UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

ANNA BEATRIZ DO NASCIMENTO ABITBOL

LIVRO DE RECEITAS:
DESIGN EMOCIONAL COMO FERRAMENTA NO DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS EDITORIAIS

Florianópolis

2023

ANNA BEATRIZ DO NASCIMENTO ABITBOL

LIVRO DE RECEITAS:
DESIGN EMOCIONAL COMO FERRAMENTA NO DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS EDITORIAIS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Goulart Tredezini Straioto

Florianópolis

2023

ANNA BEATRIZ DO NASCIMENTO ABITBOL

LIVRO DE RECEITAS:
DESIGN EMOCIONAL COMO FERRAMENTA NO DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS EDITORIAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Bacharel em Design e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Florianópolis, 27 de Junho de 2023.

_____

Prof. Ricardo Goulart Tredezini Straioto, Dr.
Universidade do Sul de Santa Catarina

_____

Prof. Claudio Henrique da Silva
Universidade do Sul de Santa Catarina

_____

Prof. Roberto Forlin Pereira
Universidade do Sul de Santa Catarina

Dedico esse trabalho a minha mãe, a pessoa que me ensinou a sentir tudo que uma pessoa é capaz de sentir. Minha musa inspiradora, para sempre.

AGRADECIMENTOS

Quero começar agradecendo a minha família, meus pais Allan, Karla, Priscilla e meus irmãos por me ensinarem a ser tudo o que eu sou e enxergar o mundo com amor, carinho e dedicação. Sem vocês, esse trabalho não seria possível.

Um agradecimento especial para minha avó Rose por ter me ajudado nesse processo de reviver momentos e por sempre me apoiar e se emocionar com tudo o que fazemos juntas. E um agradecimento especial também para Marina, a pessoa que sempre está presente em todos os momentos e que acreditou nesse projeto e em mim.

Esse agradecimento não seria completo se eu não citasse as pessoas que escolhi como família, meus amigos, em especial Fernanda, Brenda, Mônica e George. Agradeço por sempre acreditarem em mim e me ajudarem em todos os âmbitos da minha vida, principalmente por tornarem essa montanha-russa de emoções que é viver mais fácil, leve e incrível.

Por último, gostaria de agradecer aos meus professores, em especial ao professor Ricardo, pelo suporte e orientação durante todos esses anos na universidade. Obrigada por me ensinar tanto sobre realmente amar e aproveitar cada parte do processo de Design, algo que levarei para sempre.

"A coragem nada mais é que o acúmulo de pequenos passos. " - Gyötgy Konrád

RESUMO

Esse trabalho de conclusão de curso se concentra no desenvolvimento gráfico e editorial do livro “Uma pitada de amor: Receitas para criar memórias" de autoria da própria autora, com o intuito de desenvolver layouts base para a posterior produção física do livro. Para a realização do trabalho, buscou-se por meio da pesquisa bibliográfica conceitos, métodos e técnicas que auxiliassem no processo de compreensão e valorização do produto final. Para isso, utilizou-se a combinação entre a metodologia do Design thinking: Inovação em negócios e a metodologia do Bruno Munari, com o foco do projeto centrado na identificação e produção para o público-alvo.

Palavras-chave: Design editorial, Livro de receitas, Design emocional

ABSTRACT

This course completion project focuses on the graphic and editorial development of the book "A Pinch of Love: Recipes to Create Memories", authored by the author herself, with the intention of developing base layouts for the later physical production of the book. To base this work, concepts, methods, and techniques were gathered through bibliographic research to assist in the process of understanding and valuing the final product. For this purpose, the methodologies used were a combination of the Design Thinking: Innovation in Business and Bruno’s Munari, in order to make a project focused on identification and production for the target audience.

Keywords: Editorial Design, Cookbook, Emotional Design

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Etapas do processo de desenvolvimento do projeto..... 18
FIGURA 2 – Níveis de fidelidade.....19
FIGURA 3 – Níveis de contextualidade.....19
FIGURA 4 – Metodologia Bruno Munari 20
FIGURA 5 – Metodologias combinadas.....21
FIGURA 6 – Divisão áurea de Tschichold..... 31
FIGURA 7 – Organização de conteúdo..... 31
FIGURA 8 – Classificações tipos 32
FIGURA 9 – Ranking por avaliações na Amazon.....36
FIGURA 10 – Análise de concorrentes.....37
FIGURA 11 – Personas.....39
FIGURA 12 – Painel semântico produto 41
FIGURA 13 – Espelho Editorial.....42
FIGURA 14 – Esboços layout das páginas.....43
FIGURA 15 – Versão 1 44
FIGURA 16 – Versão 2.....45
FIGURA 17 – Versão 3.....46
FIGURA 18 – Comparação Versões.....47
FIGURA 19 – Comparação Versões Design Emocinal.....47
FIGURA 20 – Mockup versão final.....48

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Elementos da linguagem visual……...27

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO..... 13
1.1 PROBLEMÁTICA..... 14
1.2 OBJETIVOS..... 15
1.2.1 Objetivo geral..... 15
1.2.2 Objetivos específicos..... 15
1.3 JUSTIFICATIVA..... 15
1.4 METODOLOGIA..... 16
1.4.1 Pesquisa-ação..... 16
1.4.2 Metodologias projetuais..... 17
1.5 DELIMITAÇÃO..... 21
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... 22
2.1 LIVROS DE RECEITA: HISTÓRIA E FAMÍLIA..... 22
2.1.1 Livros de receita e a história..... 22
2.1.1 Livros de receita e a família..... 23
2.2 DESIGN EMOCIONAL..... 23
2.2.1 Os três níveis: visceral, comportamental e reflexivo 24
2.3 DESIGN GRÁFICO E ELEMENTOS VISUAIS..... 25
2.3.1 Sintaxe da linguagem visual 26
2.4 DESIGN EDITORIAL..... 29
2.2.1 Componentes de um livro..... 29
2.2.1.1 Suporte..... 30
2.2.1.2 Grade de construção..... 30
2.2.1.3 Tipografia..... 31
2.2.1.4 Imagem 32
3. DESENVOLVIMENTO..... 35
3.1 IMERSÃO..... 35
3.1.1 Problema..... 35
3.1.2 Definição do problema..... 35

3.1.3 Componentes do problema..... 35
3.1.4 Coleta de dados..... 36
3.1.4.1 Análise de concorrentes..... 36
3.1.4.2 Formulário..... 37
3.2 IDEAÇÃO..... 38
3.2.1 Análise de dados..... 38
3.2.1.1 Personas..... 39
3.2.2 Criatividade..... 41
3.2.3 Materiais/tecnologias..... 42
3.2.3.1 Espelho Editorial..... 42
3.3 PROTOTIPAÇÃO..... 43
3.3.1 Experimentação..... 43
3.3.2 Modelos..... 43
3.3.2.1 Versão 1..... 43
3.3.2.2 Versão 2..... 44
3.3.2.3 Versão 3..... 45
3.3.3 Verificação..... 46
3.3.4 Solução..... 47
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 49
REFERÊNCIAS..... 50
APÊNDICES..... 52

1. INTRODUÇÃO

O registro culinário desempenha um papel fundamental na preservação e transmissão das tradições gastronômicas ao longo do tempo. A culinária é mais do que apenas a execução de receitas; envolve histórias, memórias e culturas. O registro de receitas, ingredientes, técnicas e até mesmo a evolução dos gostos e costumes alimentares é essencial para garantir que o conhecimento culinário seja compartilhado e perpetuado para as futuras gerações.

Somado a isso, o registro culinário também é uma forma de expressão artística, onde as receitas podem refletir a criatividade e a identidade de uma família, comunidade ou região. O registro culinário é uma valiosa fonte de inspiração e aprendizado para antropólogos, chefs e entusiastas da culinária, ajudando a preservar a riqueza da diversidade e a compreender a importância cultural e social dos alimentos em nossas vidas.

Segundo Rafael Cardoso (2011, p. 72), ”Nossa sociedade industrial, cuja existência se pauta fundamentalmente em sua capacidade de produzir artefatos, resiste paradoxalmente a se engajar na tarefa de compreender o sentido deles”. Ao compreender o pensamento do autor, é possível associar o papel do design dentro do processo de produção editorial como um mediador entre artefatos e o sentido que ele pretende transmitir para o público.

Ao analisar o que de imediato torna um produto editorial emocionalmente apelativo para o usuário, espera-se que o receptor desse produto seja capaz de entender e se identificar, seja consciente ou inconscientemente, com os elementos visuais que foram usados para representar o conteúdo do livro. Como destacado por Norman (2004, p. 31):

> Tanto o afeto quanto a cognição são sistemas de processamento de informações, mas possuem funções diferentes. O sistema afetivo faz julgamentos e rapidamente ajuda você a determinar as coisas no ambiente que são perigosas ou seguras, boas ou más. O sistema cognitivo interpreta e explica o sentido lógico do mundo.

Nesse contexto, o design emocional pode ser uma estratégia eficaz para valorização do processo de produção de livros de receitas. Através de uma perspectiva estratégica e criativa, visando o aumento do apelo emocional e estético. Ao compreender a essência do conteúdo do livro e o seu público-alvo, é possível explorar gatilhos proporcionados pelo design emocional, utilizando recursos gráficos e editoriais como fotografias, ilustrações, diagramação, tipografia, cores e texturas.

1.1 PROBLEMÁTICA

A criação de um design de livro físico de receitas apresenta desafios significativos na era atual da indústria editorial. Enquanto muitos livros de receitas são disponibilizados em formato digital, a maioria ainda é publicada em formato físico, e as expectativas dos consumidores em relação a esse formato estão evoluindo rapidamente.

Os livros de receitas geralmente têm como objetivo fornecer uma coleção de receitas e explicações culinárias, entretanto a apresentação dessas informações podem influenciar na compreensão e no valor que o consumidor irá atribuir ao produto. A abordagem do design emocional, tem como intuito auxiliar no processo projetual de criação de designs que transmitem emoções e sentimentos para os usuários, tornando a experiência mais agradável, satisfatória e assertiva .

A proposta de desenvolvimento gráfico do livro "Um pitada de amor: receitas para criar memórias", surgiu de uma tradição culinária de mais de 50 anos dentro da família da autora que resultou em um compilado de receitas e histórias. Atualmente, a família se deparou com a necessidade de desenvolver esse produto físico visando tanto um material de registro histórico/familiar, como um produto a ser monetizado.

Diante desse contexto, este projeto busca explorar a aplicação do design emocional em livros de receitas e entender como os usuários percebem e respondem a esse tipo de design. O estudo tem como hipótese norteadora, como um design eficiente pode ser utilizado para destacar um produto editorial dentro do mercado de livros culinários?. Visando contribuir para o desenvolvimento de estratégias de design eficazes para esse segmento atenda às necessidades intrínsecas dos usuários e, ao mesmo tempo, proporcionem uma experiência de uso agradável e envolvente.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Desenvolver o projeto gráfico do livro de receitas "Um pitada de amor: receitas para criar memorias".

1.2.2 Objetivos específicos

1. Conceituar Livros de Receitas sob a ótica do design editorial e do design emocional;
2. Analisar concorrentes no mercado gráfico e de livros de receitas no Brasil;
3. Elaborar e simular versões do projeto gráfico do livro;
4. Diagramar do livro e montar mockup

1.3 JUSTIFICATIVA

Segundo Wordsrated (2022), são publicados de forma tradicional em torno de 500,000 a 1 milhão de livros por ano. Esses números comprovam a importância do design no processo de diferenciação em um mercado tão amplo como o editorial, em outras palavras, o que realmente faz um consumidor escolher um livro e como o design pode acionar gatilhos que melhorem tanto a experiência desse consumidor no processo de escolha como o aumento da percepção de valor sobre o conteúdo do livro.

Diante da necessidade da escolha do tema, optou-se pelo desenvolvimento da temática que engloba três diferentes e complementares formas de conceituar e abordar o design de criação de produtos editoriais. Design editorial e gráfico como bases complementares buscando uma ampla compreensão sobre especificações da combinação do processo de representação visual do conteúdo por meio do estudo de cor, tipografia, fotografia, ilustrações e diagramação.

Somado a essas duas frentes teóricas e práticas, o projeto também contemplará o estudo e aplicação de uma ferramenta de validação do usuário baseada nos princípios do Design emocional, com o intuito de gerar projetos com maior assertividade perante o mercado.

O projeto surge também, como uma oportunidade para a autora de ampliar o conhecimento sobre a história da culinária dentro da sua família e conseguir transformar uma seleção de receitas, dicas e memórias, em um livro de receitas intitulado "Um pitada de amor: receitas para criar memórias", que terá um papel de não apenas um produto comercializado mas também de um registro histórico familiar.

Além da oportunidade de aplicação de conhecimento práticos e teóricos adquiridos ao longo dos anos de graduação e o aprimoramento de habilidades da autora na área do Design Editorial, o objetivo desse projeto é criar uma representação gráfica de anos de estudo e prática no meio culinário e como uma forma de homenagear a mãe e a avó da autora.

1.4 METODOLOGIA

Nesta seção, serão descritos os procedimentos metodológicos adotados para a realização deste trabalho. A pesquisa será desenvolvida a partir de uma abordagem qualitativa, utilizando como metodologia a pesquisa-ação e a combinação do Design Thinking e da metodologia do autor Bruno Munari.

1.4.1 Pesquisa-ação

Segundo Gil (2022, p. 54):

> O termo pesquisa-ação foi cunhado em 1946 por Kurt Lewin ao desenvolver trabalhos que tinham como propósito a integração de minorias étnicas à sociedade norte-americana. Assim, definiu pesquisa-ação como a pesquisa que não apenas contribui para a produção de livros, mas também conduz à ação social.

A metodologia pesquisa-ação consiste em diagnosticar um problema dentro de seu contexto específico, com intuito de produzir um resultado prático. Neste estudo, será realizado o uso de formulários e entrevistas , visando identificar como o design emocional pode ser utilizado no desenvolvimento de projetos editoriais.

Essa abordagem de pesquisa é dividida em nove fases, inicia-se com a fase exploratória onde é realizada uma extensa pesquisa bibliográfica sobre o design emocional e a sua aplicação e impacto no desenvolvimento de produtos editoriais. Com base na pesquisa realizada, será utilizado um formulário com objetivo de coletar informações sobre um grupo não delimitado previamente e a sua relação com a leitura, culinária e sua percepção sobre alguns elementos gráficos que estarão presentes dentro deste processo. Somado a isso, algumas entrevistas com pessoas envolvidas na criação do conteúdo do livro que será produzido.

Após essa coleta de dados bibliográficos e do levantamento realizado, ocorrerá a seleção da amostra e a análise e interpretação dos dados. Com isso, será realizada a construção da hipótese com o intuito de indicar as possíveis soluções para o problema delimitado.

1.4.2 Metodologias projetuais

Utilizando o conceito aplicado por Tim Brown (2010, p. 8):

> O design thinking se baseia em nossa capacidade de ser intuitivos, reconhecer padrões, desenvolver ideias que tenham um significado emocional além do funcional, expressar-nos em mídias além de palavras ou símbolos.

O Design Thinking aplicado no projeto se baseia em um processo iterativo, em que o desenvolvimento é construído por meio de empatia, colaboração e experimentação. Neste projeto, o Design Thinking será utilizado como uma metodologia projetual para o desenvolvimento de pesquisas, ideias e produtos que tem o usuário como parte ativa do processo de criação. Criando a conexão necessária para um resultado mais assertivo mediante ao público final.

Utilizando as etapas do Design Thinking (VIANNA, Maurício et al, 2018), o processo é dividido em três etapas: imersão, ideação e prototipação.

Figura 1 - Etapas do processo de desenvolvimento do projeto.

Fonte: VIANNA, Maurício et al (2018, p. 18)

Na etapa de imersão, é dividida em duas fases: a preliminar e a de profundidade. A primeira, com o objetivo de entendimento do problema, faz parte dela toda a pesquisa bibliográfica, pesquisa desk e exploratória. Com essas informações coletadas, possuindo já o briefing é possível entrar na segunda fase. Consiste no estudo direto dos atores e do assunto estudado, fazem parte dela entrevistas e geração de mapa de empatia.

Após a conclusão das duas etapas, inicia-se o processo de análise e síntese das informações obtidas. Dentro dessa etapa, são utilizadas ferramentas como cartões de insights, diagrama de afinidade, mapa conceitual e divisão das pessoas.

Na etapa de ideação, com a síntese de todas as informações coletadas previamente e como guia da geração de alternativas, será desenvolvido o espelho editorial que contém os layouts base para serem desenvolvidos. Serão então, geradas ideias para solucionar a necessidade identificado a partir dos materiais gerados na fase de imersão. Fazem parte dessa etapa ferramentas como, brainstorm e matriz de posicionamento.

Na etapa de prototipação, serão desenvolvidos protótipos visando a validação das ideias geradas. Podendo ser esse protótipo de baixa, média ou alta fidelidade e

de restrita, geral, parcial ou total contextualidade, como explicado na Figura 2 e 3. Sendo a entrega do projeto um protótipo, do espelho editorial, de média fidelidade com contextualização geral.

Figura 2 - Níveis de fidelidade

Fonte: VIANNA, Maurício et al (2018 p. 123)

Figura 3 - Níveis de contextualidade

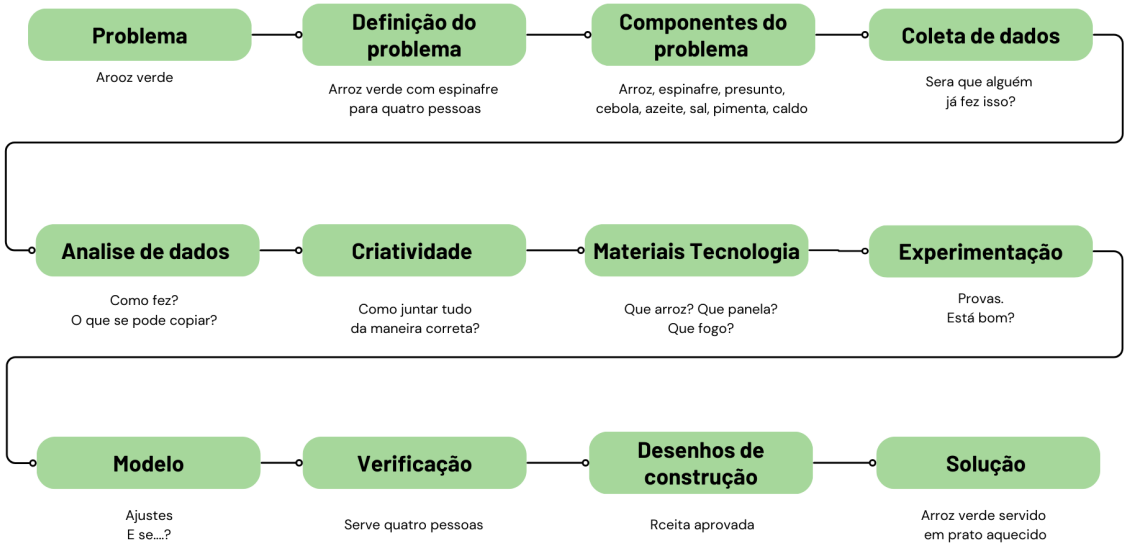
Fonte: VIANNA, Maurício et al (2018, p. 123)

Visando uma abordagem criativa e experimental para geração de ideias e soluções de design, utilizou-se a metodologia de Bruno Munari.

> O método projetual não é mais do que um série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica, ditada pela experiência. O seu objetivo é o de se atingir o melhor resultado com o menor esforço.Munari (2008, p. 20)

O autor defende a importância de observar o mundo com um olhar curioso e exploratório, buscando compreender como as coisas são feitas e como funcionam e acredita que a inspiração pode ser encontrada no cotidiano, nos objetos e nas situações mais simples. Sendo assim, utiliza a explicação de uma receita de arroz verde para exemplificar a divisão de doze passos da sua metodologia (Figura 4) com o intuito de delimitar cada momento do projeto e garantir a tomada de decisões criativas em harmonia com a proposta e necessidades apresentadas pelo projeto.

Figura 4 - Metodologia Bruno Munari



Fonte: Adaptação Autora (2023)

Com o intuito de esclarecer as etapas propostas no modelo do Design Thinking, e consequentemente um projeto com maior definição e especificações foi proposta uma combinação das duas metodologias projetuais como apresentado na Figura 5. Ao combinar as duas metodologias, desenvolve-se um processo estrategicamente delimitado. Contando com a etapa de imersão dividida em quatro fases (problema, definição do problema, componentes do problema e coleta de dados) de esclarecimento do problema , durante esse conjunto de fases é delimitado as informações que se tem sobre o projeto e as informações que precisam ser adquiridas.

Durante a etapa de ideação, as três fases (análise de dados, criatividade e materiais/tecnologias) tem o foco em assimilar as informações e desenvolver o processo visual que irá servir de base para a etapa seguinte.

Na etapa de prototipação, as quatro fases (experimentação, modelo, verificação e solução) possuem o foco na produção de opções que solucionem o problema, na validação dos pontos cruciais que tornam as soluções diferentes entre si e na escolha do produto final.

Figura 5 - Metodologias combinadas

FASE DESIGN THINKING	FASE MUNARI
Imersão	Problema
	Definição do problema
	Componentes do problema
	Coleta de dados
Ideação	Analise de dados
	Criatividade
	Materiais Tecnologia
Prototipação	Experimentação
	Modelo
	Verificação
	Solução

Fonte: Autora (2023)

1.5 DELIMITAÇÃO

Delimitou-se o projeto ao desenvolvimento da diagramação e criação de mockups da estrutura base do livro físico "Um pitada de amor: receitas para criar memórias". Essa delimitação ocorrerá por conta da curadoria do conteúdo escrito em sua totalidade e o prazo de produção do protótipo impresso ultrapassarem os prazos estipulados pela disciplina para a entrega dos resultados finais do projeto, de acordo com o cronograma proposto no Apêndice A.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Visando a compreensão sobre os conceitos usados de base e abordados durante a produção desse trabalho, serão apresentados a seguir fundamentos do design gráfico, design editorial e design emocional.

2.1 LIVROS DE RECEITA: HISTÓRIA E FAMÍLIA

Segundo Flandrin (1998), durante a Idade Média os franceses começaram o costume de escrever receitas à base de peixes e caça. Mas foram os italianos, que publicaram os primeiros livros de receitas tais quais são nos dias atuais.

Escritos por chefes de cozinha, o primeiro livro italiano de receitas já dispunha de ingredientes e suas quantidades, bem como o modo de preparo e algumas ilustrações. Publicado em Veneza, em 1539, o intitulado *Le Bastiment de recettes* era uma compilação de sobremesas elaboradas feitas pelos chefes que acompanhavam Catarina de Médicis – nobre italiana, que se tornou rainha consorte da França.

2.1.1 Livros de receita e a história

Os livros de receitas têm uma longa história como um meio de registro sociocultural de uma sociedade. Como aponta Santos (2011, p. 108): “o alimento constitui uma categoria histórica, pois os padrões de permanências e mudanças dos hábitos e práticas alimentares têm referências na própria dinâmica social”.

Eles podem ser vistos como um documento da cultura oral e uma história social. Esses livros são mais do que apenas uma coleção de receitas, eles também refletem a cultura e as tradições de uma determinada região ou época. (Flandrin, 1998)

Ao longo dos séculos, a cultura culinária evoluiu e os livros de receita se tornaram cada vez mais populares. No século XIX, com o advento da impressão em larga escala, os livros de receita se popularizaram ainda mais, tornando-se acessíveis a um público mais amplo. Autores como Isabella Beeton (1861), com seu livro "Mrs Beeton's Book of Household Management" , tiveram um papel importante na disseminação de receitas e dicas culinárias entre as donas de casa da época. A

origem desses livros demonstra a importância de preservar e compartilhar a sabedoria culinária ao longo do tempo, transmitindo não apenas receitas, mas também histórias e tradições gastronômicas.

2.1.1 Livros de receita e a família

Segundo Barros (1989, p.7), “A transmissão de bens simbólicos às gerações seguintes situa a família como o lugar dessa passagem, fazendo de cada descendente o alvo e ao mesmo tempo o veículo da preservação dos valores familiares”. O autor destaca a importância do registro familiar no processo de reconstrução do passado que vem do fato da família ser, simultaneamente, o objeto das recordações e o espaço em que essas tendem a ser relembradas, como é colocado por Zinsser (2006, p.281):

> Uma das sentenças mais tristes que conheço é ‘eu gostaria de ter perguntado a minha mãe sobre isso’. Ou a meu pai. Ou a meu avô. Ou a minha avó. Como todos os pais sabem, os filhos não são tão fascinados pelas nossas vidas quanto nós somos. Somente quando eles têm seus próprios filhos – e sentem os primeiros sinais do avançar da idade – que de repente eles querem saber mais sobre sua herança familiar e todos os seus acréscimos de anedota e sabedoria.

Compostas pelas lembranças e percepções dos indivíduos ou que lhes foi repassado, às memórias familiares não pertencem somente aos que as vivenciaram, mas são entendidas como propriedades da família e parte de uma trajetória comum (SILVA & SILVA, 2009).

2.2 DESIGN EMOCIONAL

O design emocional é uma abordagem do design que busca criar produtos e serviços que despertem emoções positivas nos usuários. De acordo com Norman (2004, p. 38):

> Emoções, nós agora sabemos, mudam a maneira como a mente humana soluciona problemas - o sistema emocional muda a maneira como o sistema cognitivo opera. Assim, se a estética mudasse nosso estado emocional, isso explicaria o mistério.

O design emocional tem como objetivo criar experiências agradáveis e significativas para as pessoas, que vão além da simples funcionalidade do produto. Para Norman, o design emocional é baseado em três níveis de processamento: visceral, comportamental e reflexivo, que se relacionam com as emoções, o comportamento e a reflexão do usuário.

2.2.1 Os três níveis: visceral, comportamental e reflexivo

O nível visceral do processamento refere-se às emoções imediatas que uma pessoa sente ao entrar em contato com um produto. Essas emoções são influenciadas pela aparência, cores, texturas e outros aspectos sensoriais do produto. De acordo com Norman (2004, p. 89), "No nível visceral, aspectos físicos - aparência, toque e som - dominam.(...) Nesse campo, bons desenhos, limpeza e beleza desempenham um papel".

Dentro da produção editorial, esse nível está diretamente atrelado ao visual (capa e layouts de cada página) é o primeiro contato do usuário com o como aquele produto. É responsável por traduzir para o possível leitor o conteúdo presente no editorial.

O nível comportamental do processamento se refere ao modo como uma pessoa interage com o produto. Esse nível está relacionado à funcionalidade, compreensibilidade, usabilidade e a sensação física. Segundo Norman (2004, p.106):

> O design comportamental começa com a compreensão das necessidades do usuário, idealmente descobertas através da condução de estudos de comportamento relevantes em lares, escolas, locais de trabalho ou onde quer que o produto va ser realmente usado.

Tendo esse nível como referência, no design editorial, deve-se criar produtos que atendam as expectativas funcionais e que proporcionem uma experiência satisfatória ao usuário.

O nível reflexivo do processamento refere-se às emoções e pensamentos que uma pessoa tem após usar o produto. Esse nível está relacionado com a significância e o valor emocional que o produto possui para o usuário. Segundo

Norman (2004, p. 66): Aparência da superfície e utilidade comportamental desempenham papéis relativamente pequenos. O que realmente importa é a história da interação, as associações que as pessoas têm com os objetos e as lembranças que eles evocam.”. Ao utilizar essa abordagem o designer deve criar produtos que despertem emoções positivas, duradouras e que tenham um significado para o usuário.

O designer ao implementar o design emocional no seu processo de criação, se propõe a desenvolver de forma ativa produtos que sejam atraentes e envolventes visualmente, fáceis de usar e que despertem emoções positivas duradouras e um significado especial para o usuário, visando o impacto dos produtos no dia-a-dia do consumidor, como aponta o historiador Rafael Cardoso (2011, p. 15):

> Tais atribuições de valor remetem a experiências corporais e tendem, por conseguinte, a permanecer estáveis no tempo. Elas derivam não de processos de associação e comparação, mas da sensação física de conforto e bem-estar, que advém do uso e não passa necessariamente por qualquer tipo de reflexão.

2.3 DESIGN GRÁFICO E ELEMENTOS VISUAIS

O design gráfico está presente no dia-dia de milhões de pessoas, na internet, publicidade, embalagens, materiais impressos como jornais, panfletos e livros. Segundo Cardoso (2011, p. 62):

> Na origem de todo artefato, há um projeto. Seu propósito maior é embutir significados aos objetos: codificá-los com valores e informações que poderão ser depreendidos tanto pelo uso quanto pela aparência. Por meio da visualidade, o design é capaz de sugerir atitude

Segundo Hsuan-An (2017), o Design é uma profissão frequentemente multidisciplinar que busca, por meio da criação e desenvolvimento de produtos, conectar possíveis soluções estéticas ou funcionais para problemas, com as necessidades de seus usuários.

Para Joaquim Fonseca (2011, p. 203), O design é também o esforço criativo para resolver um problema, dentro do design gráfico esse processo ocorre por meio:

> (...) a solução do problema está na composição das partes envolvidas, ou seja, na maneira como os componentes, partes ou elementos são usados organizadamente para alcançar essa solução. Os elementos básicos da composição visual são linha, forma, textura, valor e cor, todos arranjados dentro de um espaço. As imagens, gráficos e fontes tipográficas são formados por esses elementos.

Na prática, o design envolve um processo criativo que passa por diversas etapas, desde a pesquisa e análise do problema até a concepção e produção da solução final. Somado a isso, é importante que o designer tenha conhecimentos técnicos e habilidades específicas para criar soluções funcionais e estéticamente atraentes. Para o designer gráfico Paul Rand (2017), o design é a relação entre forma e conteúdo. Dessa forma, o design deve equilibrar a estética com a funcionalidade, buscando sempre oferecer soluções que atendam às necessidades dos usuários de forma eficiente e elegante.

Conforme Löbach (2001), o Design é um processo criativo que envolve a combinação de elementos visuais e funcionais para alcançar um resultado estético e prático ao mesmo tempo. Com isso, o Design une prática, estética e simbolismo. Para que isso ocorra, é necessária a compreensão da utilização de elementos básicos da linguagem visual.

2.3.1 Sintaxe da linguagem visual

Para o desenvolvimento de soluções visuais eficazes, segundo Lupton e Phillips (2008, p. 13), “O ponto, a linha e o plano compõem os alicerces do design. Partindo desses elementos, os designers criam imagens, ícones, texturas, padrões, diagramas, animações e sistemas tipográficos”.

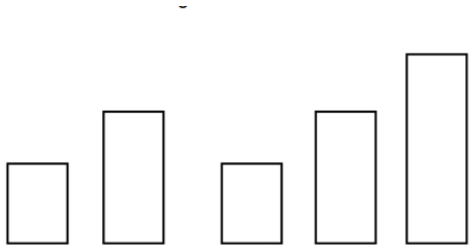
Segundo Paul Rand (2015, p.13), “O símbolo é, portanto, a linguagem comum entre o artista e o espectador.”. Sendo assim, a conexão e compreensão de cada elemento visual presente em um projeto gráfico-editorial, sendo necessária a sua exploração e compreensão para sua utilização

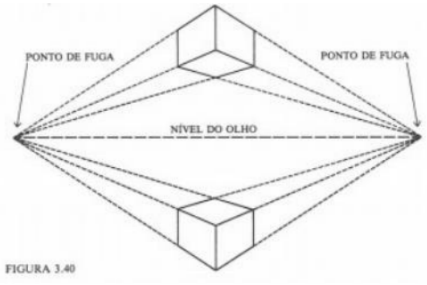
A sintaxe visual é um conceito importante para o design e envolve o uso de elementos visuais para criar uma linguagem visual coerente e efetiva. Essa linguagem é composta por diversos elementos, como formas, direção, tom, cor, escala, dimensão e movimento, que podem ser utilizados em conjunto para comunicar mensagens visuais de forma clara e impactante.

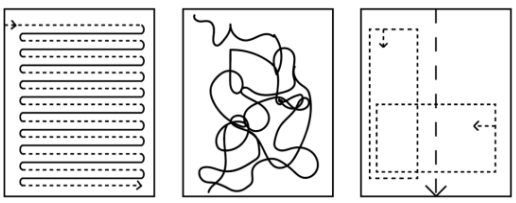
TABELA 1 – Elementos da linguagem visual

<table>
<tr><td colspan="2">Forma</td></tr>
<tr><td>
Fonte: Dondis (2003, p. 57)</td><td>Para Dondis (2003), existem 3 formas básicas: círculo, triângulo equilátero e quadrado, e cada uma delas pode despertar emoções como dinamicidade, seriedade e proteção.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Direção</td></tr>
<tr><td>
Fonte: Dndis (2003)</td><td>Através da direção de linhas e formas é possível criar um senso de movimento e orientação, direcionando o olhar do espectador para onde se deseja. Segundo Leborg (2015, p.49), “a direção de um movimento pode ser definida pela linha que leva do ponto inicial do movimento ao seu ponto final presumido.”</td></tr>
<tr><td colspan="2">Cor</td></tr>
<tr><td>

Fonte: Ambrose e Harris (2012)</td><td>Ferramenta poderosa da linguagem visual pode ser usada para criar atmosfera, emoção e contraste na imagem. Segundo Lupton e Phillips (2008), as cores carregam um peso não só visual, mas também cultural, o que faz com que as suas interpretações e conotações em diferentes sociedades.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">Escala</td></tr>
<tr><td> 
Fonte: Dondis (2003)</td><td>A relação entre os diferentes elementos na imagem pode ser usada para criar proporção e hierarquia. Segundo Lupton e Phillips (2008, p. 42),

Um elemento gráfico pode parecer maior ou menor dependendo do tamanho, da localização e da cor dos elementos ao redor dele. Quando os elementos têm todos o mesmo tamanho, o projeto fica monótono. O contraste no tamanho pode criar uma tensão, bem como uma sensação de profundidade e movimento. Pequenas formas tendem a recuar e grandes a se aproximar.”</td></tr>
<tr><td colspan="2">Dimensão</td></tr>
<tr><td> 

Fonte: Dondis (2003, p. 76)</td><td>Dimensão são elementos importantes para criar um senso de proporção e hierarquia na peça, indicando o que é mais importante ou relevante. “nós, assim como tudo que nos rodeia, temos altura, largura, e profundidade – ou três dimensões.” (LEBORG, 2015, p. 14).</td></tr>
<tr><td colspan="2">Movimento</td></tr>
<tr><td> 
Fonte: Dondis (2003, p. 81)</td><td>O movimento é um elemento que pode ser utilizado para criar dinamismo e interatividade em uma peça gráfica, através da utilização de animações e elementos que se movimentam
Para Leborg (2015, p. 48), “o movimento dentro de uma composição visual é apenas uma representação de movimento. O posicionamento de um objeto pode sugerir forças que influenciaram ou vão influenciar seu movimento.</td></tr>
</table>

Fonte: Autora (2023)

2.4 DESIGN EDITORIAL

O design editorial é uma área do design que se dedica à criação e desenvolvimento de projetos gráficos para publicações impressas e digitais, como livros, revistas e jornais. Segundo o historiador Rafael Cardoso (2011, p. 130):

> (...) design é um campo essencialmente híbrido que opera a junção entre corpo e informação, entre artefato, usuário e sistema. Com a crescente importância da imaterialidade e dos ambientes virtuais em nossas vidas, a fronteira entre esses dois aspectos do design – conformação e informação – tende a ficar cada vez mais borrada.

Além disso, o design editorial tem como objetivo criar uma identidade visual para a publicação, que ajuda a diferenciá-la das demais e a transmitir seus valores e conceitos para o público. De acordo com Fonseca (2011, p. 241):

> O consumidor final do livro, que é o leitor, possui hoje conhecimentos visuais básicos e é exigente em suas preferências. Diante de dois livros que oferecem mais ou menos o mesmo conteúdo a um preço similar, o público, cada vez mais consciente do design, prefere sempre comprar a publicação visualmente mais atrativa, mais fácil de ler e que apresente a informação de forma mais clara e compreensível.

Dentre as publicações impressas, os livros são uma das principais áreas de atuação do design editorial. Segundo Hendel (2003, p. 11), "Cada escolha feita por um designer causa algum efeito sobre o leitor. Este efeito pode ser radical ou sutil, mas normalmente está fora da capacidade do leitor descrevê-lo.". O designer editorial precisa dominar diversos conceitos de criação e produção como o tipo de livro, o público-alvo, o formato, a tipografia, a diagramação e a capa, para criar um projeto gráfico que seja adequado e atraente. Dentro deles se destacam:

2.2.1 Componentes de um livro

Os componentes de um livro são fundamentais para a estruturação e organização da obra.

2.2.1.1 Suporte

O suporte é o material utilizado para a impressão do livro e pode influenciar significativamente na qualidade da obra. A escolha do suporte adequado deve levar em consideração a finalidade da obra, o público-alvo, o formato e o número de páginas. Além disso, é importante considerar as características técnicas do suporte, como gramatura, textura e opacidade, que podem afetar a legibilidade e a durabilidade do livro.

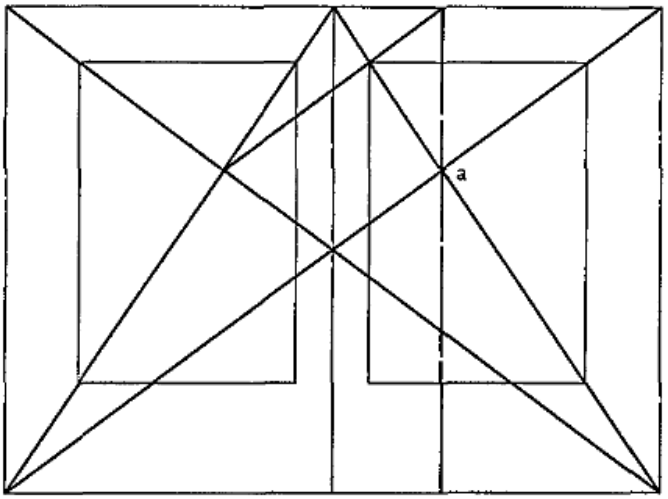
O suporte é o material em que o livro é impresso, como o papel, o pergaminho, o papiro, entre outros. O papel é o suporte mais comum utilizado nos livros. De acordo com Dondis (2003), o tipo de papel utilizado pode afetar a leitura e a percepção do conteúdo. O papel deve ter um contraste adequado com a tinta utilizada para imprimir o texto e as imagens, além de ser resistente e durável para garantir a longevidade do livro.

2.2.1.2 Grade de construção

A utilização de grades de construção é essencial na criação de um livro bem estruturado e esteticamente agradável. Segundo Bringhurst (2004), a grade é uma estrutura invisível que define a posição e o tamanho dos elementos na página. A grade pode ser utilizada para organizar o conteúdo, criar hierarquia e proporção, e guiar a leitura do leitor. A utilização adequada da grade de construção pode melhorar significativamente a legibilidade e a clareza da mensagem do livro.

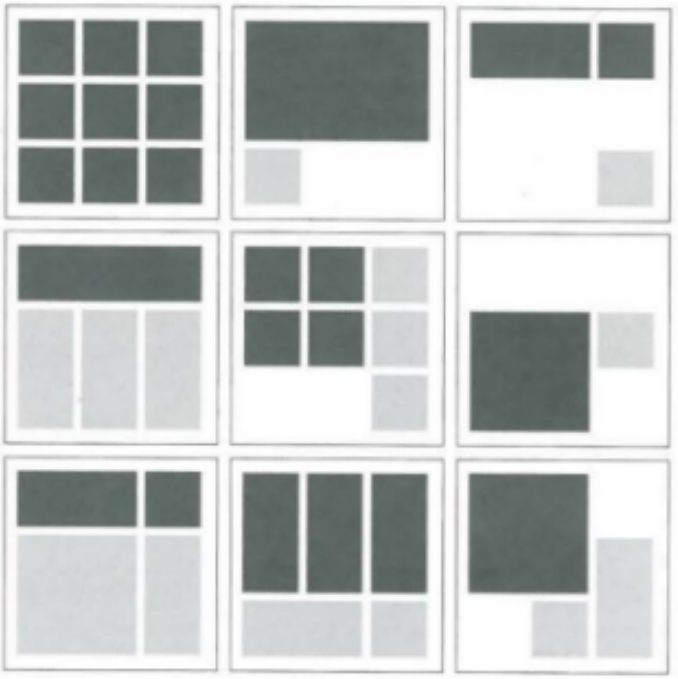
As grades de construção são sistemas que ajudam a estruturar e organizar o conteúdo de um livro (Figura 6). A grade pode ser definida como “uma estrutura invisível que organiza e guia o conteúdo” (Dondis, 2015, p. 147). Ela pode ser utilizada para posicionar elementos na página, como o texto, as imagens e as ilustrações, além de orientar a leitura do usuário. Uma grade bem estruturada ajuda a tornar o livro mais agradável visualmente e facilita a compreensão do conteúdo (Figura 7).

Figura 6: Divisão áurea de Tschichold



Fonte: BRINGHURST (2011, p.189)

Figura 7: Organização de conteúdo



Fonte: Lupton e Phillips (2015, p.179)

2.2.1.3 Tipografia

A escolha da tipografia adequada é fundamental para a legibilidade e a estética do livro. Segundo Além disso, a tipografia pode ser utilizada para criar hierarquia e destaque entre os elementos da página. Segundo Ambrose e Harris

(2012, p. 55) “A tipografia pode produzir um efeito neutro ou despertar paixões, simbolizar movimentos artísticos, políticos ou filosóficos ou exprimir a personalidade de uma pessoa ou organização.”.

A tipografia é o estudo da seleção e uso de tipos (fontes) para a impressão de textos. Ela é uma parte essencial do design gráfico e editorial e deve ser escolhida com cuidado, levando em consideração a legibilidade, a hierarquia visual, a personalidade do texto, entre outros fatores. De acordo com Bringhurst (2004, p. 25), “a tipografia é uma arte é uma ciência que lida com as características físicas e visuais dos tipos”, como pode ser analisado na tabela comparativa da Figura 8.

Figura 8 - Classificações tipos

Fonte: Classificação tipos por Dixon (1995)

2.2.1.4 Imagem

Segundo Ambrose e Harris (2012, p. 93), “As imagens são os elementos gráficos que podem dar vida a um design. Seja como o foco principal de uma página ou como um elemento secundário, são essenciais à comunicação de uma mensagem e à consolidação da identidade visual de um projeto.” Podendo assim

transmitir emoções de uma forma mais rápida, objetiva e eficaz as ideias ou instruções.

A imagem, como forma de representação visual, desempenha um papel crucial na comunicação e na expressão de ideias. Como afirma Arnheim (1980, p. 17), "a imagem é uma linguagem universal que pode transcender barreiras culturais e linguísticas, transmitindo significados e emoções de forma imediata". Através da imagem, é possível transmitir mensagens complexas de maneira clara e envolvente, estabelecendo uma conexão emocional com o público-alvo. No campo do design, a imagem é utilizada através de fotografias ou ilustrações com o intuito de auxiliar na percepção do consumidor da mensagem que o produto .

Segundo Cardoso (2012, p. 76), “os artefatos mais comumente usados em nossa sociedade para preservar e atestar memórias são as fotografias”. Como peças arqueológicas, as fotografias acabam preservando um episódio ou detalhe da vida. A imagem ali registrada é a documentação necessária para trazer veracidade às reminiscências da memória (BARROS, 1989).

Ela tem a capacidade de congelar momentos únicos e transmitir uma ampla gama de emoções e significados. Na comunicação visual, a fotografia desempenha um papel essencial ao ilustrar produtos, pessoas e cenários, conferindo autenticidade e credibilidade às mensagens transmitidas.

No contexto do design, a fotografia é frequentemente utilizada para criar impacto visual, estabelecer uma identidade de marca e transmitir mensagens persuasivas. A escolha de imagens fotográficas relevantes e bem executadas é fundamental para o sucesso de projetos de design, pois elas ajudam a construir uma conexão emocional com o público-alvo e reforçam a credibilidade da mensagem transmitida

As ilustrações são manifestações criativas que utilizam técnicas de desenho, pintura ou design gráfico para criar representações visuais. Segundo Lupton e Phillips (2015, p. 22), "a ilustração permite uma abordagem mais imaginativa e estilizada da realidade, criando uma linguagem visual única". As ilustrações têm a capacidade de transmitir ideias, conceitos e narrativas de maneira criativa e expressiva. Elas são amplamente utilizadas em mídias impressas e digitais, como livros, revistas e publicidade, adicionando valor estético, comunicativo e emocional aos projetos de design.

Ao considerar esses três elementos visuais - imagem, fotografia e ilustrações - é fundamental compreender suas características e potencial comunicativo. A seleção cuidadosa de imagens que se alinhem aos objetivos do projeto, considerando fatores como composição, cor, estilo e mensagem transmitida, é essencial para a criação de uma comunicação visual eficaz. Ao aplicar esses elementos visuais corretamente, é possível estabelecer uma conexão significativa com o público-alvo, agregando valor estético, transmitindo mensagens claras e fortalecendo a identidade visual do projeto.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 IMERSÃO

Para o desenvolvimento da primeira fase do projeto é necessária a compreensão, definição, segmentação do problema, para que se defina quais são as informações existentes e quais informações precisam ser captadas para garantir a base do projeto.

3.1.1 Problema

Como abordado no tópico destinado à problemática (1.1), o norteador do seguinte projeto é como um design eficiente pode ser utilizado para destacar um produto editorial dentro de um mercado abrangente e crescente de livros culinários.

3.1.2 Definição do problema

Conforme enfatizado por Munari (2008, p. 31), "O problema não se resolve por si só; no entanto, contém já todos os elementos para sua solução. É necessário conhecê-los e utilizá-los no projeto de solução." Nesse contexto, é fundamental considerar a definição do problema, que surge a partir da necessidade de criar um livro de receitas com um impacto significativo no mercado editorial. Através da produção de um canvas de projeto (Apêndice B) .

Ao compreendermos plenamente os elementos envolvidos nesse desafio, podemos utilizá-los de forma estratégica e criativa para encontrar a solução mais adequada. É nesse processo de análise e aplicação dos elementos-chave que podemos alavancar o potencial do projeto e alcançar o objetivo de destacar-se no mercado editorial.

3.1.3 Componentes do problema

Após alinhar os conceitos básicos que envolvem os livros de culinária, como design emocional, gráfico e editorial, é importante considerar outros componentes que exigem a coleta e análise de dados.

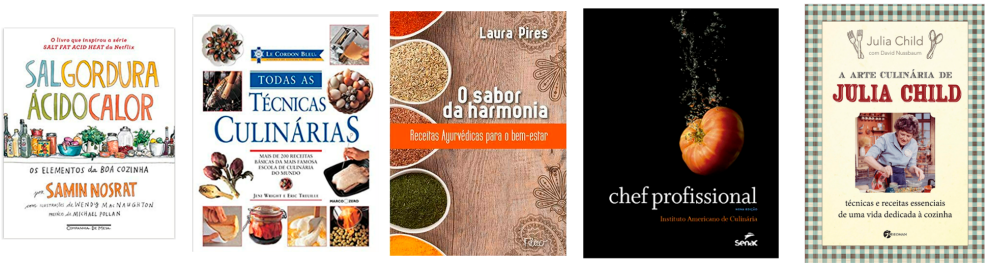
Essa abordagem, busca uma compreensão mais aprofundada dos elementos que compõem um design de sucesso e da percepção do público em relação a esses elementos, os quais desempenham um papel fundamental na composição gráfica. Além disso, essa análise contribui para identificar como esses componentes podem ser aprimorados para atender às expectativas do público e alcançar um impacto positivo.

3.1.4 Coleta de dados

3.1.4.1 Análise de concorrentes

Com o objetivo de compreender a relação entre conteúdo, forma e público no atual cenário do mercado editorial gastronômico, realizamos uma análise dos cinco livros mais populares (com as avaliações mais altas e o maior número de avaliações) na categoria "Artes Culinárias e Técnicas". Os livros analisados, em ordem de popularidade, são os seguintes: "Sal, Gordura, Ácido, Calor", publicado pela Editora Companhia de Mesa em 2019; "Todas as técnicas culinárias", publicado pela Editora Marco Zero em 2017; "O sabor da harmonia", publicado pela Editora Rocco em 2013; "Chef profissional", publicado pela Editora Senac São Paulo em 2017; e "A arte culinária de Julia Child", publicado pela Editora Seoman em 2013 (Figura 9).

Figura 9 - Ranking por avaliações na Amazon



Livro 1 Livro 2 Livro 3 Livro 4 Livro 5

Fonte: https://www.amazon.com.br/gp/bestsellers/books/7872554011/ref=zg_bs_nav_books_2_7872552011

Para realizar a análise comparativa desses livros, foram utilizados parâmetros como formato, grid, tipografias, fotografias/ilustrações, conteúdo e diferenciais. Buscando identificar semelhanças e diferenças entre eles, com o intuito de

compreender quais elementos contribuem para o sucesso e a preferência do público (Figura 10).

Figura 10 - Análise de concorrentes

ELEMENTOS VISUAIS /LIVROS	1 SAL, GORDURA, ÁCIDO, CALOR	2 TODAS AS TÉCNICAS CULINÁRIAS	3 O SABOR DA HARMONIA	4 CHEF PROFISSIONAL	5 A ARTE CULINÁRIA DE JULIA CHILD
Formato	23.6 x 18.4cm	28.2 x 23cm	19.56 x 13.72cm	28.2 x 22cm	23 x 16cm
GRID	Uma Coluna	Múltiplas Colunas	Uma Coluna	Duas Colunas	Uma Coluna
TIPOGRÁFIA	Capa: Caligráfica Nome receita e Corpo: Transicional	Geraldina em todo o texto alternando apenas hierarquia e itálico	Capa: Sem serifa Grotesca Nome receita: Sem serifa: geométrica Corpo: Transicional	Capa: Transicional Nome receita e Corpo: Sem serifa neo-grotescas	Capa: Emulativa Nome receita: Emulativa Corpo: Geraldina
FOTOGRAFIA/ ILUSTRAÇÃO	Utiliza das ilustrações com uma paleta de cores segmentada como auxílio visual ao explicar as historias	Fotografia dos pratos montados e em dicas de passo a passo	Utiliza ilustrações inspiradas na cultura Indiana	Fotografias ambientadas como em cozinhas profissionais (vestimenta, pratos montados e disposição de ingredientes)	Fotografia ambientada na capa, sem imagens nas receitas e pequenas ilustrações de utensílios
CONTEÚDO	Ensina a origem, variações e como usar os elementos básicos presentes na culinária	Ensinar do básicos ao avançado da culinária de maneira visual	Ensina como outra cultura percebe a relação do alimento com o espiritual	Engloba questões como básicos, utensílios, segurança alimentar da profissão de chefs de cozinha	Auxiliar em receitas e técnicas do dia-a-dia
DIFERENCIAL	Conta historias dos ingredientes básicos utilizados na cozinha	Possui uma didática visual muito forte	Conecta o alimento com o bem-estar espiritual	Voltado para o público mais avançado	Autora com grande credibilidade

Fonte: Autora (2023)

3.1.4.2 Formulário

Para obter uma compreensão mais aprofundada das percepções do público em relação aos livros de receitas, foi elaborado um formulário com base no material coletado nas etapas anteriores. Esse formulário, apresentado no apêndice C, foi dividido em três seções principais, cada uma abordando um aspecto específico:

a) Relação com a culinária

Essa seção visa estabelecer uma conexão entre a idade e a experiência culinária, explorando suas preferências, experiências e interesses relacionados à gastronomia. As perguntas buscam entender o grau de envolvimento do público com a culinária e seu nível de familiaridade com livros de receitas.

b) Design emocional e livros de receita

Essa seção foi pautada em compreender a percepção do público em relação ao design emocional aplicado nos livros de receitas. São abordados aspectos como

a importância do design na experiência de leitura, a influência das emoções na escolha de um livro de receitas, elementos visuais que despertam maior conexão emocional.

c) Design gráfico e livros de receita

Essa seção explora a relação do público com o design gráfico presente nos livros de receitas. São levantadas questões sobre a preferência por estilos visuais, diagramação, tipografia e utilização de ilustrações. O objetivo é compreender como esses elementos contribuem para a atratividade e usabilidade dos livros de receitas.

3.2 IDEAÇÃO

3.2.1 Análise de dados

Ao analisar o comparativo entre os produtos editoriais, foi possível identificar e compreender as semelhanças, diferenças e como cada um conversa com seu segmento, como as considerações que seguem:

a) Dentro do tópico formato, todos os livros optam pelo formato retangular tradicional.
b) Os Grids possuem predominância de uma coluna, possuindo variação em apenas dois dos livros analisados.
c) A tipografia dos títulos é única em cada um dos analisados, já quando falamos das tipografias de títulos dentro dos capítulos e do corpo do texto, identifica-se um equilíbrio entre texto sem serifa e geraldina.
d) Fotografias e ilustrações são utilizadas como suportes para o conteúdo textual presentes nos livros. Dentre os analisados, nota-se a relação inversamente proporcional entre conteúdos explicativos sobre a culinária (história) e a quantidade de fotografias/ilustrações (como nos livros 1 e 3, Figura 9), e uma relação proporcional a quanto mais elementos e processos culinários mais imagens.
e) Os conteúdos dos livros abrangem uma variedade de temas, incluindo histórias de origem, aspectos culturais, técnicas e receitas, abarcando desde o básico até o avançado. Essa diversidade reflete a amplitude e a abrangência do mercado editorial gastronômico.

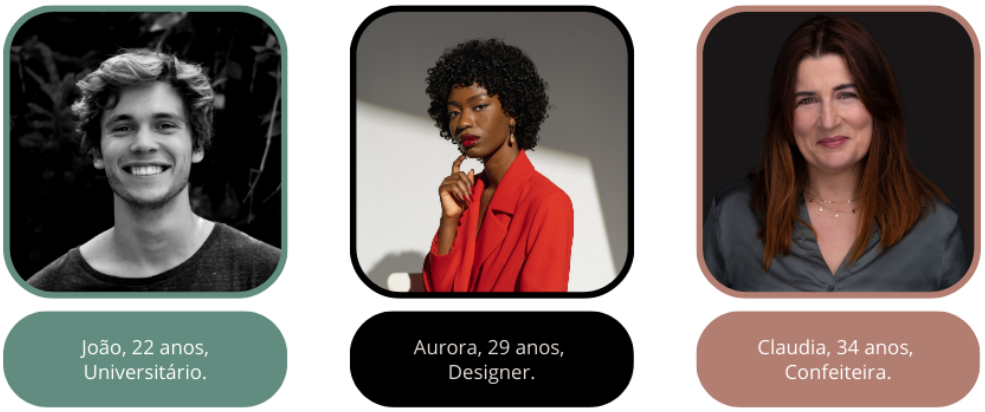
f) Ao analisar os diferenciais de cada livro, fica evidente como a combinação e composição dos elementos mencionados anteriormente desempenham um papel crucial na transmissão clara e objetiva da mensagem ao público. Os diferenciais observados são apenas um reflexo da conexão entre forma e conteúdo.

3.2.1.1 Personas

A análise das informações coletadas por meio do formulário (Apêndice D) proporcionou a obtenção de uma projeção sobre as percepções e expectativas do público em relação aos livros de receitas, abrangendo tanto o design emocional quanto o design gráfico. Com base nessas informações, foi possível identificar padrões e características comuns que nos permitiram traçar três personas representativas do potencial público consumidor do produto final (Figura 11).

Essas personas são representações fictícias de segmentos específicos do público, criadas com base em características demográficas, comportamentais e preferências identificadas a partir das respostas do formulário. Elas são uma ferramenta útil para compreender melhor as necessidades e desejos dos potenciais leitores e direcionar o processo de criação de forma mais precisa.

Figura 11 - Personas



Fonte: Autora (2023)

a) João, 22 anos, Universitário

João é um jovem de 22 anos que tem um gosto pela leitura e ama aprender e conhecer as peculiaridades da vida através das histórias, ele ama ler sobre pessoas reais e ver como diferentes histórias coexistem ao redor do mundo.

Além de sua paixão pela literatura, João também tem uma afinidade especial pela culinária. Ele acredita que a comida é uma forma de arte e adora experimentar novos pratos e sabores. Ele se sente realizado quando pode compartilhar suas criações culinárias com amigos e familiares, proporcionando momentos de sabor e alegria.

b) Aurora, 29 anos, Designer

Aurora é uma pessoa criativa e visionária, sempre em busca de maneiras inovadoras de transmitir narrativas por meio de layouts e elementos visuais impactantes. Ela acredita que o design editorial tem o poder de enriquecer e aprofundar a experiência de leitura, permitindo que as pessoas mergulhem nas histórias de uma maneira única.

Além de seu trabalho como designer, Aurora também é uma ávida leitora. Ela acredita que o conhecimento histórico é fundamental para o desenvolvimento de projetos de design editorial significativos. Ela pesquisa extensivamente sobre os períodos e eventos históricos relacionados aos livros que está projetando, para garantir que o design seja autêntico e reflita a essência da história.

c) Cláudia, 33 anos, Confeiteira

Cláudia é uma pessoa dedicada e perfeccionista. Ela valoriza a arte e a precisão na criação de doces, buscando sempre a harmonia perfeita entre os ingredientes e as técnicas de preparo. Cláudia adora experimentar novos sabores, combinações e texturas, criando sobremesas únicas e surpreendentes.

Cláudia também é uma pessoa curiosa e está sempre em busca de inspiração. Ela adora explorar livros de culinária, revistas e blogs especializados para descobrir novas tendências e técnicas na confeitaria. Ela experimenta diferentes ingredientes, adaptações e decorações para criar suas próprias receitas exclusivas. Com sua paixão pela confeitaria, habilidades culinárias excepcionais e dedicação em registrar suas experiências, Karla é uma cozinheira inspiradora e uma

fonte de conhecimento para quem busca aprimorar suas habilidades na arte de fazer doces.

3.2.2 Criatividade

Segundo Munari (2008, p.44),

> Enquanto a ideia, ligada à fantasia, pode chegar a propor soluções irrealizáveis por razões técnicas, materiais ou econômicas, a criatividade mantém-se nos limites do problema - limites que resultam da análise dos dados e dos subproblemas.

Ao compreender a necessidade do processo de gerar soluções a parte criativa se torna sistemática. Com a proposta norteadora visual, foi desenvolvido um painel semântico (Figura 12) com cores, imagens e fotografias que serão utilizadas para dar forma e identidade para o livro.

Figura 12 - Painel Semântico

Fonte: Autora (2023)

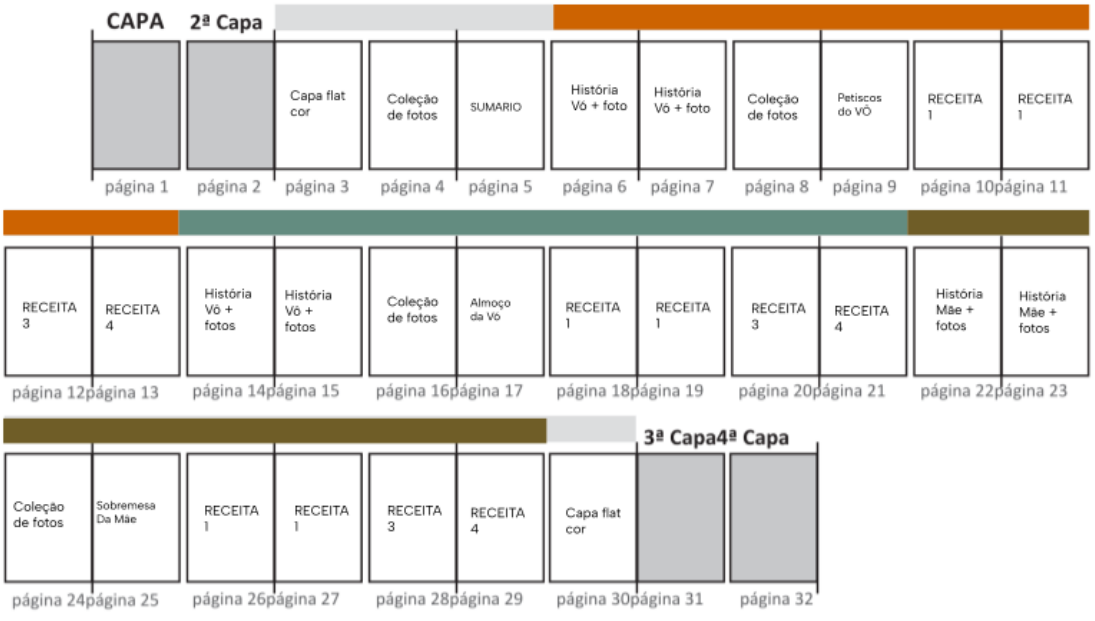
3.2.3 Materiais/tecnologias

3.2.3.1 Espelho Editorial

Como resultado do conjunto de informações coletadas, foi desenvolvido um espelho editorial visando o maior aproveitamento e organização no processo de desenvolvimento de opções viáveis para os possíveis layouts.

Os espelhos editoriais, também conhecidos como paginação, são elementos fundamentais no design editorial. Eles se referem à organização e disposição dos elementos visuais, textuais e gráficos em uma página ou spread de um livro, revista ou qualquer outro material impresso. A paginação desempenha um papel crucial na criação de uma experiência de leitura agradável e na comunicação efetiva das informações.

Figura 13- Espelho Editorial



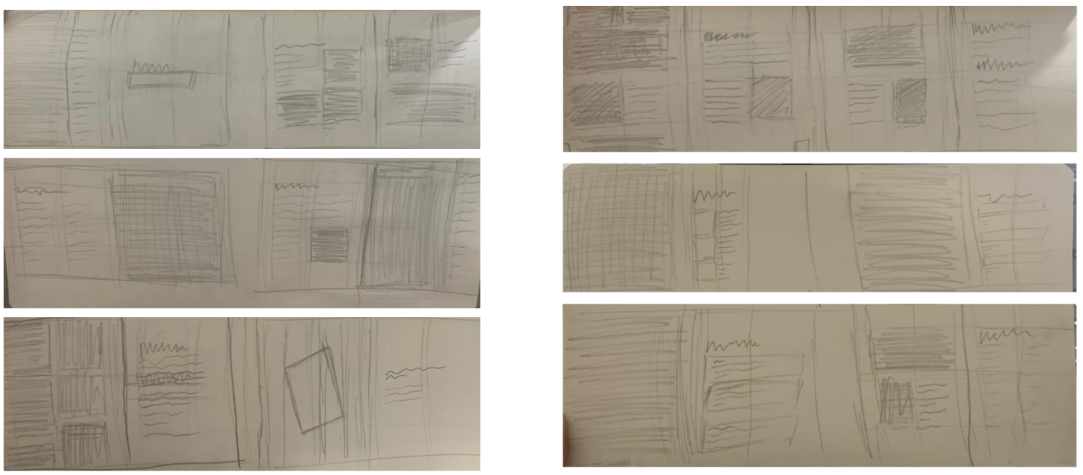
Fonte: Autora (2023)

3.3 PROTOTIPAÇÃO

3.3.1 Experimentação

Levando em consideração os dados coletados sobre os padrões que os livros com melhor avaliação possuem e as características das personas extraídas do formulário feito com o público geral, foram desenvolvidas 3 versões para cada modelo de página estabelecido no espelho editorial. Um modelo aplicando todos os fatores comuns entre os livros analisados, um modelo com características opostas mas que atende as necessidades das personas (visando a diferenciação do produto no mercado) e uma terceira opção como uma soma dos elementos que funcionam nos livros com adaptações visando a identificação e interação com o público.

Figura 14 - Esboços layouts das páginas



Fonte: Autora (2023)

3.3.2 Modelos

3.3.2.1 Versão 1

Com uma abordagem inspirada em recortes de revista e jornais antigos, na versão 1, a abordagem deste design é baseada na ideia de que a comida não é apenas uma mistura de ingredientes, mas também carrega consigo uma rica carga cultural, emocional e histórica. Através das colagens e recortes, criou um ambiente visualmente estimulante, que destaca essas diferentes dimensões da culinária.

As colagens são usadas de forma estratégica ao longo do livro para transmitir a diversidade e a variedade de ingredientes e pratos. Utilizando imagens recortadas, composições visuais ecléticas que capturam a essência e a personalidade de cada receita. A mistura de texturas, cores e estilos dá vida às páginas, evocando a riqueza sensorial da culinária.

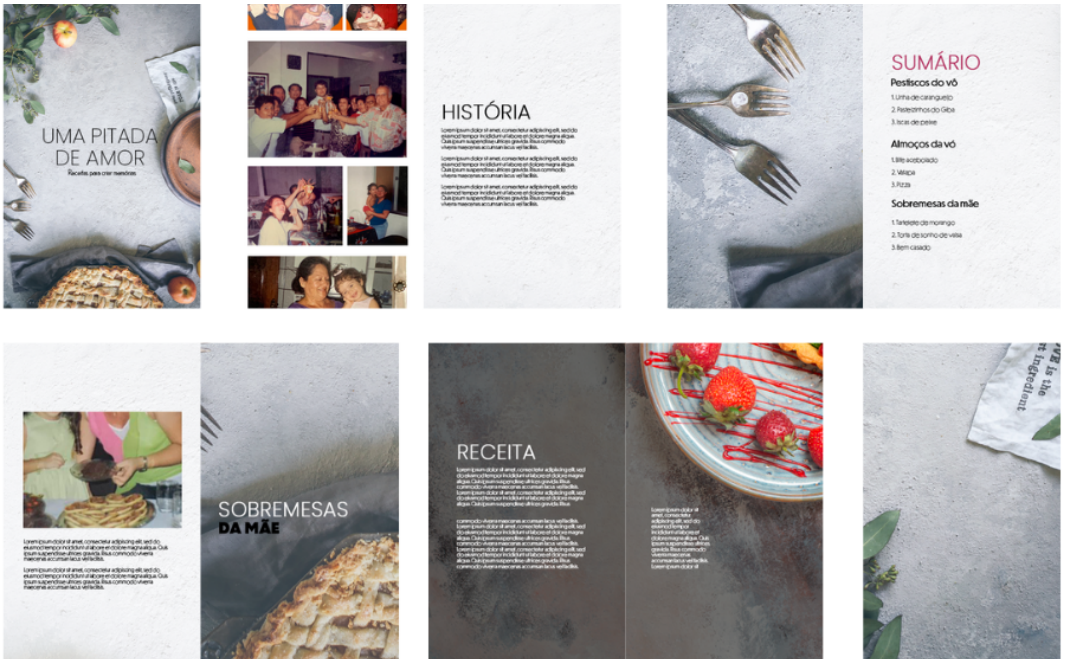
Figura 15 - Versão 1

Fonte: Autora (2023)https://www.flipsnack.com/5FDD58EEFB5/vers-o-1.html

3.3.2.2 Versão 2

O principal objetivo desta versão é transmitir a fusão perfeita entre a arte culinária e o design editorial contemporâneo. Para alcançar esse resultado, foi utilizada uma abordagem minimalista, com elementos visuais e uma paleta de cores sofisticada. A simplicidade do design permite que as receitas e as fotografias dos pratos sejam os protagonistas, ao mesmo tempo em que criam uma atmosfera de requinte.

Figura 16 - Versão 2



Fonte: Autora (2023) https://www.flipsnack.com/annaabitbol/vers-o-2.html

3.3.2.3 Versão 3

A principal inspiração para esta versão vem dos cadernos de receitas, símbolos preciosos de tradição e memória afetiva. A ideia é evocar a nostalgia de tempos passados, quando as receitas eram cuidadosamente escritas à mão, transmitindo um sentimento de familiaridade e calor humano.

A tipografia de caligrafia desempenha um papel fundamental nessa proposta. Cada título traz um toque artesanal e pessoal a cada página. A escolha de uma fonte manuscrita e delicada adiciona um elemento de charme e personalidade, enquanto mantém a legibilidade e a clareza necessárias.

A diagramação do livro segue uma abordagem organizada e intuitiva, como a de um caderno de receitas tradicional. Cada receita é apresentada em uma página dedicada, com espaço para anotações e observações pessoais. A estrutura é simples e direta, permitindo que os leitores sigam facilmente as etapas do preparo, enquanto têm a liberdade de adicionar suas próprias notas e adaptações.

Figura 17 - Versão 3

Fonte: Autora (2023) https://www.flipsnack.com/annaabitbol/vers-o-3.html

3.3.3 Verificação

Levando em consideração os critérios da análise de concorrentes realizada, foi proposta uma nova avaliação entre as versões desenvolvidas com o intuito de comparar e auxiliar no processo de escolha final (Figura 18).

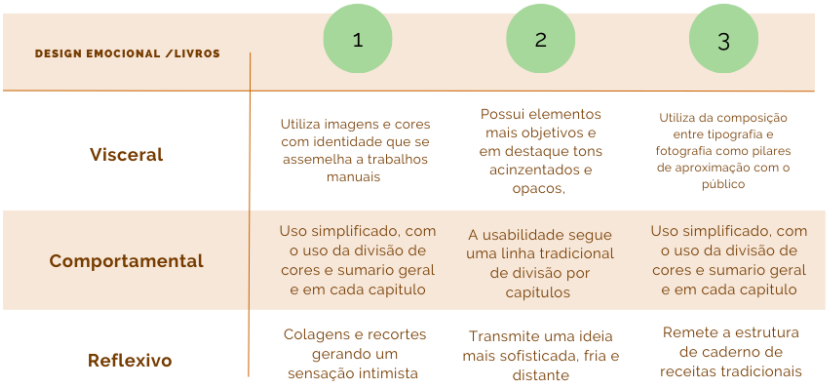
Figura 18 - Comparação Versões

ELEMENTOS VISUAIS /LIVROS	1	2	3
Formato	23.6 x 18.4cm	23.6 x 18.4cm	24 x 22 cm
GRID	Uma Coluna	Duas Colunas	Duas Colunas
TIPOGRÁFIA	Capa: Sem serifa Grotesca Nome receita e Corpo:: Sem serifa: geométrica	Sem serifa: geométrica em todo o texto alternando apenas hierarquia e itálico	Capa: Caligráfica Nome receita e Corpo: Transicional
FOTOGRAFIA/ ILUSTRAÇÃO	Utiliza a fotografia em formato de colagem pa	Utiliza fotografias sofisticadas	Utiliza do recurso fotográfico para ilustrara a historia trasmitida
DIFERENCIAL	Utilizada de elementos gráficos como a colagem trazendo uma ar intimista.	Uma proposta visual mais sofisticada e minimalista	Traz uma perscpetiva mais humana e caseira

Fonte: Autora (2023)

Somado a essa avaliação sobre os diferenciais editoriais apresentados, foi realizado um comparativo da correlação dos elementos visuais e a defesa de cada versão com os níveis de design emocional (Figura 19).

Figura 19 - Comparação Versões Design Emocional



DESIGN EMOCIONAL /LIVROS	1	2	3
Visceral	Utiliza imagens e cores com identidade que se assemelha a trabalhos manuais	Possui elementos mais objetivos e em destaque tons acinzentados e opacos,	Utiliza da composição entre tipografia e fotografia como pilares de aproximação com o público
Comportamental	Uso simplificado, com o uso da divisão de cores e sumario geral e em cada capitulo	A usabilidade segue uma linha tradicional de divisão por capitulos	Uso simplificado, com o uso da divisão de cores e sumario geral e em cada capitulo
Reflexivo	Colagens e recortes gerando um sensação intimista	Transmite uma ideia mais sofisticada, fria e distante	Remete a estrutura de caderno de receitas tradicionais

Fonte: Autora (2023)

3.3.4 Solução

Ao sintetizar as defesas individuais e os critérios usados como referências para a verificação, a Versão 3 corresponde a uma distinção maior dentre as versões analisadas. Como é possível analisar nos mockups apresentados na figura 20, a

proposta de combinação visual do uso de fotografias com a tipografia simulando caligrafia, uso das cores com elemento auxiliar na usabilidade, resultando na proposta mais intimista e com elementos que geram maior conexão e identificação com o conteúdo que é proposto e o com as personas e componentes atribuídos ao projeto.

Figura 20 - Mockups versão final

Fonte: Autora (2023)

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo desenvolver uma estudo sobre o design emocional aplicado em projetos editoriais e como resultado o projeto gráfico de um livro de receitas que explorasse a conexão do conteúdo, forma e público.

Durante o projeto, a metodologia do autor Bruno Munari foi o elemento norteador que auxiliou na organização da tomada de decisões de cada etapa.

Para atingir esse objetivo, foi necessário o estudo do impacto histórico e cultural que os livros de receita possuem dentro da sociedade e dos principais conceitos do design emocional, gráfico e editorial envolvidos no processo de produção. O aprofundamento teórico dentro desses tópicos proporcionou uma compreensão sobre as etapas de um projeto editorial e do estudo e análise de cada elemento que compõem o produto final.

Como resultado desse processo, foi realizada uma pesquisa com o público geral que se mostrou altamente relevante para a compreensão da percepção individual e coletiva sobre o impacto do design no meio editorial. Dentro desse processo, analisou-se os produtos editoriais mais populares do meio gastronômico e com essas informações seguir o trabalho de forma embasada.

Com todo o conteúdo coletado foi possível realizar uma síntese, tanto visual onde foi possível traçar o painel semântico que foi utilizado com referência, como teóricas que resultaram em elementos de validação para o produto final.

O processo criativo e de experimentação foi extremamente enriquecedor para compreender os elementos técnicos que norteiam a execução de um produto editorial. O resultado a partir desse projeto alcançou os objetivos propostos, de forma satisfatória, com um projeto alinhando conteúdo e forma com as expectativas e necessidades do público

Com a solução final validada, foi possível compreender o processo que torna um projeto editorial diferenciado, seguindo os critérios técnicos dentro dos elementos editoriais e dos níveis do design emocional estabelecidos. A solução final atingiu o resultado esperado como síntese de todos os estudos e conceitos abordados ao longo do projeto.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Fundamentos de design criativo.** [livro eletrônico] Bookman, Porto Alegre: Grupo A, 2012. 9788540701281. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701281/. Acesso em: 04 Dec 2023

BARROS, Myriam de. **Memória e Família. In: Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 29-42, 1989. Disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2277>. Acesso em: 28 mai. 2023.

BRINGHURST, R. **Elementos do Estilo Tipográfico.** Versão 3.0. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo.** São Paulo: Cosac Naify, 2012.

COSTA, Maria C. **O Objeto, o Colecionador e o Museu.** Revista Imaginário, São Paulo, n. 2, p. 37-45, jan. 1995.

DIXON, Catherine 1995. **Why we need to reclassify type.** EYE 19:86-87

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes. 2003.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998 .

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico**. [livro eletrônico]: Grupo A, 2011. E-book. ISBN 9788577804177. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577804177/. Acesso em: 04 abr. 2023.

GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** [livro eletrônico]: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559771653. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771653/. Acesso em: 08 abr. 2023.

HSUAN-AN, Tai. **Design: Conceitos e Métodos.** Editora Blucher, 2017. E-book. ISBN 9788521210115. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788521210115/. Acesso em: 04 mai. 2023.

LÖBACH, B. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais.** s. l.: Edgar Blücher, 2001.

LEBORG, Christian. **Gramática visual.**1 ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do Design.** São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas.** 3º Edição. São Paulo: Martins Fontes - selo Martins, 2015.

NORMAN, Donald. **Design do dia-a-dia.** Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

NORMAN, Donald. **Design Emocional – Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia.** Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

RAND, P. **Design, Form and Chaos.** 1. ed. Yale University Press, 2017.

RAND, P. **Pensamentos sobre design.** 1. ed. WMF Martins Fontes, 2019.

SANTOS, C.R.A. **A comida como lugar de história: as dimensões do gosto. História: Questões & Debates.** Editora UFPR, n.54, jan. /jun.2011. p.103 -124.

SILVA, Kalina Vanderlei; SILVA, Maciel Henrique. **Dicionário de conceitos históricos.** São Paulo: Contexto, 2009. 2. ed.

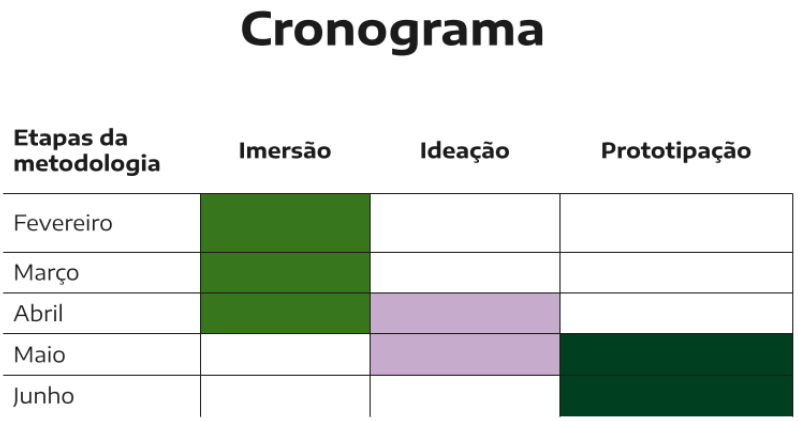
VIANNA, Maurício et al. **Design Thinking: Inovação em Negócios.** São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: https://www.academia.edu/4885429/Design_Thinking_Inova%C3%A7%C3%A3o_em_Neg%C3%B3cios. Acesso em: 10 abr. 2023.

WORDS RATED. **Number of Books Published per Year (2021).** Disponível em: https://wordsrated.com/number-of-books-published-per-year-2021/. Acesso em: 9 abr. 2023.

ZINSSER, William. **On Writing Well: The Classic Guide to Writing Nonfiction.** New York: HarperCollins Publishers, 2006.

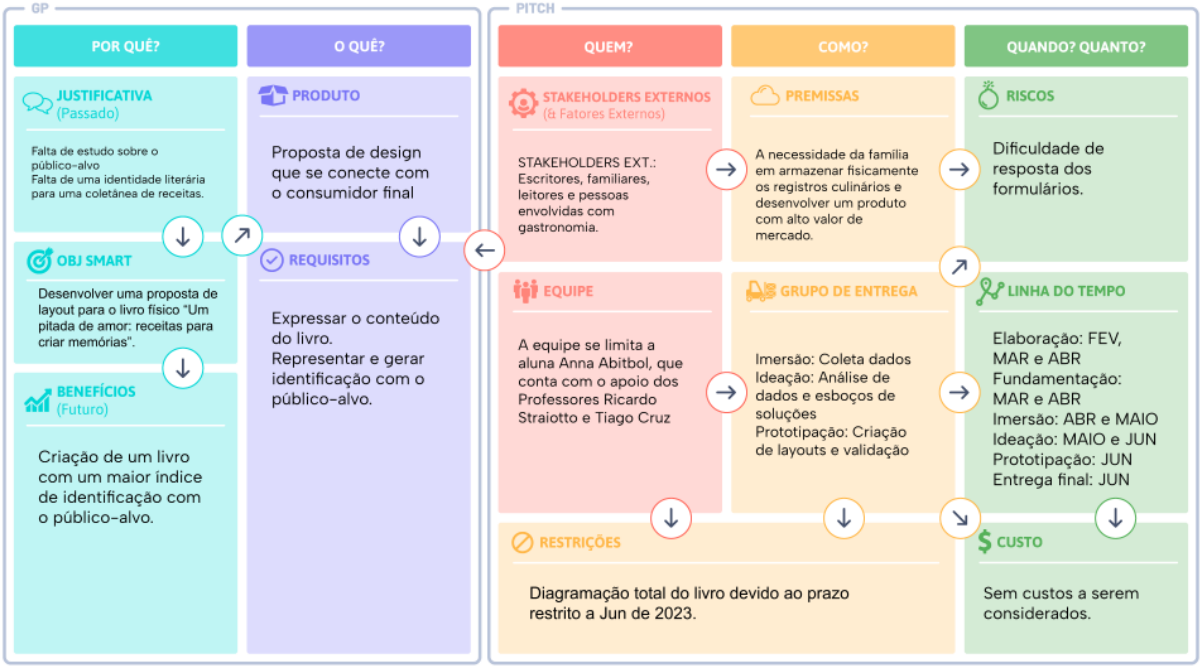
APÊNDICES

APÊNDICE A - Cronograma geral



Fonte: Autora, 2023

APÊNDICE B - Proposta



APÊNDICE C - Formulário para captação de informações do público

Qual é a importância do design em um livro de receitas na sua decisão de adquiri-lo? *

- ○ Extremamente importante
- ○ Importante
- ○ Neutro
- ○ Pouco importante
- ○ Sem importância

Na sua opinião, como o design de um livro de receitas pode influenciar sua motivação para cozinhar? *

- ○ Aumenta minha motivação significativamente
- ○ Aumenta minha motivação moderadamente
- ○ Neutro
- ○ Tem um pequeno impacto na minha motivação
- ○ Não afeta minha motivação para cozinhar

Quais caracteristicas, em um livro de receitas, você considera mais importantes para a praticidade no uso durante o preparo dos pratos? *

	Muito Importa...	Importante	Neutro	Pouco importa...	Sem importân...
Layout intuitivo...	○	○	○	○	○
Listas de ingre...	○	○	○	○	○
Tempo de prep...	○	○	○	○	○
Instruções pas...	○	○	○	○	○

Quanto o design em um livro de receitas contribui para a sua confiança ao experimentar novas técnicas culinárias? *

- ◯ Contribui extremamente para minha confiança
- ◯ Contribui muito para minha confiança
- ◯ Contribui moderadamente para minha confiança
- ◯ Contribui pouco para minha confiança
- ◯ Não contribui em nada para minha confiança

Na sua opinião, qual é a importância do design em um livro de receitas para incentivar o compartilhamento de receitas com outras pessoas? *

- ◯ Muito importante, facilita o compartilhamento e a disseminação das receitas
- ◯ Importante, mas não é essencial para incentivar o compartilhamento de receitas
- ◯ Pouco importante, outras características são mais relevantes para o compartilhamento
- ◯ Sem importância, não afeta minha disposição para compartilhar receitas

Como o design, em um livro de receitas, pode impactar sua disposição para compartilhar suas próprias criações culinárias com outras pessoas? *

- ◯ Aumenta minha disposição para compartilhar minhas criações culinárias
- ◯ Aumenta moderadamente minha disposição para compartilhar minhas criações culinárias
- ◯ Não faz diferença na minha disposição para compartilhar minhas criações culinárias
- ◯ Diminui minha disposição para compartilhar minhas criações culinárias

Na sua opinião, qual é a importância do design em um livro de receitas para promover uma conexão mais profunda com a comida e a culinária? *

- ◯ Muito importante
- ◯ Importante
- ◯ Neutro
- ◯ Pouco importante
- ◯ Sem importância

Quais são seus canais de inspiração para a culinária? (Selecione todas as opções aplicáveis)

- [ ] Livros de receitas
- [ ] Programas de TV sobre culinária
- [ ] Blogs e websites especializados
- [ ] Redes sociais (Instagram, Pinterest, etc.)
- [ ] Outros...

Com que frequência você utiliza livros de receitas para cozinhar? *

- ○ Regularmente - sempre consulto livros de receitas para preparar minhas refeições
- ○ Ocasionalmente - uso livros de receitas de vez em quando
- ○ Raramente - prefiro buscar receitas online ou improvisar

Qual é o critério mais importante para você ao escolher um livro de receitas? *

	Muito Importa...	Importante	Neutro	Pouco importa...	Sem importân...
Variedade de r...	○	○	○	○	○
Clareza das ins...	○	○	○	○	○
Ilustrações e f...	○	○	○	○	○
Comentários e ...	○	○	○	○	○
Autor renomad...	○	○	○	○	○

Você costuma se deixar influenciar pela capa de um livro de receitas na hora de escolher qual adquirir? *

- Sim, a capa é um fator determinante na minha decisão de compra
- Não, a capa não é um fator relevante para mim

Diferentes modelos de Capa de livros de receitas

Imagem A

Imagem B

Imagem C

Ao visualizar diferentes tipos de livros de receita, qual imagem ou estilo de design despertou maior interesse ou atração? *

- Imagem A
- Imagem B
- Imagem C

Qual o nível de relevância de cada elemento visual presente na capa que você escolheu? *

	Muito Relevante	Relevante	Neutro	Pouco Relevante	Sem Relevância
Combinação d...	○	○	○	○	○
Combinação ti...	○	○	○	○	○
Estilo fotográfi...	○	○	○	○	○
Modelo de fun...	○	○	○	○	○
Composição c...	○	○	○	○	○

Painel visual 1

Na sua percepção qual a relevância de cada elemento visual apresentado no Painel visual 1? *

	Muito Relevante	Relevante	Neutro	Pouco Relevante	Sem Relevância
Combinação d...	○	○	○	○	○
Combinação t...	○	○	○	○	○
Estilo fotográfi...	○	○	○	○	○
Modelo de fua...	○	○	○	○	○
Composição c...	○	○	○	○	○

Como você descreveria a eficácia das moodboard 1 em transmitir a temática e o conceito dos livros de receitas? *

- ○ Muito eficazes, transmitem claramente a temática e o conceito
- ○ Eficazes, conseguem transmitir a temática e o conceito de forma satisfatória
- ○ Nem eficazes, nem ineficazes, têm um impacto neutro
- ○ Pouco eficazes, não conseguem transmitir bem a temática e o conceito
- ○ Muito pouco eficazes, não transmitem a temática e o conceito

Como as Painel visual 1 influenciam sua vontade de adquirir e usar os livros de receitas apresentados? *

- ○ Aumentam significativamente minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Aumentam minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Não têm impacto na minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Diminuem minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Diminuem significativamente minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas

O quanto as moodboard 1 desperta sua curiosidade e interesse em explorar novas receitas? *

- ○ Desperta grande curiosidade e interesse
- ○ Desperta bastante curiosidade e interesse
- ○ Desperta certa curiosidade e interesse
- ○ Desperta pouca curiosidade e interesse
- ○ Não desperta curiosidade e interesse

Painel visual 2

Na sua percepção qual a relevância de cada elemento visual apresentado no Painel visual 2? *

	Muito Relevante	Relevante	Neutro	Pouco Relevante	Sem Relevância
Combinação d...	○	○	○	○	○
Combinação ti...	○	○	○	○	○
Estilo fotográfi...	○	○	○	○	○
Modelo de fluxo...	○	○	○	○	○
Composição c...	○	○	○	○	○

Como você descreveria a eficácia do Painel visual 2 em transmitir a temática e o conceito dos livros de receitas? *

- ○ Muito eficazes, transmitem claramente a temática e o conceito
- ○ Eficazes, conseguem transmitir a temática e o conceito de forma satisfatória
- ○ Nem eficazes, nem ineficazes, têm um impacto neutro
- ○ Pouco eficazes, não conseguem transmitir bem a temática e o conceito
- ○ Muito pouco eficazes, não transmitem a temática e o conceito

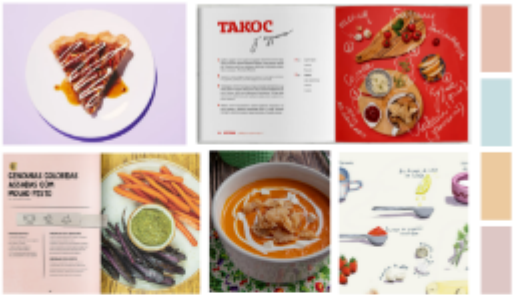
Como os Painel visual 2 influenciam sua vontade de adquirir e usar os livros de receitas apresentados? *

- ○ Aumentam significativamente minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Aumentam minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Não têm impacto na minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Diminuem minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Diminuem significativamente minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas

O quanto os Painel visual 2 desperta sua curiosidade e interesse em explorar novas receitas? *

- ○ Desperta grande curiosidade e interesse
- ○ Desperta bastante curiosidade e interesse
- ○ Desperta certa curiosidade e interesse
- ○ Desperta pouca curiosidade e interesse
- ○ Não desperta curiosidade e interesse

Painel visual 3



Na sua percepção qual a importância de cada elemento visual apresentado no Painel visual 3? *

	Muito Relevante	Relevante	Neutro	Pouco Relevante	Sem Relevância
Combinação d...	○	○	○	○	○
Combinação ti...	○	○	○	○	○
Estilo fotográfi...	○	○	○	○	○
Modelo de fua...	○	○	○	○	○
Composição c...	○	○	○	○	○

Como você descreveria a eficácia dos Painel visual 3 em transmitir a temática e o conceito dos livros de receitas? *

- ○ Muito eficazes, transmitem claramente a temática e o conceito
- ○ Eficazes, conseguem transmitir a temática e o conceito de forma satisfatória
- ○ Nem eficazes, nem ineficazes, têm um impacto neutro
- ○ Pouco eficazes, não conseguem transmitir bem a temática e o conceito
- ○ Muito pouco eficazes, não transmitem a temática e o conceito

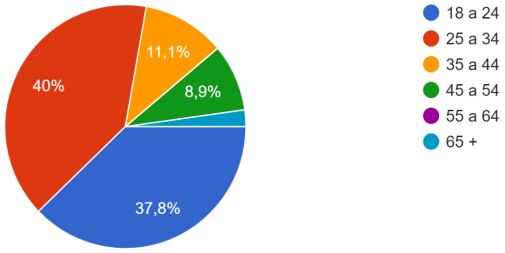
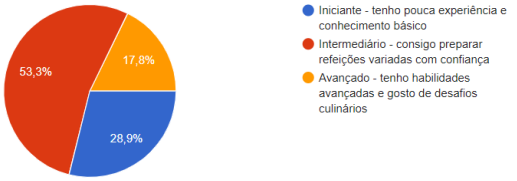
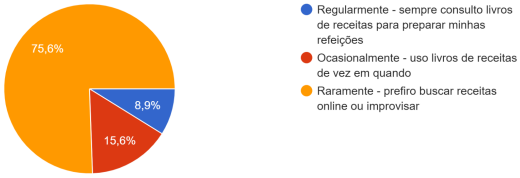
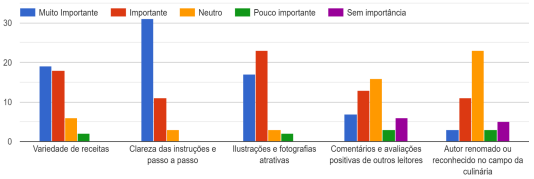
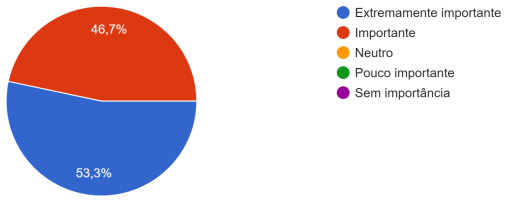
Como os Painel visual 3 influenciam sua vontade de adquirir e usar os livros de receitas apresentados? *

- ○ Aumentam significativamente minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Aumentam minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Não têm impacto na minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Diminuem minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas
- ○ Diminuem significativamente minha vontade de adquirir e usar os livros de receitas

O quanto os Painel visual 3 desperta sua curiosidade e interesse em explorar novas receitas? *

- ○ Desperta grande curiosidade e interesse
- ○ Desperta bastante curiosidade e interesse
- ○ Desperta certa curiosidade e interesse
- ○ Desperta pouca curiosidade e interesse
- ○ Não desperta curiosidade e interesse

APÊNDICE D - Síntese dos resultados

Pergunta	Gráfico	Resumo
Qual a sua idade?		Ao analisar as respostas obtidas, conclui-se que 77,8% da amostragem do público geral se encontra entre a faixa etária de 18 a 34 anos.
Qual é o seu nível de habilidade na cozinha?		Compreende-se que a maior parte da amostragem possui nível intermediário e avançado.
Com que frequência você utiliza livros de receitas para cozinhar?		É possível observar que a ⅔ do público não consome efetivamente livros de receitas.
Qual é o critério mais importante para você escolher um livro de receitas?		Dentre as opções, destaca-se a importância da clareza do conteúdo e das ilustrações e fotografias do livro.
Qual é a importância do design em um livro de receitas na sua decisão de adquiri-lo?		Compreende-se que o público tem consciência da importância do design quando pensa em adquirir um livro de receitas.
Na sua opinião, qual é a importância do design em um livro de receitas para incentivar o compartilhamento de receitas com outras pessoas?		Entende-se que se o design do livro possui uma boa comunicação com o público, pode existir uma predisposição para