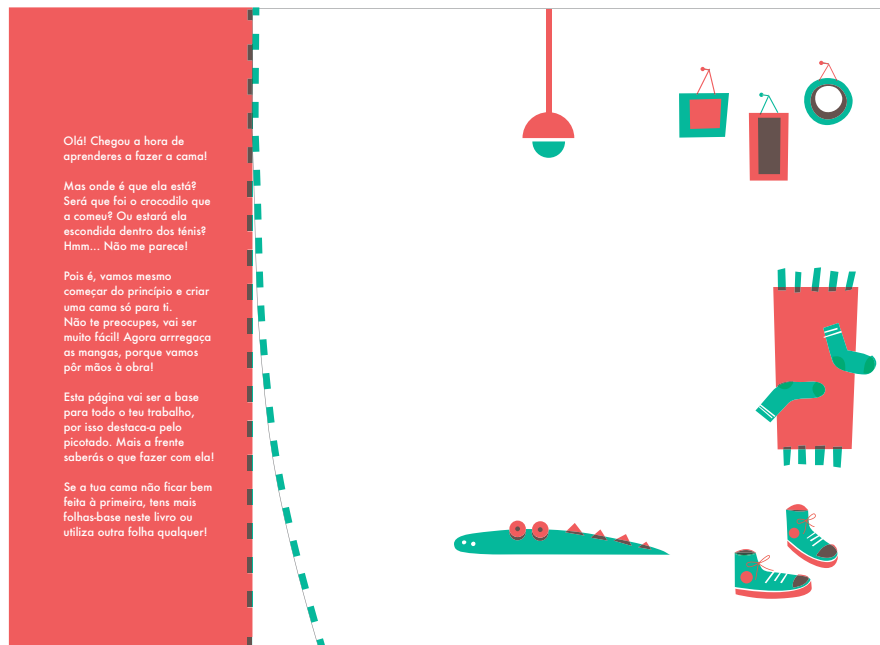


FIG. 109 ↑
Primeira página-base com texto de apresentação.

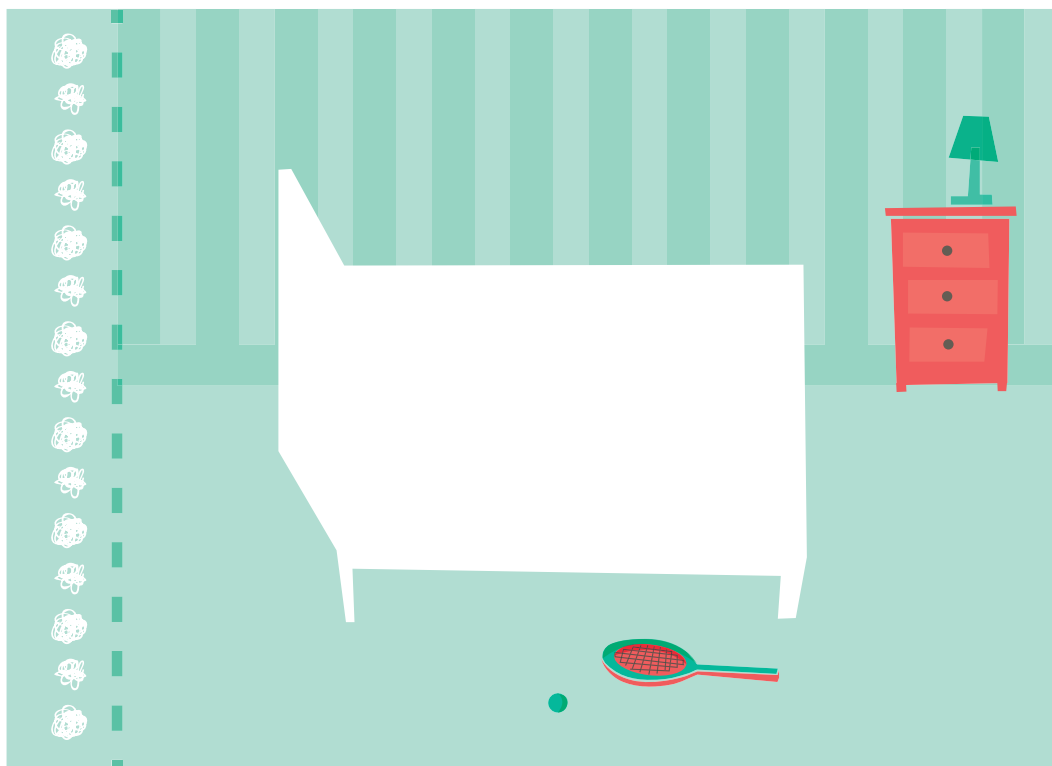
FIG. 110 ↗
Destaque da folha de modo a colocá-la por baixo do recorte.

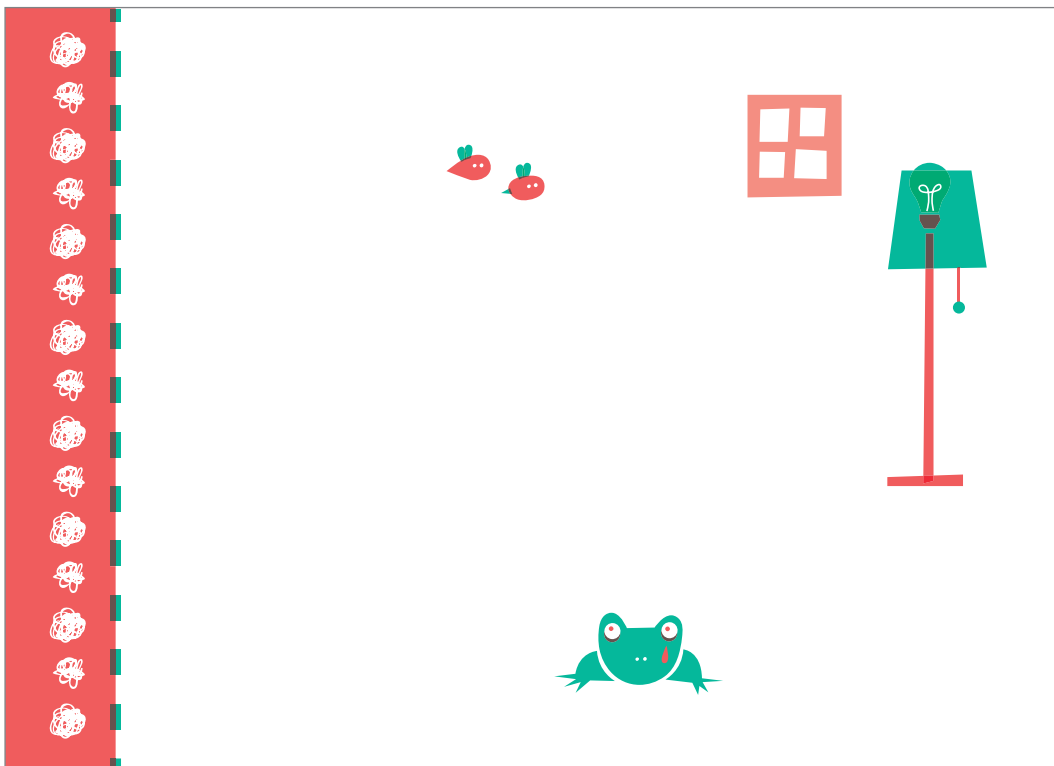
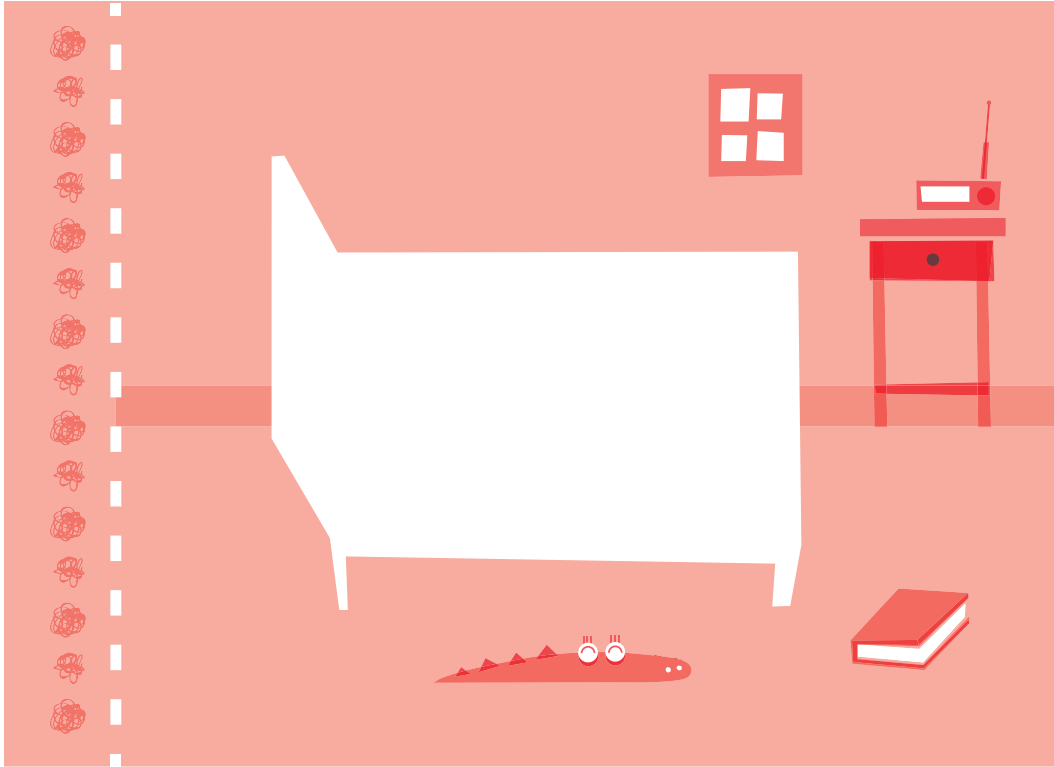


E depois de utilizarmos esta folha? Não temos apenas uma página-base, mas várias. Quando estas acabarem podemos sempre utilizar folhas em branco. Isto foi possível fazendo um *stencil* com a própria cama e não começando logo com o resguardo do colchão. Desta forma, conseguimos repetir esta tarefa vezes e vezes sem conta, não estando limitados às folhas existentes no livro.

Porém, estas têm a particularidade de já terem cenários/quartos ilustrados com diversas decorações. Mas não queria que as camas construídas nas folhas brancas não tivessem “direito” à sua decoração. Então foi criada uma página de recortes onde temos formas para decorar o quarto.

FIG. 111, 112 e 113 ↕↔↔
Páginas-base.





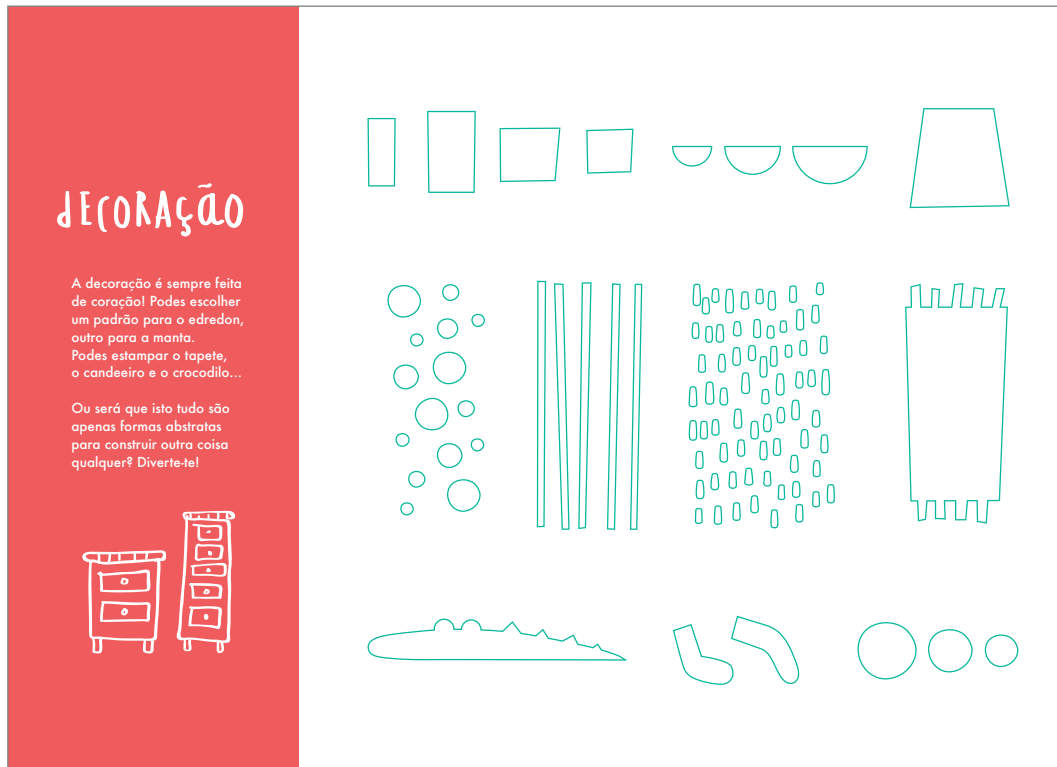


FIG. 114 ↑

Página com recortes para decorar o quarto.

O passo seguinte foi fazer o título do livro para a capa e que depois veio também a ser utilizada no resto do miolo. Um livro atelier, “pedia” uma letra desenhada à mão, descomprometida e sem obedecer a regras. Nenhuma letra é igual à outra, podendo existir vários A's diferentes, mas que pertencem à mesma família. O mesmo acontece quando escrevemos no papel, onde não estamos preocupados se aquele A é igual ao que escrevemos anteriormente.

Para além desta letra, recorreu-se também à Futura para textos mais longos, como os textos de apoio/instruções.

FAZER
A CAMA

FAZER
A CAMA

FAZER
A CAMA

FIG. 115 →
Estudos para o título do livro.

FIG. 116 ↓
Criação de um tipo de letra.

AAAaãã
bCCC(ddeEEEeFFFfG
hHHiiajklmMMNnNOoσσ
PQqRRSSStTtUUVvxz
1234,..-?!.

5.6.2 PÔR A MESA

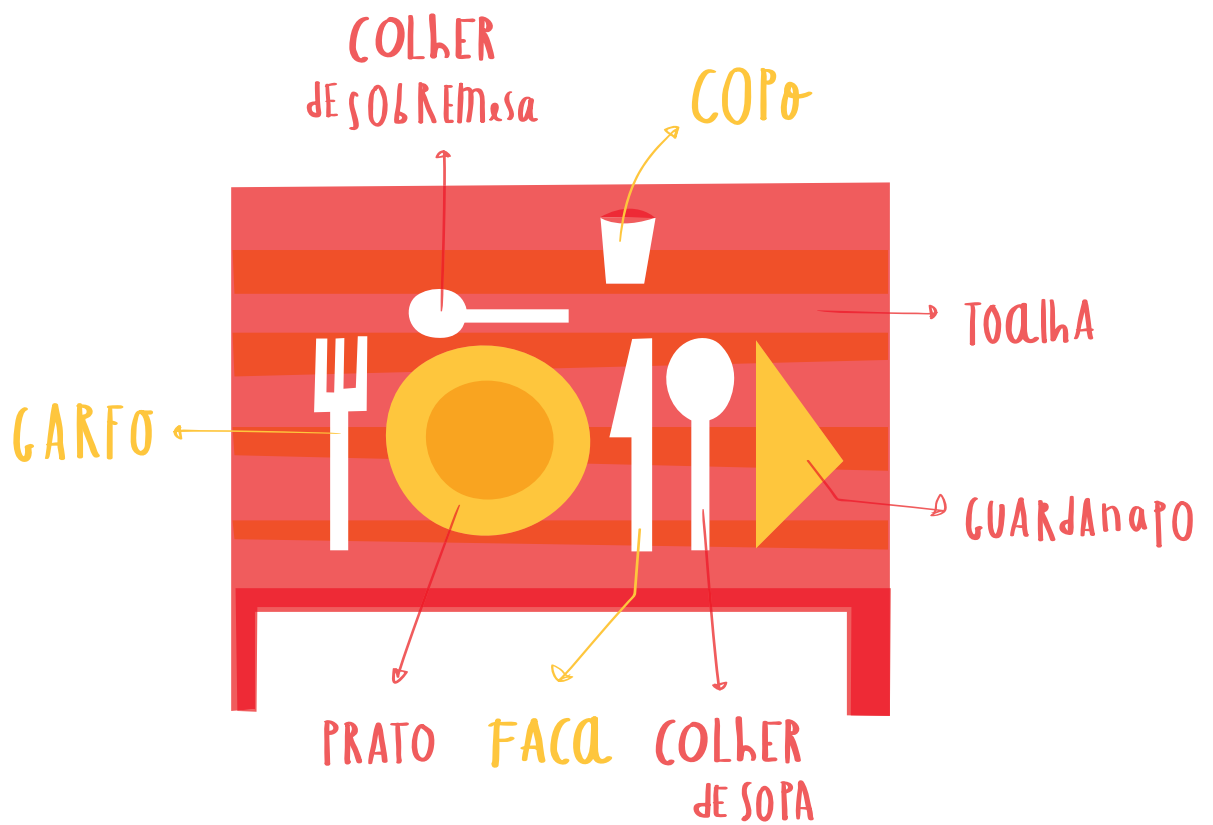
Este segundo exemplar segue a mesma lógica do primeiro. Embora aqui existam mais passos para se cumprir: pôr a toalha, prato, a faca, o garfo, a colher de sopa e de sobremesa, o copo e o guardanapo. Se colocássemos um elemento em cada página, e sendo este de pequenas dimensões, tornaria a página muito “vazia”. Deste modo, e também com o objectivo de fazer com que os dois livros tivessem o mesmo número de páginas, juntámos dois elementos nestas. Por exemplo a faca com o garfo, a colher de sopa com a de sobremesa e o copo com o guardanapo (figuras 119 e 120).

Aqui também se colocou a mesa em primeiro lugar, para que seja possível a utilização de folhas brancas, em comparação com aquilo que já explicámos anteriormente.

No *Fazer a Cama*, tínhamos uma página para decorar o quarto. No *Pôr a Mesa*, terminamos os *stencils* com vários alimentos. A criança pode escolher o que prefere comer e colocar em cima do prato.

FIG. 117 →
Elementos constituintes da prática de pôr a mesa.

FIG. 118 ↘
Cores escolhidas para o livro *Pôr a mesa*.



PANTONE P 55-6 U
RGB 204-84-86
CMYK 0-79-59-0



PANTONE P 10-7 C
RGB 239-199-66
CMYK 0-23-86-0

COLHER DE SOPA & DE SOBREMESA

A grande é para a sopa e a pequena para a sobremesa. A primeira fica ao lado da faca e a segunda perto da parte superior do prato. A maior fica na vertical e a menor na horizontal.



ESTA NÓDOA NÃO
SAIU NA LAVAGEM



COPo & GUARDANAPO

Para beber precisas de um copo e para limpar precisas de um guardanapo. Onde os irás pôr? O copo próximo da colher de sobremesa, do lado direito, e o guardanapo ao lado da colher de sopa.



SUMO ou
ÁGUA?



FIG. 119 e 120 ←
Páginas de recortes com a
junção de dois objectos.

FIG. 121 ↓
Página com o último passo da
tarefa: Alimentos.



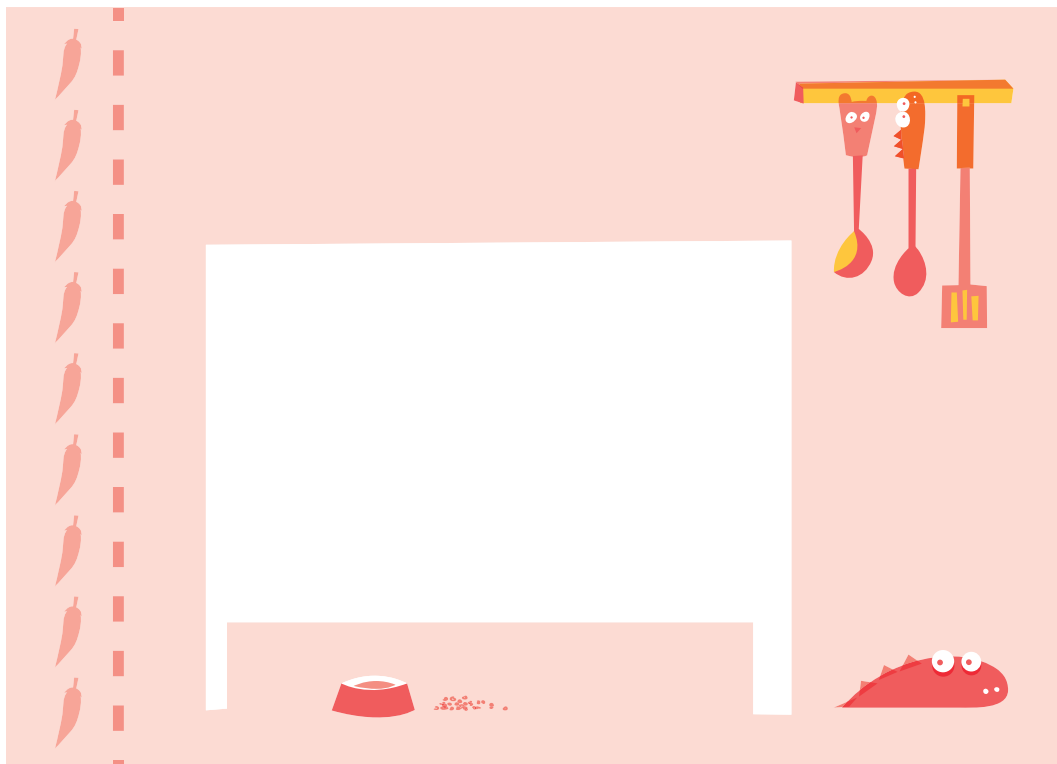
FIGS. 122 e 123 ↓↓

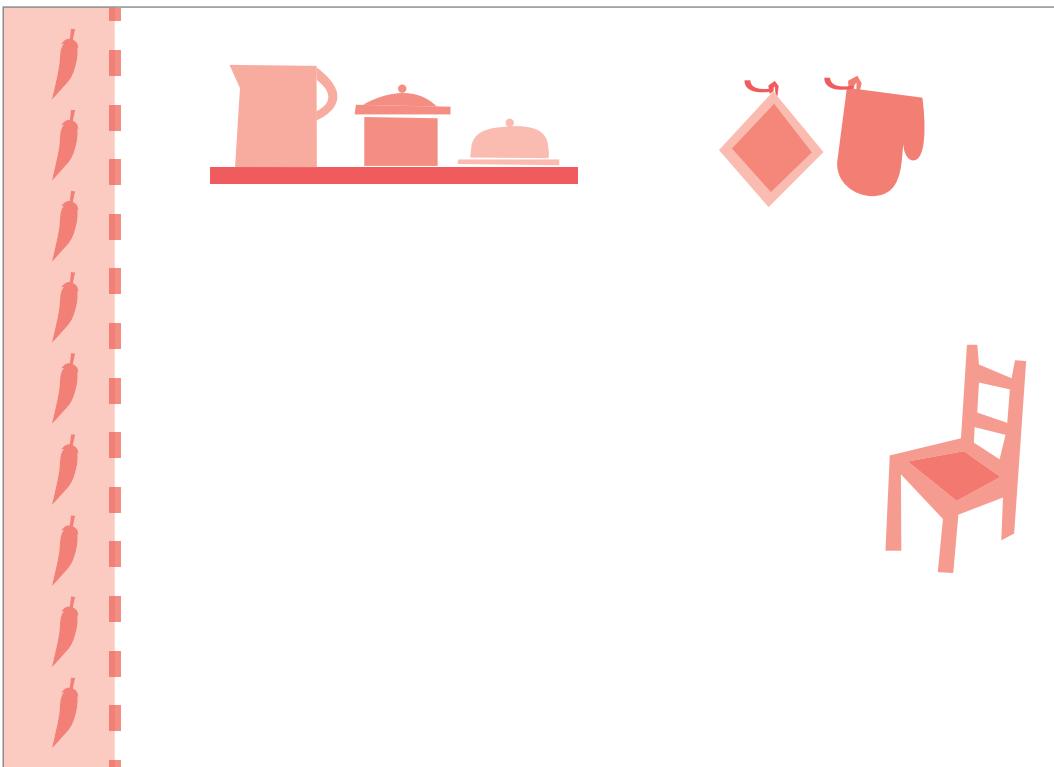
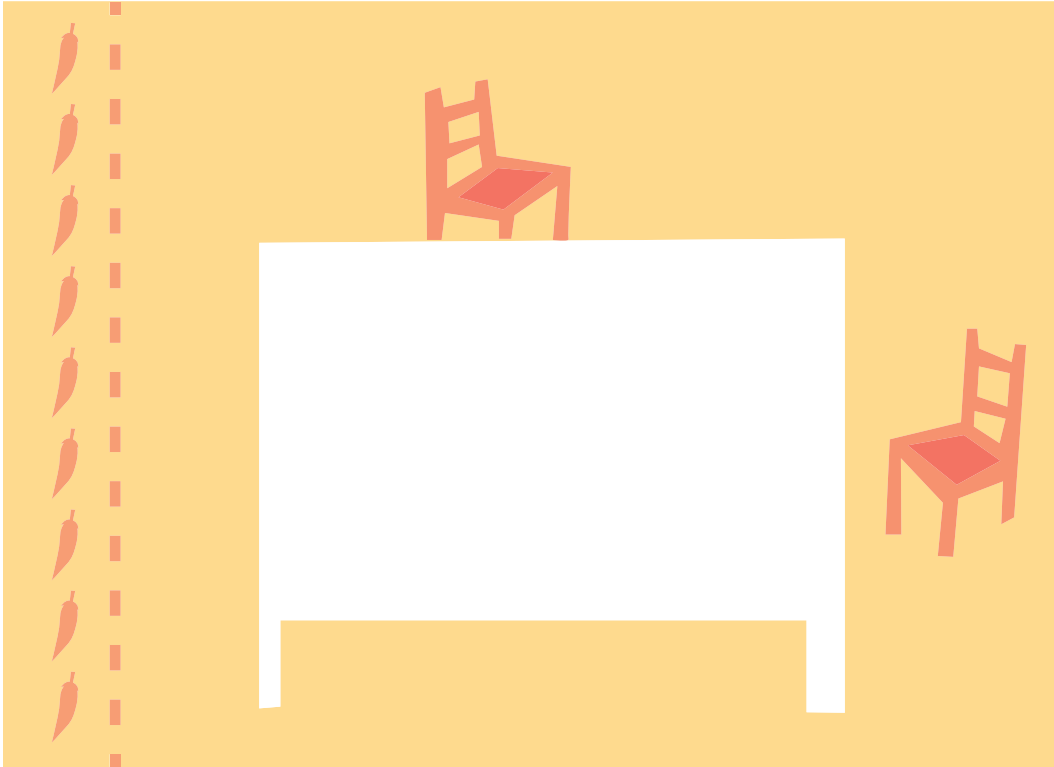
Folha-base com texto
introdutório;

Folha-base: *Pôr a mesa.*

FIGS. 124 e 125 →→

Folha-base.





Criou-se também um logótipo para esta colecção, dando origem à colecção *Constrói*. Para construirmos alguma coisa temos de passar por várias fases para conseguir chegar ao fim do nosso objectivo, e é disso que estes livros falam. Falam como se de uma casa se tratasse, onde temos de ter primeiro as fundações para conseguirmos fazer as paredes, o telhado, as pinturas... Aqui, se não tivermos uma cama ou uma mesa, como fazemos o resto? Com a forma de um quadrado e um triângulo (ainda não colocado no sítio certo), remetendo para a ideia de casa que está a ser construída mas ainda não totalmente terminada. É preciso a criança colocar as peças no sítio certo e concluir a tarefa.

FIG. 126 ▾
Estudos para o logótipo da
colecção *Constrói*.

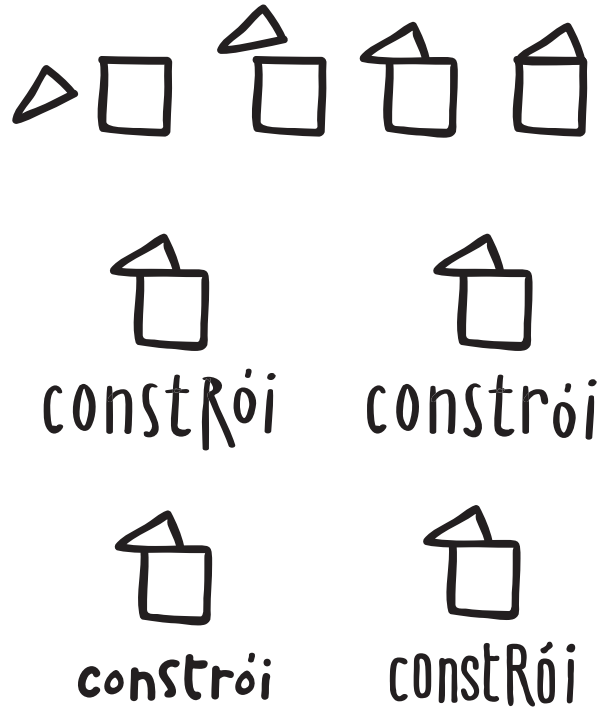




FIG. 127 →
Logótipo final da colecção
Constrói.

FIG. 128 →
Utilização em fundos de cor.



Um livro atelier, onde destacamos folhas, estampamos e pintamos formas. Um livro que, no fim, fica despido de algumas das folhas-base mas que fica cheio das cores que ultrapassam os espaços recortados das folhas e lhes dão uma nova vida.

Estes livros contêm também uma página sobre os materiais que podem utilizar. Numa primeira hipótese, pensei apenas na utilização de tintas estampadas com uma esponja ou rolo, isto porque nos permitem criar formas cheias. Porém, muitas vezes os pais não têm em casa este tipo de materiais, por isso não podíamos limitar o objecto dessa forma. A utilização de materiais mais comuns, como canetas, lápis de cor, lápis de cera, também funciona para o nosso objectivo. Mesmo não sendo os mais indicados para criar formas cheias, pelo menos com a rapidez dos guaches, permitem representações lineares. Assim, fica ao critério de cada um, até porque é um livro atelier e num atelier podemos experimentar e construir de várias maneiras, até percebermos qual a melhor. Foram feitas experiências com alguns destes materiais para observarmos os resultados. Deparamo-nos com inúmeras possibilidades dependendo do(s) material(ais), das cores e da(s) técnica(s) utilizadas. (ver Anexo D).

FIG. 129 ↓

Primeira experiência da página dos materiais: *Vais precisar de...*

FIGS. 130 e 131 →

Página final de materiais do livro *Fazer a cama*;

Página final de materiais do livro *Pôr a mesa*.



VAIS PRECISAR DE:



VAIS PRECISAR DE:



Cada página tem o título do elemento que se vai desenhar, seguido de um texto de apoio (instruções onde devemos colocar o objecto) e um desenho que esquematiza e ilustra esse mesmo passo. Em algumas páginas temos ainda uma ilustração/mensagem que pretende ser divertida para o utilizador.

Na página que antecede a contracapa, há a repetição dos desenhos-esquema que estão ao longo do livro, de forma a haver uma melhor percepção dos passos que se deram, do início ao fim. De desenho em desenho, foi acrescentado um elemento até a cama estar feita ou a mesa estar pronta para o almoço/jantar (figuras 132 e 133).

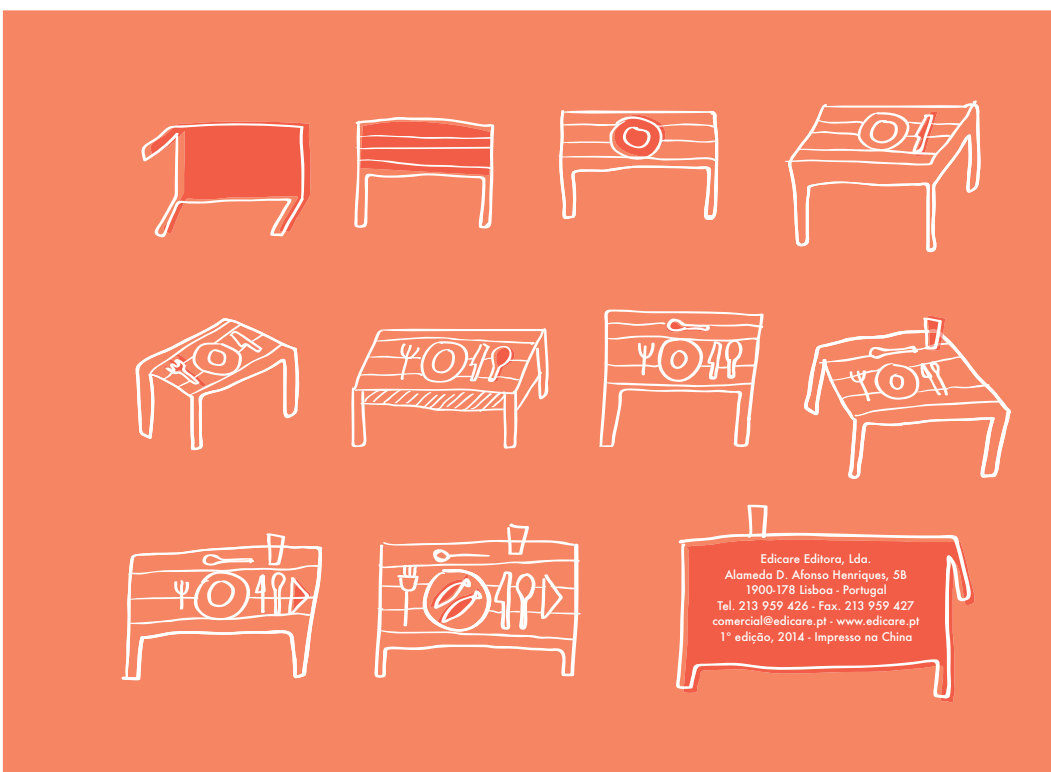
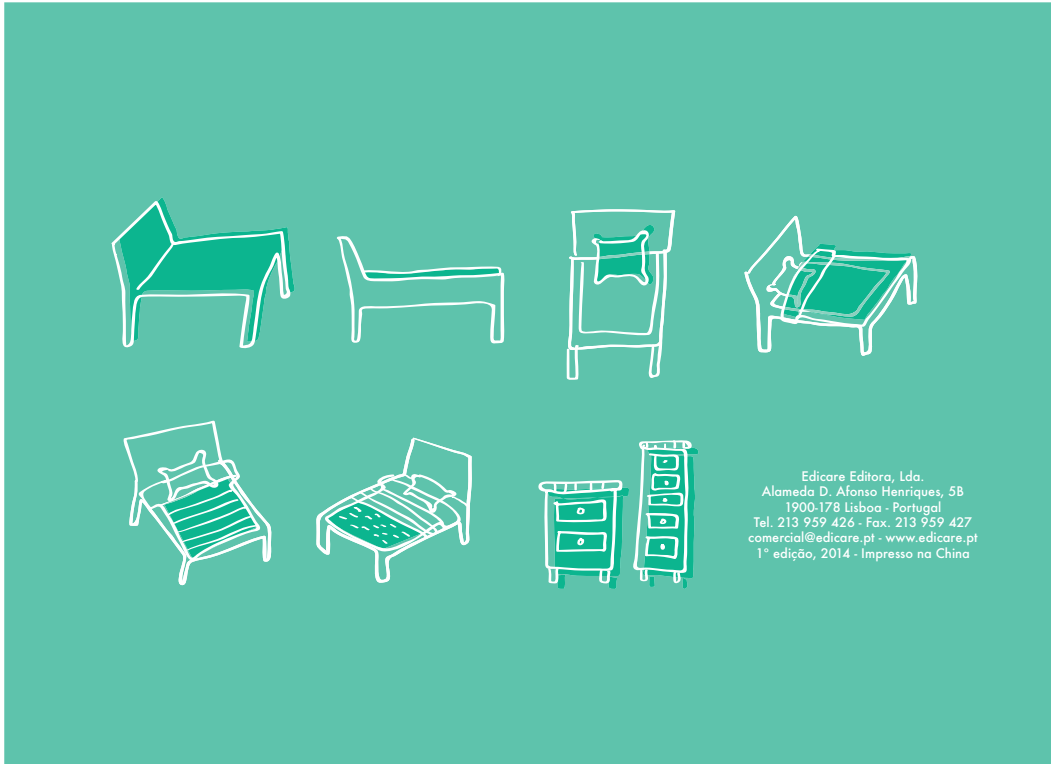
Na contracapa, temos um resumo do que o livro trata, tal como aconteceu nos projectos anteriores, de maneira a aguçar a curiosidade de pais e filhos em adquirir o produto (figuras. 136 e 137).

FIG. 132 →

Fazer a cama: Página com a representação dos passos que completam a tarefa.

FIG. 133 ↘

Pôr a mesa: Página com a representação dos passos que completam a tarefa.



FIGS. 134 e 135 ↓↓
 Capa do livro *Fazer a Cama*;
 Capa do livro *Pôr a mesa*.

FIGS. 136 e 137 →↘
 Contracapa *Fazer a Cama*;
 Contracapa *Pôr a mesa*.



+6

Este livro nunca mais vai ser o mesmo, depois de o abrires! Vai-se transformando a cada passo que tu deres. Há peças espalhadas pelo teu quarto... e tintas, e papéis... E para tornar isto tudo ainda mais divertido ficas a saber como fazer a tua cama. Não é fantástico?



HÁ COTÃO
DEBAIXO
DA CAMA!



+6

Este livro nunca mais vai ser o mesmo, depois de o abrires! Vai-se transformando a cada passo que tu deres. Há peças espalhadas pelo teu quarto... e tintas, e papéis... E para tornar isto tudo ainda mais divertido ficas a saber como pôr a mesa. Não é fantástico?



HÁ MIGALHAS
DEBAIXO
DA MESA!



6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1 CONCLUSÕES

O desenvolvimento de uma investigação activa foi possível pela selecção de uma metodologia intervencionista activa assente no cumprimento das tarefas do estágio proposto. Este estágio foi uma mais valia tanto a nível pessoal como profissional. O contacto directo com profissionais da área e a percepção do funcionamento de uma editora, fizeram com que os conhecimentos adquiridos ao longo da formação fossem testados e enriquecidos, pondo-os em prática num contexto real de trabalho. O processo criativo inerente a um projecto foi posto à prova: a pesquisa, a realização de reuniões para expôr ideias, o cumprimento de prazos ou o contacto com profissionais da gráfica e fornecedores.

Com a experiência e conhecimento da Edicare, no que toca ao mercado editorial português, conseguimos perceber as lacunas deste, ou seja, aquilo que precisavam de acrescentar ao seu catálogo, tirando partido do contacto que têm com os clientes. Este contacto permite que a editora saiba o que os pais e crianças “pedem” ou gostavam de ver nas lojas e o *feedback* dos produtos que estão disponíveis.

Têm também uma vasta gama de produtos de outras editoras, que nos ajudaram a alargar o conhecimento daquilo que hoje em dia é possível fazer, ou seja, as tecnologias utilizadas nos diferentes materiais, os temas mais e menos explorados, e tentar reinventá-los de maneira a marcar a diferença face àquilo que já existe.

As crianças, por serem um público cada vez mais rodeado de tecnologia, tornam maior o desafio de as satisfazer com produtos que não estejam ligados à televisão, computador, *tablets*... Deste modo, quisemos contornar esta nova tendência, ao desenvolver materiais que possam gerar interesse tanto nos mais pequenos como em pais e educadores.

Os objectivos foram cumpridos, no que diz respeito ao desenvolvimento de materiais que pretendem transmitir conhecimentos, tanto ao nível da matemática, futebol e boas maneiras, mas também quanto ao modo como esses conhecimentos são transmitidos. Na matemática, por meio de livros onde a teoria passa à prática com exercícios reutilizáveis, no futebol através de um jogo-*quiz* que apela a uma actividade lúdica entre familiares e/ou amigos, e nas boas maneiras onde a mensagem é transmitida por meio do desenho/estampagem da própria criança.

Assim, explorámos a ilustração, interactividade e a ludicidade de várias formas, acreditando que estes três conceitos aumentam o interesse dos materiais concebidos para o nosso público-alvo.

A validação dos três projectos por parte da directora e da supervisora de estágio para a sua produção foi importante, na perspectiva de acreditarem que os projectos têm potencial para o objectivo a que se propunham. Neste momento, o jogo *Craques da Bola* está disponível em várias lojas do país, havendo já uma segunda edição. É o resultado de meses de trabalho que se transformam num objecto real, à venda num espaço real, para pessoas reais, o que nunca se tinha experienciado em contexto académico.

6.2 RECOMENDAÇÕES

A realização deste estágio permitiu alargar os nossos conhecimentos no design editorial, na ilustração e na interactividade, através do trabalho desenvolvido durante este período.

Podemos considerar que estes projectos foram um ponto de partida para o desenvolvimento de outros materiais, que até poderão fazer parte das colecções *Aprender e Constrói*. A continuidade destas colecções permite a exploração das temáticas abordadas, procurando subtemas que delas façam parte ou a experimentação de novos métodos de passagem desta informação.

No caso do jogo de futebol *Craques da Bola*, pode acontecer o mesmo. Houve alguns subtemas que ficaram de fora, por uma questão de simplificação, que podem ser estudados e dar origem a edições especiais deste ou de outro tipo de jogo.

Os conceitos de interactividade e ludicidade nos materiais para a infância podem ser ainda bastante investigados, de maneira a conseguirmos perceber de que maneira o livro e esses materiais podem oferecer novas valências, desde a imagem, ao texto e conteúdo, que as novas tecnologias não oferecem.

Não podemos esquecer também, e embora o nosso público-alvo sejam as crianças, que os pais e educadores têm um papel fundamental na compra e aquisição dos materiais desenvolvidos. São eles que os põem à sua disposição, em casa, no colégio e na escola. Por isso, se estes produtos não agradarem de alguma forma os adultos, as crianças muitas vezes não têm acesso, a não ser que haja uma forte divulgação em torno destes, fazendo com que os mais pequenos saibam que aquele produto existe e tenham o desejo de o ter.

Em suma, esperamos que o estudo que agora terminamos possa ser tomado como ponto de partida para outras investigações e um contributo para o conhecimento dos três temas explanados.

**7 ELEMENTOS
PÓS-TEXTUAIS**

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuff, Dan S. & Robert H. Reiher. *What Kids Buy and Why*. New York: The Free Press, 1997.
- Bastos, Glória. *Literatura infantil e juvenil*. Lisboa: Universidade Aberta, 1999.
- Bettelheim, Bruno. *A Psicanálise dos Contos de Fadas*. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 3ª ed, 1980.
- Brougère, Gilles. *Brinquedos e companhia*. São Paulo: Cortez, 2004.
- Caillois, Roger. *Los juegos y los hombres*. Trad. Jorge Ferreira. 4ª ed. México: Fondo de cultura económica, 1994.
- Carqueja, Eduardo. *O Consumidor “Novo”*. Revista Marketeer nº 12 (Junho), 1997, p. 4.
- Carlson, L. & S. Grossbart. *Parental style and consumer socialization of children*. Journal of Consumer Research, vol. 15 (Junho), 1988, pp. 77-94.
- Coelho, Nelly Novaes. *Literatura infantil: Teoria, análise e didática*. São paulo: ed. Moderna, 2000.
- Dalley, Terence. *Ilustración y diseño*. 1ª edição Madrid: Hermann Blume Ediciones, 1981.
- Domiciano, C. & E. Coquet. *Livros infantis sem texto: modos de leitura*. Atas digitais do 1º congresso internacional em estudos da criança: infâncias possíveis, mundos reais. Braga: Instituto de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 2008.
- Fishel, Catharine. *Designing for Children*. United States of America: Rockport Publishers Inc, 2001.
- Florindo, Catarina. *O álbum narrativo de potencial recepção infantil: uma nova forma de edição*. Dissertação de Mestrado em Edição de Texto, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, UNL, 2012.
- Gioca, Maria Inez. *O jogo e a aprendizagem na criança de 0 a 6 anos*. Belém – Pará. Universidade, da Amazônia, 2001.
- Gunter, Barrie, & Adrian Furnham. *As Crianças como Consumidoras: Uma Análise Psicológica do Mercado Juvenil*. Tradução: Aurora Narciso Rosa. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.
- Haslam, Andrew. *O livro e o designer II: Como criar e produzir o livro*. Trad. Juliana Saad e Sergio Rossi Filho. São paulo: edições rosari, 2007.
- Huizinga, Johan. *Homo ludens: O jogo como elemento da cultura*. Trad. João Paulo Monteiro. 5ª Ed. São Paulo: Perspectiva, Coleção Estudos, 2007.
- IAC - Instituto de Apoio à Criança. *Ilustração Infantil*. Infocedi n.º 33, Lisboa, 2011, p. 1.
- Jardim, Mara Ferreira, *Crerios para análise e seleção de textos de literatura infantil*, in: Saraiva, Juracy Assman (org.), *Literatura e alfabetização: do plano do choro ao plano da ação*. Porto Alegre: Artmed, 2000.
- John, Deborah Roedder, *Consumer Socialization of Children: A retrospective look at twenty-five years of research*. Journal of consumer research. Vol. 26 (Dezembro), 1999, pp. 183-207.
- Linden, Sophie Van Der. *Lire l'album*. França: L'atelier du Poisson Soluble, 2007.

- Lopes, C. *Ludicidade, contributo para a busca dos sentidos do humano*. Ed. U. Aveiro, 2004.
- Male, Alan. *Illustration: A theoretical & contextual perspective*. AVA Publishing SA., 2007.
- Martins, Isabel Minhós. *Planeta Tangerina: Livros em papel interativos e digitais? Nem mais*. In blog Planeta Tangerina, 2013. Acedido a 8 de Janeiro de 2014, em <<http://planeta-tangerina.blogspot.pt>>.
- McNeal, James. *The Child Consumer: a new market* Journal of Retailing - vol. 45, 1969, pp. 15-22
- Mcneal, James U. *Marketing de Productos para Ninos*. Barcelona: Editorial Granica, 1993.
- Moschis, G. P. & R. L. Moore. *Teenager's reactions to advertising*. Journal of Advertising. vol. 7, 1978, pp. 24-30.
- Moschis, G. P. & R. L. Moore. *A longitudinal study of television advertising effects*. Journal of Consumer Research. vol. 9 (Dezembro), 1982, pp. 279-286.
- Paul, Annie Murphy. *Your brain on fiction*. In The New York Times online, 2012. Acedido a 13 de Dezembro de 2014, em <<http://www.nytimes.com>>.
- Perrot, Jean. *Du jeu, des enfants et des livres*. Paris: Du cercle de La librairie, Collection Bibliothèques, 1987.
- Piaget, Jean. *A Formação do Símbolo na Criança. Imitação, jogo e sonho, imagem e representação*. Trad. Alvaro Cabral. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.
- Ribeiro, Marta. *Do desenho à ilustração infantil*. Dissertação de Mestrado. FBAUL, Lisboa, 2011.
- Robertson, T. S. *Parental mediation of television advertising effects*. Journal of Communication - vol. 29, 1979, pp. 12-25.
- Salisbury, Martin. *Illustrating Children's Books - Creating Pictures for Publication*. Barron's Educational Series, Inc., 2004.
- Schor, Juliet B. *Born to Buy: The Commercialised Child and the New Consumer Culture*. Simon & Schuster, 2004.
- Torres, Maria Goreti. *A arte de contar histórias com palavras e imagens: o Capuchinho Vermelho*. Braga: APPACDM 2003, pp. 26-29.
- Viana, Fernanda, Marta Martins, & Eduarda Coquet. *Leitura, literatura infantil e ilustração*. Braga: Universidade do Minho, Centro de Estudos da Criança, 2002.
- Ward, Scott. *Consumer Socialization*. Journal of Consumer Research. vol.1 (Setembro), 1974, pp. 1- 14. In Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research. Journal of Consumer Research, ed. Deborah Roedder John, vol. 26 (Dezembro), 1999, pp. 183-207.
- Winnicott, D. W. *O brincar e a realidade*. Rio de Janeiro: Imago, 1975.

BIBLIOGRAFIA

ILUSTRAÇÃO

Camargo, Luís. *Ilustração do livro infantil*. Belo Horizonte: Ed. Lê, 1995.

Quental, Joana Pacheco. *A ilustração enquanto processo e pensamento*. Autoria e interpretação, Universidade de Aveiro Departamento de Comunicação e Arte, 2009.

Jalongo, Mary. *Young Children and Picture Books*. National Association for the Education of Young Children Washington, DC, 2nd Edition, 2004.

O JOGO E A EDUCAÇÃO INFANTIL

Broügere, Gilles. *Jogo e educação*. Trad. Patrícia Ramos. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

Kishimoto, T. (Org.) *Jogo, brinquedo, brincadeira e a educação*. 4ª ed. São Paulo: Cortez, 2000.

DESIGN EDITORIAL

Lins, Guto. *Livro infantil?: Projeto gráfico, metodologia, subjetividade*. São Paulo: Edições Rosari, 2003.

Pacheco, José. *A divina arte negra e o livro português*. Vega, Lisboa, 1989.

Paiva, Ana Paula. *A aventura do livro experimental*. Autêntica Editora, São Paulo: Edusp, 2010.

Sender, Rufus Butler. *Galope!* Trad. Virginie Leite. Rio de Janeiro: Sextante, 2007.

LITERATURA INFANTIL

Abramovich, F. *Literatura Infantil, Gostosuras e Bobices*. Editora Scipione, 1989.

Pires, Maria. *História da literatura infantil portuguesa*. Editorial Vega, Lisboa, 1982.

COMUNICAÇÃO VISUAL

Munari, Bruno. *Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática*. Trad. Daniel Santana. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

PRODUÇÃO GRÁFICA

Ambrose, Gavin & Paul Harris. *Impressão & Acabamento*. Trad. Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Barbosa, Conceição. *Manual prático de produção gráfica: Para produtores gráficos, designers e directores de arte*. Principia Publicações Universitárias e Científicas. Cascais, 2004.

Villas-boas, André. *Produção gráfica para designers*. 3ª ed. ampliada. Rio de Janeiro, 2008.

OUTROS

Munari, B. *Das Coisas Nascem Coisas*. Lisboa: Edições 70, 1981.

Faria, M. & Pericão. *Dicionário do livro: da escrita ao livro electrónico*. Almedina, Coimbra, 2008.

PÁGINAS WEB

Edicare Editora, acessido a 2 de Dezembro de 2013, em <<http://edicare.pt/>>.

Planeta Tangerina, acessido a 2 de Dezembro de 2013, <<http://www.planetatangerina.com/pt/>>.

Blog Planeta Tangerina, acessido a 2 de Dezembro de 2013, <<http://planeta-tangerina.blogspot.pt/>>.

Bruaá Editora, acessido a 4 de Janeiro de 2014, em <<http://www.bruaa.pt/>>.

Kalandraka Editora, acessido a 4 de Janeiro de 2014, em <<http://www.kalandraka.com/pt/projeto-kalandraka-livros-para-sonhar/>>.

Casa da Leitura, acessido a 6 de Janeiro de 2014, em <<http://www.casadaleitura.org/>>.

Plano Nacional de Leitura, acessido a 6 de Janeiro de 2014, em <<http://www.planonacionaldeleitura.gov.pt/index1.php>>.

Revista Educação, acessido a 6 de Janeiro de 2014, em <<http://revistaeducacao.uol.com.br/>>.

GATAfunho Editora, acessido a 7 de Janeiro de 2014, em <<http://editoragatafunho.blogspot.pt/>>.

Tcharan, acessido a 7 de Janeiro de 2014, em <<http://www.tcharan.pt/>>.

Cria Cria, acessido a 8 de Janeiro de 2014, em <<http://criacria.com/>>.

GLOSSÁRIO

A

ARTE-FINAL

Acabamento final de um trabalho destinado à produção gráfica, com indicações referentes a áreas de cor, retículas, fotografias, ampliações, reduções, etc. Qualquer trabalho pronto para ser reproduzido.

B

BLEED

É um termo gráfico que significa margem no processo de impressão. É o excesso que resulta no corte final do trabalho. O *bleed* irá evitar que o trabalho fique com margens brancas (zonas não impressas) devido ao movimento do papel durante o corte na guilhotina ou ligeiras deformações deste.

BRIEFING

Resumo; série de referências fornecidas que contém informações sobre o produto ou objecto a ser trabalhado e os seus objectivos. O *briefing* sintetiza os objectivos a ter em conta para o desenvolvimento do trabalho.

BRAINSTORMING

Ou “tempestade de ideias”, é uma técnica desenvolvida para explorar a potencialidade criativa de um indivíduo ou de um grupo. É utilizado com o objectivo de desenvolver novas ideias ou projectos, para juntar informação e para estimular o pensamento criativo.

C

CMYK

Cyan, Magenta, Yellow, Black (ou ciano, magenta, amarelo e preto). Sistema de composição

de cores primárias usadas na impressão de policromias. Quando os pontos destas cores são combinados em diferentes densidades, obtém-se uma grande variação de cores.

D

DOODLE/DOODLING

É uma palavra inglesa para referir um tipo de esboço ou desenho realizado quando uma pessoa está distraída ou ocupada. A palavra portuguesa é “rabisco”. São desenhos simples que podem ter significado concreto de representação ou simplesmente representar formas abstratas.

G

GRÁFICA

Uma gráfica é uma entidade prestadora de serviços cuja função é transferir tinta para um substrato (papel, plásticos, etc...) através de um sistema de impressão.

L

LAYER

No âmbito do design gráfico o termo *layer* utiliza-se para descrever diversos níveis onde são colocados elementos gráficos.

LAYOUT

Organização de elementos gráficos que dão origem a uma composição.

LOGÓTIPO

É uma representação gráfica que se refere ao nome e ao conceito particular de uma marca com o recurso tipográfico.

M**MAQUETA**

Nas artes gráficas é um projecto de uma composição gráfica (ex.: maquete de uma página, maquete de um livro).

O**OFFSET**

Processo de impressão por duplo decalque, em que a forma imprime sobre uma chapa de caucho que depois se reproduz no papel.

OZALIDE

Impressão em papel que corresponde à última prova de um trabalho antes de ser definitivamente impresso, isto é, antes de se fabricar a chapa que dará entrada nas máquinas de *offset*.

P**PANTONE**

É uma cor directa ou sólida. A Pantone é uma referência universal de cores para impressão gráfica e define a composição das tintas.

PROVA DE COR

A prova de cor é um dos principais testes do processo de impressão. A partir destas podemos constatar e validar se o arquivo digital foi produzido adequadamente.

PÚBLICO-ALVO

É o conjunto de todas as pessoas para quem o produto se destina. Sinónimos de público-alvo: consumidor, *target* e utilizador.

S**STENCIL**

Material plano e fino, que permite imprimir e reproduzir algo numa superfície através das aberturas ou cortes que se preenchem com tinta.

SUBBUTEO

Jogo popular de futebol de tabuleiro. A mecânica do jogo caracteriza-se por toques sucessivos entre os vários elementos das equipas, apoiados numa superfície redonda difícil de controlar.

T**TIPOGRAFIA**

Processo de composição de um texto em chumbo ou digital com tipos.

TRANSFER

O *transfer* permite imprimir, sem limite de cores, sobre um papel especial que será aplicado sobre o artigo através da pressão e do calor. Através desta técnica de impressão conseguimos fazer uma grande variedade de impressões que de outra forma seriam extremamente difíceis de reproduzir.

8. ANEXOS

ANEXO A

Cartas da Coleção *Aprender*

- Fotografia das cartas impressas da coleção *Aprender* (em baixo).
- *Layout* da frente e verso da carta com figuras geométricas e numeração romana (página seguinte, em cima).
- *Layout* da frente e verso da carta com a tabuada de multiplicar (página seguinte, em baixo).




FIGURAS GEOMÉTRICAS




	Círculo	
	Triângulo	3 lados
	Quadrado	4 lados
	Rectângulo	4 lados
	Pentágono	5 lados
	Hexágono	6 lados
	Heptágono	7 lados
	Octógono	8 lados

NUMERAÇÃO ROMANA



aprender

1	I	16	XVI	400	CD
2	II	17	XVII	500	D
3	III	18	XVIII	600	DC
4	IV	19	XIX	700	DCC
5	V	20	XX	800	DCCC
6	VI	30	XXX	900	CM
7	VII	40	XL	1000	M
8	VIII	50	L	2000	MM
9	IX	60	LX	5000	V̄
10	X	70	LXX	10 000	X̄
11	XI	80	LXXX	50 000	L̄
12	XII	90	XC	90 000	XC̄
13	XIII	100	C	100 000	C̄
14	XIV	200	CC	500 000	D̄
15	XV	300	CCC	1000 000	M̄

www.edicare.pt  edicare



WWW.EDICARE.PT  edicare

aprender

TABUADA

1 x 1 = 1	1 x 2 = 2	1 x 3 = 3	1 x 4 = 4
2 x 1 = 2	2 x 2 = 4	2 x 3 = 6	2 x 4 = 8
3 x 1 = 3	3 x 2 = 6	3 x 3 = 9	3 x 4 = 12
4 x 1 = 4	4 x 2 = 8	4 x 3 = 12	4 x 4 = 16
5 x 1 = 5	5 x 2 = 10	5 x 3 = 15	5 x 4 = 20
6 x 1 = 6	6 x 2 = 12	6 x 3 = 18	6 x 4 = 24
7 x 1 = 7	7 x 2 = 14	7 x 3 = 21	7 x 4 = 28
8 x 1 = 8	8 x 2 = 16	8 x 3 = 24	8 x 4 = 32
9 x 1 = 9	9 x 2 = 18	9 x 3 = 27	9 x 4 = 36
10 x 1 = 10	10 x 2 = 20	10 x 3 = 30	10 x 4 = 40
11 x 1 = 11	11 x 2 = 22	11 x 3 = 33	11 x 4 = 44
12 x 1 = 12	12 x 2 = 24	12 x 3 = 36	12 x 4 = 48

1 x 5 = 5	1 x 6 = 6	1 x 7 = 7
2 x 5 = 10	2 x 6 = 12	2 x 7 = 14
3 x 5 = 15	3 x 6 = 18	3 x 7 = 21
4 x 5 = 20	4 x 6 = 24	4 x 7 = 28
5 x 5 = 25	5 x 6 = 30	5 x 7 = 35
6 x 5 = 30	6 x 6 = 36	6 x 7 = 42
7 x 5 = 35	7 x 6 = 42	7 x 7 = 49
8 x 5 = 40	8 x 6 = 48	8 x 7 = 56
9 x 5 = 45	9 x 6 = 54	9 x 7 = 63
10 x 5 = 50	10 x 6 = 60	10 x 7 = 70
11 x 5 = 55	11 x 6 = 66	11 x 7 = 77
12 x 5 = 60	12 x 6 = 72	12 x 7 = 84

1 x 8 = 8	1 x 9 = 9	1 x 10 = 10
2 x 8 = 16	2 x 9 = 18	2 x 10 = 20
3 x 8 = 24	3 x 9 = 27	3 x 10 = 30
4 x 8 = 32	4 x 9 = 36	4 x 10 = 40
5 x 8 = 40	5 x 9 = 45	5 x 10 = 50
6 x 8 = 48	6 x 9 = 54	6 x 10 = 60
7 x 8 = 56	7 x 9 = 63	7 x 10 = 70
8 x 8 = 64	8 x 9 = 72	8 x 10 = 80
9 x 8 = 72	9 x 9 = 81	9 x 10 = 90
10 x 8 = 80	10 x 9 = 90	10 x 10 = 100
11 x 8 = 88	11 x 9 = 99	11 x 10 = 110
12 x 8 = 96	12 x 9 = 108	12 x 10 = 120

ANEXO B***Craques da Bola: Teste***

- Segunda versão do teste *Craques da Bola* corrigido (esquerda).
- Cábula com respostas certas para correção dos testes por parte dos colaboradores (direita).



RESPONDE ÀS PERGUNTAS E GANHA PRÉMIOS

ÉS UM CRAQUE DA BOLA?



1 Onde nasceu Cristiano Ronaldo? (RODEIA)
a. Porto Santo b. Funchal c. Machico

2 Que antigo jogador é Presidente da UEFA?
não sei

3 Quantos países já ganharam o Mundial desde o início da competição? (RODEIA)
a. Seis b. Oito c. Dezoito

4 David Beckham ganhou a Liga dos Campeões por que clube? (RODEIA)
a. Man. Utd b. Real Madrid c. PSG

5 Este emblema pertence a que clube?
Arsenal



6 Qual destes jogadores não ganhou a Bola de Ouro? (RODEIA)
a. C. Ronaldo b. Kaká c. Iniesta

RESPONDE ÀS PERGUNTAS E GANHA PRÉMIOS

CÁBULA

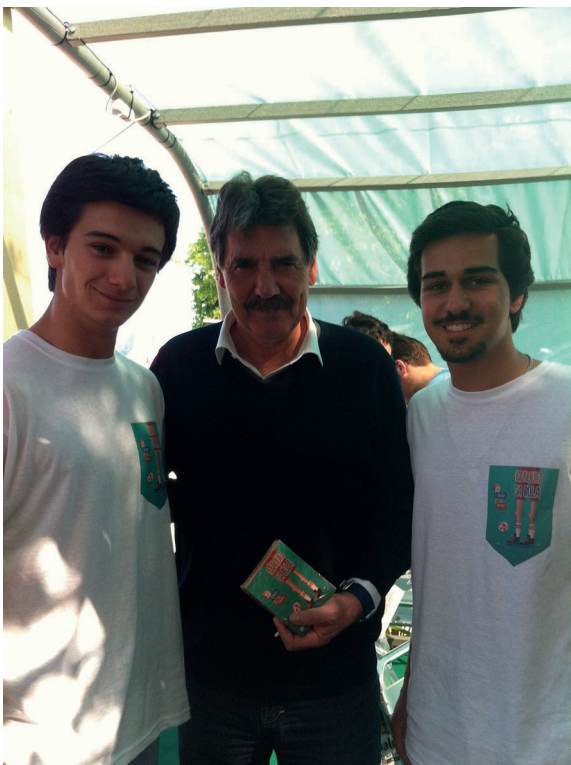
1. Funchal
2. Platini
3. Oito
4. Man. Utd.
5. Arsenal
6. Iniesta

RESPONDE ÀS PERGUNTAS E GANHA PRÉMIOS

ANEXO C

Craques da Bola: Feira do Livro de Lisboa

- Mostruário do produto (em cima).
- Toni do Sport Lisboa e Benfica com dois colaboradores da Edicare, vestidos com as *tshirts* dos *Craques da Bola* (em baixo, à esquerda).
- *Beachflag Craques da Bola* (em baixo, à direita).



ANEXO D

Experiências com os *stencils* do livro *Fazer a cama*

- Utilização de canetas de feltro numa das folhas-base (coluna da esquerda).
- Utilização de tintas e esponja numa das folhas-base (coluna da direita).
- Utilização de tintas e esponja numa folha em branco (página 194).

