

CENTRO PAULA SOUZA
Etec Prof. Alfredo de Barros Santos
TÉCNICO EM DESIGN GRÁFICO

MESA PARA UM: LIVRO DE RECEITAS EM PORÇÕES UNITÁRIAS

**MESA PARA UM: A RECIPE BOOK WITH SINGLE-SERVING
PORTIONS**

Amanda Carolina Correa de Lima¹

Joana Oliveira Alves²

Letícia Rolando Frulani de Paula³

Maria Eduarda Borges Arneiro⁴

Maria Gabriella da Silva Bedaque⁵

Rogério Márcio Rodrigues Campos⁶

RESUMO

O projeto de conclusão de curso técnico em design gráfico, tem como tema a criação de um livro de receitas intitulado "Mesa para Um: Livro de receitas em porções unitárias". O projeto foi desenvolvido para facilitar a rotina de jovens e adultos que moram sozinhos, oferecendo receitas práticas e proporcionais pensadas especialmente para uma única pessoa. A pesquisa identificou que a falta de tempo decorrida por um estilo de vida do século XXI e a falta de receitas adequadas são problemas comuns para esse público, podendo assim gerar doenças crônicas, como diabetes tipo 2. O livro busca promover a independência culinária, alimentação caseira com receitas saudáveis e fáceis de preparar. Além disso, o projeto explora o design gráfico, com uma identidade visual jovem e moderna, utilizando tipografia amigável e um esquema de cores que inclui creme, vermelho, azul e preto, além de ilustrações autorais semi-realistas. Com uma abordagem metodológica mista e incluiu uma pesquisa de campo com 79 participantes, sendo que 36 foram selecionados como público-alvo.

Palavras-chave: Porções unitárias, rotina corrida, jovens, adultos, alimentação caseira, pesquisa de campo e independência culinária.

¹ Aluna do curso técnico em Design Gráfico da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos.

² Aluna do curso técnico em Design Gráfico da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos.

³ Aluna do curso técnico em Design Gráfico da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos.

⁴ Aluna do curso técnico em Design Gráfico da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos.

⁵ Aluna do curso técnico em Design Gráfico da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos.

⁶ Professor orientador do curso técnico em Design Gráfico da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos.

ABSTRACT

The technical course graduation project in graphic design focuses on creating a recipe book titled "Mesa para Um: Livro de receitas em porções unitárias" (Table for one: a recipe book with single-serving portions). The project was developed to facilitate the routine of young people and adults who live alone, by offering practical and proportional recipes designed specifically for a single person. The research identified that lack of time, stemming from a 21st-century lifestyle, and the absence of suitable recipes are common challenges for this audience, potentially leading to chronic diseases such as type 2 diabetes. The book aims to promote culinary independence and encourage home-cooked meals with healthy and easy-to-prepare recipes. Additionally, the project incorporates graphic design elements, presenting a youthful and modern visual identity with user-friendly typography, a color scheme featuring cream, red, blue, and black, and semi-realistic custom illustrations. A mixed-methodological approach was adopted, including a field study with 79 participants, 36 of whom were selected as the target audience.

Keywords: Single servings, busy routine, young adults, home-cooked meals, field research and culinary independence.

1 INTRODUÇÃO

O presente projeto de pesquisa de conclusão de curso técnico, aborda a criação de um livro de receitas que resulte satisfazer a fome de apenas uma pessoa. A pesquisa analisou o estilo de vida de seu público-alvo, sendo jovens e adultos que sofrem com uma rotina corrida e urbana no estado de São Paulo, influenciada pela Revolução Industrial. Pois, na história, para satisfazer o desejo burguês de ter mais lucro e produção em grande escala, houve a modificação econômica e social na Europa e, conseqüentemente, no mundo todo, (Martins, 1988, p.05). Ademais, é válido considerar a popularização do "movimento single" no Brasil, onde apresenta como maior vantagem ter uma moradia unipessoal, ou seja, morar sozinho. Segundo os dados divulgados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PEAD), realizada pelo IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - (2022), o país possui atualmente o total de 11,8 milhões de cidadãos residindo em domicílios sozinhos, um aumento significativo desde 2012.

Diante desse contexto, percebe-se mudanças em diversas áreas da vida dos consumidores, mas, principalmente no hábito alimentar que em muitas vezes é protagonizado por alimentos ultra processados ao invés de boa qualidade in natura, o que de fato transforma as refeições em principais elementos para o desenvolvimento

de doenças crônicas, desperdício de alimentos e ausência de independência no ramo culinário. Dessa forma, conclui-se a necessidade da criação de um meio que proporcione soluções para os desafios encontrados no processo de criação de receitas, já que, há um carecimento para tal público-alvo que deseja ter alimentação saudável e de maneira proporcional.

Visando atender suas necessidades de tempo reduzido pela rotina, as receitas selecionadas são fáceis e contam com passos claros, o livro também inclui fundamentos adquiridos ao longo dos anos acadêmicos no campo de design gráfico e como fruto uma identidade visual estabelecida que reflete o público e a mensagem escolhida para o produto.

Para garantir o intercâmbio entre a pesquisa, resultados estimados para o projeto e leitura fluida, é necessário um método eficaz. No projeto, usamos a abordagem quali-quantitativa, ou também conhecida como mista, que representa uma pesquisa composta por números estatísticos, sentimentos, opiniões e visões sobre o tema abordado. Para tal, escolhemos uma metodologia explorada em Fuentes (2009), que conta com uma série de autores com artigos sobre a gestão projetual e, um dos esquemas é o do designer Guillermo Gonzáles Ruiz, que divide o processo em três partes: **Analítica**: abrange coleta, organização e hierarquização de dados; **Criativa**: focada na formulação, escolha e validação de ideias; e **Executiva**: envolve ajustes, desenvolvimento e a materialização final do projeto.

2 PÚBLICO-ALVO

Público-alvo é um segmento de consumidores ao qual o produto/serviço procura atingir. Em projetos de design, estudar esse público é essencial para chegar a um consenso criativo que seja coerente com o mercado desejado:

Uma das funções dos sistemas de identidade visual é a de agregar à imagem corporativa, determinados conceitos que a valorizem junto ao seu público-alvo. Estes conceitos, por sua vez, são construções do imaginário dos sujeitos daquele universo. São conceitos - subjetivos, simbólicos, que muitas vezes só fazem sentido naquele universo próprio. Assim, é preciso compreender o universo e aprender a sua lógica para lançar mão de elementos que o expressem de uma forma tão natural que leve a uma identificação também natural entre o público-alvo e o objeto. Ou seja: é preciso compreender e aplicar o código daquele universo, que nem sempre é o mesmo do designer ou do próprio cliente, (Peón, 2003, p. 64).

Por meio da metodologia escolhida procuramos compreender os hábitos alimentares de nosso público-alvo através da coleta de dados. Por isso, realizamos

um formulário de pesquisa em que os resultados ajudaram na realização de um projeto condizente com o estilo de vida estudado.

O questionário ocorreu de forma online, pelo Google Forms, recebendo respostas dentro do período de quase um mês, sendo aberto dia 16 de abril e fechado dia 13 de maio. Foram colocadas 17 perguntas, por sua maioria com alternativas fechadas e objetivas. O propósito principal do “Mesa para Um”, como visto na introdução, é reunir receitas fundamentais para um indivíduo. Por esse motivo, selecionamos como objeto de pesquisa dentre as 79 respostas recebidas, um grupo de 36 pessoas que se encontrassem na faixa etária de 18 a 24 anos e/ou morarem sozinhas.

Com isso, os dados coletados, evidenciaram a realidade de um público do qual as receitas unitárias seriam úteis. Visto que jovens estão mais propensos a procurar por independência culinária e pessoas que moram sozinhas, estão mais propensas a procurar pelas porções unitárias, a fim de facilitar seu cotidiano e evitar excesso de comida. O grupo selecionado em questão, por sua maioria eram jovens (sendo 88,2% na faixa etária dos 18 a 24 anos) estudantes de média renda e gênero misto (sendo 41,1% masculino e 52,9% feminino).

Após o fechamento do formulário, foi possível constatar que a falta de tempo foi o principal tópico mencionado como fator dificultante para realização de receitas. Este fato pode ser comprovado com outra pergunta realizada, onde os entrevistados, por sua maioria (47,1%), relataram ter de 3 a 4 horas livre por dia. Ou seja, para as receitas selecionadas em nosso produto, mantivemos preparos simples e rápidos, também procurando melhorar a quarta maior dificuldade: a falta de receitas adequadas para sua rotina.

Portanto, ao analisar que os principais obstáculos para uma alimentação equilibrada partem da organização, direção de tempo e conhecimentos culinários, ficou claro que o “Mesa para Um”, pode se tornar uma solução. Adiante dos dados, as indicações incluídas no produto gráfico devem ser práticas.

Outras perguntas também contribuíram para o desenvolvimento do projeto, como a análise de hipótese de incluir uma seção dedicada a sobremesas no livro, visto que, as respostas indicaram o hábito de consumir doces após as refeições. Além disso, ficou evidente que as receitas deveriam priorizar ingredientes de qualidade, porém com custo acessível.

Também é válido ressaltar que a pesquisa se mostrou balanceada com relação ao hábito de cozinhar atualmente, mas manteve ênfase ao fato de os entrevistados cozinhareem pouco ou não todos os dias da semana. Sobretudo, a existência deste livro de receitas também pôde ser confirmada com o dado de que mais de 90% do público selecionado se mostrou interessado em melhorar suas habilidades culinárias.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Formato e Naming

3.1.1 Formato

Para que se realize uma representação adequada da obra “Mesa para Um”, é fundamental considerar sua estrutura, especialmente por se tratar de um modelo do tipo fichário, assim proporcionando flexibilidade e espontaneidade no design para o leitor hierarquizar de maneira mais dinâmica em qualquer contexto. Definiu-se dois suportes de impressão, ou seja, materiais para reproduzir com clareza textos e imagens contidos no primeiro, nesse sentido:

A escolha do suporte de impressão é crucial no design gráfico, pois influencia diretamente a percepção tátil e visual do projeto. Materiais como papéis texturizados, acabamentos brilhantes ou foscos e gramaturas específicas têm o poder de transformar uma peça gráfica simples em uma experiência sensorial sofisticada, (Sherin, et al. 2013, p. 78).

Já os tamanhos dos suportes de impressão também são importantes para estabelecer uma experiência estratégica e ideal aos leitores, Lupton (2006), “os formatos padronizados não só facilitam a produção e a reprodução gráfica, mas também proporcionam economia de materiais e eficiência no planejamento de layouts”.

3.1.2 Naming

O processo conhecido como Naming (nomeação, em tradução literal), refere-se a um conjunto de técnicas usadas para criar e desenvolver nomes para produtos, serviços, empresas, eventos ou projetos. O principal objetivo dessa prática é conferir identidade e diferenciação ao item nomeado, destacando-o da concorrência e reforçando sua proposta ou valores. O Naming envolve considerações linguísticas, culturais e de mercado, e busca gerar impacto imediato no público-alvo, ajudando a posicionar a marca ou evento de maneira estratégica.

3.2 Grid e Layout

O grid ou malha, é o principal fator na diagramação para tornar a página agradável e estimular a criatividade a partir da variação de colunas, sendo unicamente gerado através da construção geométrica articulada complexa, para sustentar critérios estéticos, funcionais e organizacionais, assim, alcançando o tão estimado equilíbrio nas páginas, em prol Haslam argumenta:

Cada um dos elementos da página – texto ou imagem– tem uma relação visual com todos os outros elementos: a grade fornece um mecanismo pelo qual essas relações podem ser formalizadas, (Haslam, 2008, p. 42).

3.3 Tipografia

A tipografia é o componente principal que caracteriza a escrita do design gráfico, complementada por outros componentes, tais como a cor e o ritmo. Em um livro, a transmissão do conteúdo para o leitor, se concretiza a partir das escolhas do diagramador, de como organizar os tipos em uma página. Lupton (2006) destaca que perguntas do tipo: “Qual fonte usar? De que tamanho? Como essas letras, palavras e parágrafos devem ser alinhados, spacejados, ordenados, conformados ou mesmo manipulados?” devem margear as definições projetuais, bem como a escolha e, posteriormente, a organização dos tipos devem ser consideradas com relação aos valores do contexto cultural e à finalidade do projeto gráfico-editorial.

Alguns termos se fazem necessários para melhor compreensão dos conceitos levados em consideração neste trabalho, como, por exemplo, a serifa, ou seja, um pequeno traço ou prolongamento que se encontra no fim das hastes de algumas letras, números e símbolos.

Figura 1: Demonstração de fonte serifada



Fonte: Medium.

3.4 Cores

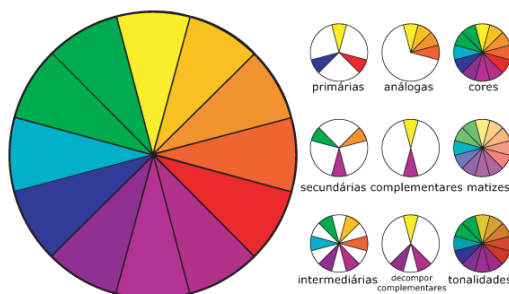
Há diversas representações para definir-se o que de fato é uma cor. De acordo Ferreira, (1999, P. 185) é uma sensação que a luz provoca no órgão visual humano, e que depende, primordialmente, do comprimento de onda das radiações provocadas.

Outra consideração notória são as cores na vida da humanidade no impacto psicológico, nesse sentido:

A cor exerce uma ação tríplice: a de impressionar, a de expressar e a de construir. A cor é vista: impressiona a retina. É sentida: provoca uma emoção. E é construtiva, pois tendo um significado próprio, tem valor de símbolo e capacidade, portanto, de construir uma linguagem que comunique uma ideia, (Farina, 1990, p.27).

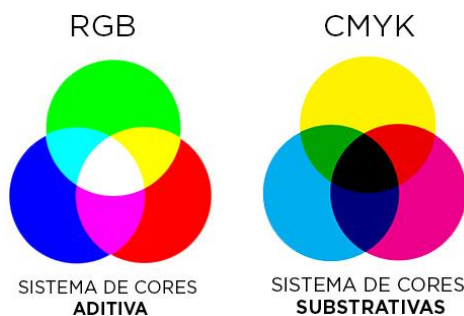
O círculo cromático, **figura 2** é a representação mais famosa da ampla combinação e classificação das cores, organizadas como cores primárias, ou seja, são cores puras que não são fruto de outras, as secundárias e terciárias, além das combinações, como complementares e análogas, em prol Thiel (2019, p18.) argumenta, “o círculo cromático é a base da teoria das cores, porque mostra a relação entre elas”. No design gráfico há também a classificação de cores aditivas, o que podemos chamar de cor luz e as cores subtrativas que são as cores como pigmento. O primeiro grupo possui como cores primárias, o vermelho, verde e azul, que quando combinadas em intensidades iguais, resultam na cor branca e são conhecidas pelas siglas das iniciais em inglês RGB (Red, Green, Blue), elas são utilizadas no meio digital, como em celulares e em televisores. Já as cores subtrativas têm como cores primárias ciano, magenta e amarelo, logo a soma destas geram a cor preto e assim foram denominadas de CMYK (Cyan, Magenta, Yellow e Key, sendo "Key" a referência ao preto), esse modelo é utilizado em impressões como jornais e revistas e atual projeto gráfico culinário.

Figura 2: Círculo cromático e suas combinações.



Fonte: Decoracao.com.

Figura 3: Representação das cores aditivas e subtrativas.



Fonte: Sala 7 Design.

Para o projeto "Mesa para Um", foram escolhidas quatro cores dentro do sistema CMYK, visando garantir alta qualidade de impressão e transmitir sensações positivas. A escolha das cores é essencial no marketing e no design gráfico, pois influencia a percepção e o engajamento, estando ligada à evolução humana e ao processo de associação do cérebro. O cérebro associa as cores a eventos passados e as relaciona com novas experiências, reforçando seu impacto emocional e simbólico. De acordo com a pesquisa de Machado (2024), essa relação mútua entre cores, sensações é evidenciada de maneira clara, mostrando como as escolhas cromáticas podem influenciar diretamente o público-alvo.

Figura 4: Representação da psicologia das cores.



Fonte: Alefotografo.

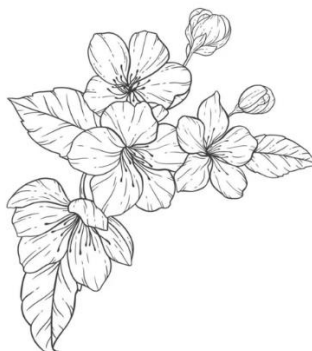
3.5 Ilustração e Textura

3.5.1 Ilustração

O papel da ilustração é essencial na visualização de conceitos complexos. Ela permite que a comunicação se faça mais direta e eficaz, sendo uma ferramenta poderosa para educar, informar e engajar o público. (Bonsiepe, 2011).

Existem diversos estilos de ilustração, como: Line art, digital, editorial e entre outros. Os tipos de ilustração se baseiam no apelo comercial e buscam atrair as pessoas em torno de alguma temática.

Figura 5: Exemplos de ilustração Line art.



Fonte: Depositphotos

3.5.2 Textura

Textura refere-se à característica de uma superfície, seja ela percebida visualmente ou por meio do toque. Na produção de materiais gráficos, ela desempenha um papel importante na criação de designs visualmente atraentes e impactantes. Podendo ser natural, artificial ou gráfica.

Figura 6: Exemplos de tipos de texturas.



Textura Natural

Textura Artificial

Textura Gráfica

Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

3.6 Navegação

A navegação e a abertura de capítulos são elementos essenciais do design editorial, pois impactam a experiência do leitor e a funcionalidade do livro. A navegação facilita o acesso às seções, enquanto os capítulos funcionam como unidades independentes, especialmente em não ficção. Neste cenário, o design deve destacar visualmente o início de cada capítulo de forma clara e intuitiva. Conforme a citação de Haslam:

Os capítulos representam divisões significativas dentro da estrutura editorial. Em muitos livros de não ficção, cada capítulo é autônomo e pode ser lido na ordem em que o leitor determinar. Para que o início de um capítulo se sobressaia é útil dotá-lo de significância visual. Isso pode tomar a forma de uma página espelhada dupla ou de uma página da direita distinta; páginas da esquerda geralmente não servem tão bem a esse propósito, pois ficam ocultas quando se folheia um livro. (Haslam, 2007, p.104)

Este trecho destaca a relevância das seções em livros, particularmente em obras de não ficção. O design pode ser realizado utilizando página duplas contínuas ou iniciar capítulos na página da direita, local onde tende a ser mais visível ao folhear um livro. Isso melhora a navegação e facilita a leitura, oferecendo uma estrutura clara ao leitor.

3.7 Capa e Contracapa

A capa de um livro, segundo Haslam (2010, p. 160), se torna uma promessa feita do autor para o leitor, de forma que funcione como um elemento de sedução para que o livro seja aberto e/ou comprado. Dessa forma, é evidente a importância em primeira instância que a capa possui em transmitir os valores do projeto e assim atrair o público-alvo estimado, além de potenciais compradores que possam vir a se interessar pela obra.

Ao considerar a expectativa de consumo, a capa e contracapa formam a experiência inicial de leitura e devem conter elementos que informem o conteúdo do livro de forma atrativa. Embora esses elementos possam variar, é fundamental que a capa inclua a imagem, o título da obra, o subtítulo (quando necessário) e o nome completo do autor. Ademais, a contracapa, formando um complemento secundário de leitura, deve conter uma sinopse que descreva ou promova a obra (Haslam, 2010, p. 161).

4 PROCESSO DE CRIAÇÃO

4.1 Formato e Naming

4.1.1 Formato

Os suportes escolhidos foram o papel, mais especificamente o offset 120g para as páginas, pois absorve melhor a tinta e é resistente à umidade, já o papelão localizado na capa e contracapa, torna-se ideal para o modelo em fichário e uma longa duração. No Brasil os formatos mais comuns seguem principalmente o padrão internacional ISO 216, com a série A, como A4 (210 mm x 297 mm), A3 (297 mm x 420 mm) e utilizado para a formulação inovadora do “Mesa para Um”, A5 (148 mm x 210 mm) respeitando as margens elaboradas através do grid e layout para a distribuições de informações.

4.1.2 Naming

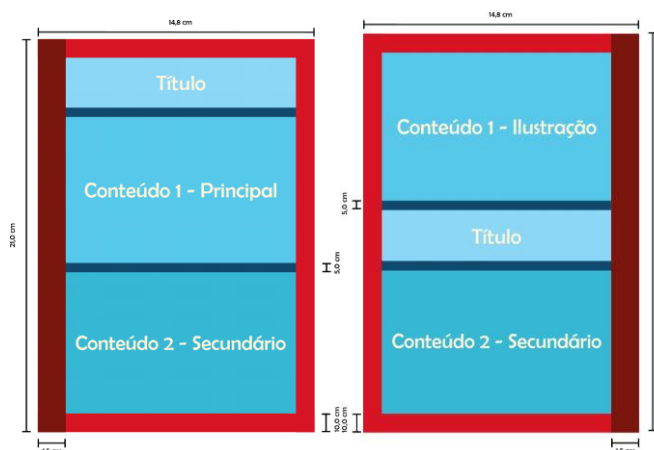
O nome "Mesa para Um" foi inspirado na expressão comum utilizada em restaurantes, onde o cliente solicita uma mesa para uma pessoa, geralmente em situações de reserva. A partir dessa expressão, foi criado um trocadilho que reflete a proposta e a missão do livro, assim realizando uma ligação direta com o leitor.

4.2 Grid e Layout

Tratando-se de uma ferramenta que padroniza a forma com a qual as informações são dispostas em conjunto do layout, esboço da distribuição dos elementos, segundo Fuentes (2009), que deve ser impactante, comovente e fácil de manipular. A equipe do projeto "Mesa para Um", tomou como inspiração após uma análise de similares, as fichas técnicas de preparo (FTP) no campo culinário, encontradas em grandes cozinhas em todo mundo ideal para o atual projeto gráfico. Em destaque o grid hierárquico, ou seja, a divisão da página em zonas, composto por colunas horizontais, que classificam as áreas maiores para materiais mais importantes, pode ser utilizado em diferentes formatos, como sites, revistas, jornais e no caso particular livros impressos.

O conteúdo localizado nas páginas do livro é desenvolvido por: título das receitas, ingredientes, modo de preparo - sempre utilizando proporções como xícaras, colheres, capacidade de peso, como gramas - e tempo estimado. Na **figura 7**, é possível observar a fachada e o verso, destacando-se a linha de 1,5 cm destinada aos furos das páginas, garantindo segurança na encadernação, ou seja, aos furos que permitem prender as páginas nas argolas.

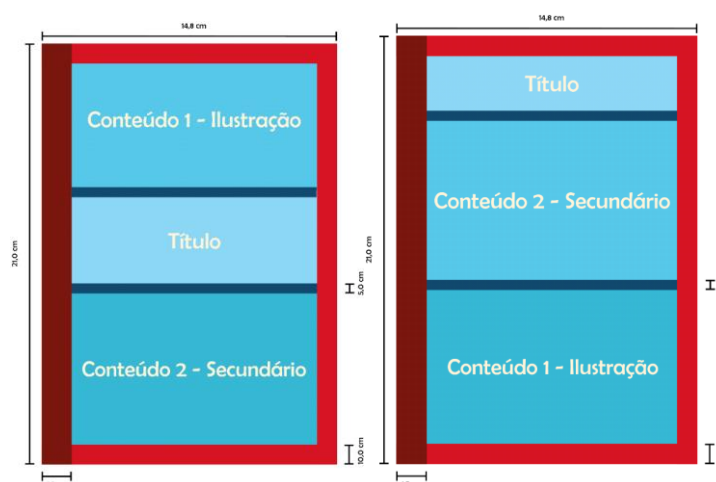
Figura 7: Fachada e verso.



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

E, a partir deste padrão, foram formuladas as variações de layouts da frente para as páginas do livro, de acordo com o tipo de ilustração formulada: **Modelo A:** Na parte superior, encontra-se o título da receita, sempre alinhado às margens. Ao centro, destaca-se a principal característica do modelo: uma ilustração Semi realista da receita. Logo abaixo, há uma coluna de tamanho médio, que apresenta, respectivamente, os ingredientes e o tempo de preparo, conforme ilustrado na **figura 7**. **Modelo B:** Diferentemente do modelo anterior, o modelo B, representado na primeira imagem da **figura 8**, apresenta a ilustração posicionada acima do título, que aparece logo abaixo, junto com as demais informações. **Modelo C:** O modelo mais distinto dos demais apresenta a ilustração posicionada no canto inferior, enquanto os textos estão localizados na parte superior, semelhante ao modelo A.

Figura 8: Representação dos modelos B e C.



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

4.3 Tipografia

Além do aspecto da legibilidade, consideramos importante que as tipografias de nosso projeto tivessem como característica, formas mais arredondadas e amigáveis, para deixar o público alvo, ainda mais confortável com a leitura. Ademais, no processo de identidade visual da obra, é notável padrões que voltados a letras manuscritas e cômicas. Dessa forma, no título e subtítulos das receitas, seria utilizada a fonte Delius Unicase, **figura 9** em seu peso *bold*, desenvolvida por Natalia Rices.

Figura 9: Delius Unicase.

DELIUS UNICASE (BOLD)

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
 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 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , .

Fonte: Google Fonts.

Nos conteúdos secundários, como os ingredientes e o modo de preparo, utiliza-se a fonte tipográfica da família Dinomik, **figura 10** em sua versão *semibold*, desenvolvida por [AgustianEkoSaputro](#).

Figura 10: Dinomik.

Dinomik (Semibold)

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
 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 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , .

Fonte: FFonts.

4.4 Cores

Figura 11: Paleta de cores.



Fonte: Colors.

A cor creme significa a pureza e a paz do branco, junto com o sentimento acolhedor do amarelo, em sua representação em diferentes é **CMYK 0-0-7-0**, **RGB**

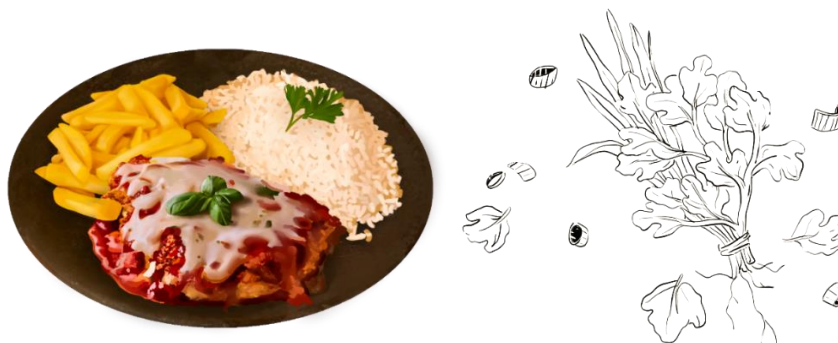
255-251-214 e em HEX #FFFBD6. O vermelho traz com sigio a sensação de energia e confiança, **CMYK 5-36-39-1, RGB 210- 70- 55 e HEX #D24637**. Já as demais, azul e preto são **CMYK 35- 19-5-0 RGB 43- 123- 162, HEX #2B7BAC** com o significado de calma e criatividade, já o preto traz à tona a sensação de formalidade **CMYK 28-27-25-29 RGB 54-52-53 e HEX #363435** respectivamente.

4.5 Ilustração e Textura

4.5.1 Ilustração

Foram utilizados no projeto dois estilos de ilustração: Line art e Semi realista. Enquanto as ilustrações Line art eram utilizadas para complementar as páginas, tanto em sua frente quanto verso, as Semi realistas foram colocadas como arte principal de cada receita, permitindo ao leitor visualizar como a receita ficará ao ser preparada.

Figura 12: Exemplos de ilustração Semi realista e Line art utilizadas na obra.

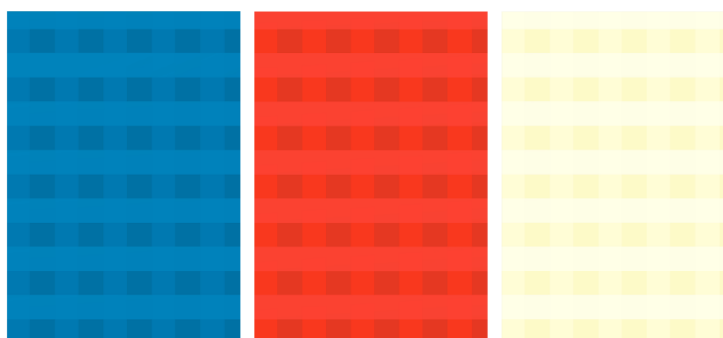


Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

4.5.2 Textura

Na obra encontra-se texturas gráficas na capa e contracapa, nas páginas das receitas e nas divisórias de navegação, utilizando de uma textura xadrez creme (**CMYK 0-0-7-0, RGB 255-251-214 e em HEX #FFFBD6**), para o verso de todas as receitas e nas divisórias de navegação. Para a frente das páginas das categorias **café da manhã e almoço**, utilizamos do padrão xadrez azul (**CMYK 35- 19-5-0 RGB 43- 123- 162, HEX #2B7BAC**). Enquanto nas páginas das categorias **jantar e sobremesa**, foi colocado o padrão xadrez vermelho (**CMYK 5-36-39-1, RGB 210- 70- 55 e HEX #D24637**).

Figura 13: Texturas utilizadas na obra.



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

4.6 Navegação

Em um livro de receitas, como "Mesa para Um", a divisão por capítulos organiza a estrutura do conteúdo de maneira intuitiva, facilitando a navegação. Cada capítulo se concentra em uma categoria específica - Café da Manhã, Almoço, Jantar e Sobremesa - agrupando as receitas conforme o tipo de refeição. Os capítulos, estrategicamente posicionados na página direita, ganham destaque visual, seguindo o conceito de Haslam.

No projeto "Mesa para Um", a seleção de ilustrações para cada tipo de receita, como um bolo de cenoura no café da manhã, ilustra a estratégia de destacar visualmente o início de cada capítulo. Isso melhora a acessibilidade e torna a leitura mais eficiente e atrativa, atendendo demandas funcionais e estéticas.

Figura 14: Exemplos de divisórias aplicadas a cada categoria na obra.



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

4.7 Capa e Contracapa

De acordo com o autor Haslam (2010, p. 160), a capa de um livro tem duas funções: proteger as páginas e indicar o conteúdo. A partir dessas considerações, a

concepção da capa e contracapa do livro “Mesa para Um”, foi definida. Essa escolha proporciona maior resistência durante o manuseio da obra e contribui para a preservação do miolo, onde estão as receitas.

No que diz respeito à segunda função da capa, conforme proposta por Haslam, buscou-se incorporar os elementos visuais presentes na identidade do projeto, utilizando-os para comunicar, de forma clara, o propósito do livro. Para isso, o design manteve o estilo de ilustração, a textura, as cores e a fonte tipográfica utilizadas nas demais páginas da obra.

Figura 15: Capa e contracapa.



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024).

Para o desenvolvimento da capa, era essencial comunicar a característica de que as receitas são apresentadas em porções unitárias. Esse propósito foi alcançado por meio do destaque do termo "Um" no título, da ilustração de uma mesa posta para uma pessoa e da descrição complementar na parte superior do design. Além disso, por se tratar de um livro que reúne receitas para diferentes refeições, a capa não faz referência a uma receita específica. O uso da cloche mantém o caráter abrangente da obra, despertando a curiosidade dos leitores sobre as receitas que serão exploradas no interior do livro.

A contracapa, como elemento complementar à leitura e compreensão, apresenta uma sinopse e esclarece que se trata de um projeto de conclusão de curso, que explora o tema das receitas unitárias. Além disso, como uma representação lúdica que segue o padrão visual da capa, a sinopse está disposta em um prato de uma mesa posta sobre fundo azul, fazendo alusão ao prato da capa após a retirada da cloche.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os livros de receitas sempre desempenharam o papel de preservar e registrar preparações culinárias relevantes, assegurando sua utilidade em ocasiões futuras. Nesse sentido, o projeto “Mesa para Um” dedicou-se a identificar as principais demandas dos jovens adultos contemporâneos no âmbito da alimentação, como o resgate de refeições caseiras completas, a valorização do consumo de alimentos orgânicos e a promoção do autocuidado voltado à saúde.

Com base nesses objetivos, aliamos tais reflexões aos conhecimentos de design gráfico adquiridos, buscando integrar elementos de design funcional a uma estética moderna e prática. Essa abordagem visa estabelecer uma conexão eficaz com o público-alvo, facilitando tanto a interação com o projeto quanto a prática do autocuidado no cotidiano.

Conclui-se, portanto, que a oferta de uma experiência gastronômica enriquecedora se apresenta como um elemento indispensável no contexto do século XXI, marcado pela persistência de estereótipos limitantes no campo da alimentação, ao mesmo tempo em que reafirma a pertinência e os propósitos deste projeto.

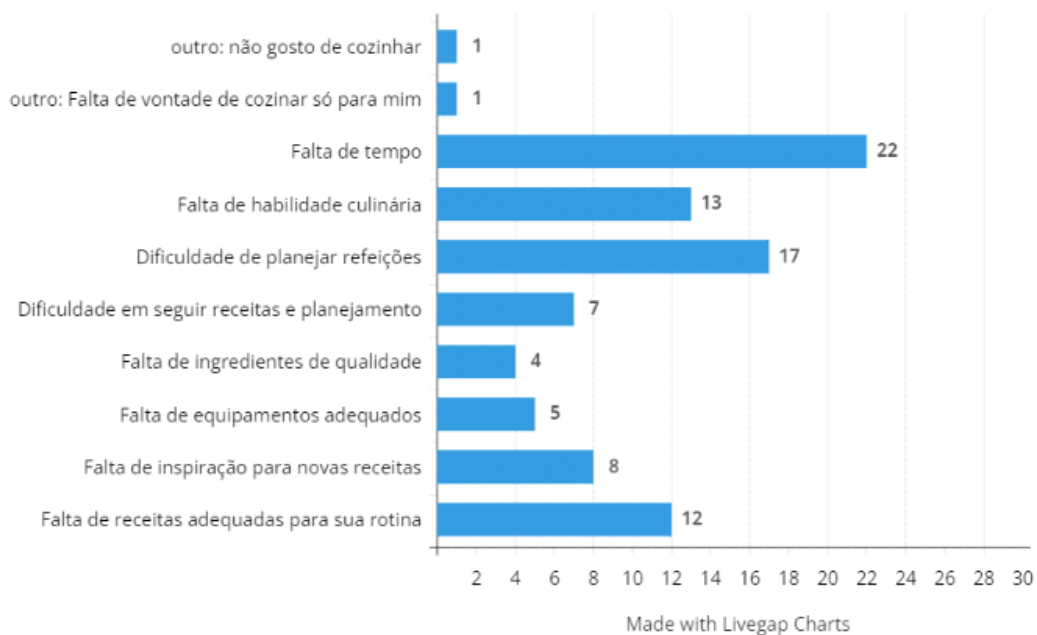
REFERÊNCIAS DE PESQUISAS BIBLIOGRÁFICA

- BASSOLI D. **Quase 12 milhões de pessoas moram sozinhas no Brasil; conheça a tendência single: quem mora sozinho busca funcionalidade, conforto, praticidade e inovação.** Empreendimentos, 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/empreendimentos-imobiliarios/bassoli/canal-dbe-morar-e-investir-em-curitiba/noticia/2023/11/23/quase-12-milhoes-de-pessoas-moram-sozinhas-no-brasil-conheca-a-tendencia-single.ghtml>>. Acesso em: 06 abr. 2024.
- BRASIL. IDEC. **Alimentação em pauta: guia para profissionais de comunicação.** Guia para de comunicação. 2024. Disponível em: <<https://idec.org.br/alimentacaoempauta/>>. Acesso em: 06 abr. 2024.
- CERVO, AMADO L., BERVIAN, ALCINO P., DA SILVA R. **Metodologia Científica.** 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. p. 61 e 79
- FARINA M. **Psicodinâmica das cores em comunicação.** 4.ed. São Paulo: Edgard Blucher, 1990. p. 27
- FUENTES R. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa.** 1. ed. São Paulo: Edições Rosari, 2009. p. 29 e 30

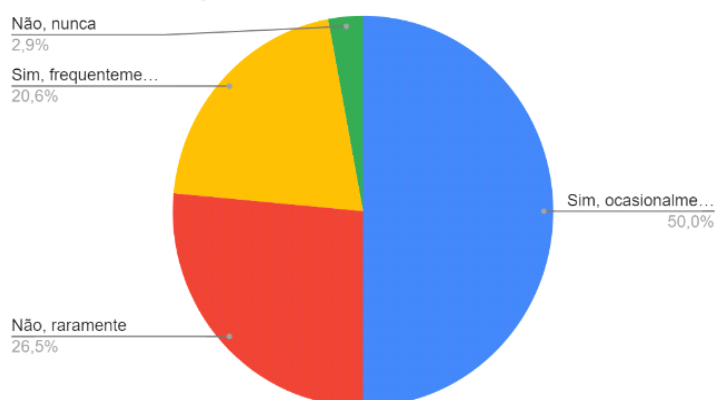
- GRAMSCI A. **Concepção dialética da história**. 4.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995. p. 50
- HASLAM, **Psicologia nas Organizações: A Abordagem da Identidade Social**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008. p. 42
- HASLAM, A. **O Livro e o Designer II: Como Criar e Produzir Livros**. 2. Ed. São Paulo: Rosari, 2007. p. 104
- LAKATOS E. **Fundamentos de metodologia científica**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2017. p. 91
- LEOCÁDIO R. **O que é Grid? – Definição e Tipos de Grids no Design** Futura express, 2020. Disponível em: <<https://www.futuraexpress.com.br/blog/o-que-e-grid/>>. Acesso em 10 ago. 2024
- LUPTON E. **Pensar com Tipos: Um Guia para Designers, Escritores, Editores e Estudantes**. 2.ed. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2006, p. 88
- MACHADO A. **Psicologia das cores e fotografia: saiba como elas interagem** Alefptografo, 2024. Disponível em: <<https://www.alefotografo.com.br/blog/psicologia-das-cores-e-fotografia-saiba-como-elas-interagem>>. Acesso em 18 nov. 2024
- SHERIN, A. **Sustainable Thinking: Ethical Approaches to Design and Print**. 1 ed. Nova York: Fairchild Books, 2013. p. 78.
- TRANJAN, GOMES, NOGUEIRA, IKEDA E COLFERAI. Nestlé- **O alimento que jogamos fora: causas, consequências e soluções para uma prática insustentável: o desperdício de alimentos**. MindMiners, 2023, cap. 2. Disponível em: <<https://conteudo.mindminers.com/estudos-originais/o-alimento-que-jogamos-fora>>. Acesso em: 25 mar. 2024
- VIECELI, **Brasil tem 11,8 milhões de pessoas que moram sozinhas, diz IBGE**. 2023, ESTADO DE MINAS. Disponível em: <https://www-em-com.br.cdn.ampproject.org/v/s/www.em.com.br/app/noticia/nacional/2023/06/16/interna_nacional,1508125/amp.html?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=De%20%251%24s&aoh=17114137623058&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fwww.em.com.br%2Fapp%2Fnoticia%2Fnacional%2F2023%2F06%2F16%2Finterna_nacional%2C1508125%2Fbrasil-tem-11-8_milhoes-de-pessoas-que-moram-sozinhas-diz-ibge.shtml>. Acesso em: 7 abril. 2024
- VISIBLE Logic: Design Basics. **CMYK, RGB, PMS: Color Systems Defined**, 2011. Disponível em: <<https://www.visiblelogic.com/blog/cmyk-rgb-pms-color-systems-defined/>>. Acesso em: 23 set. 2024

APÊNDICES: Gráficos referentes à pesquisa de público-alvo

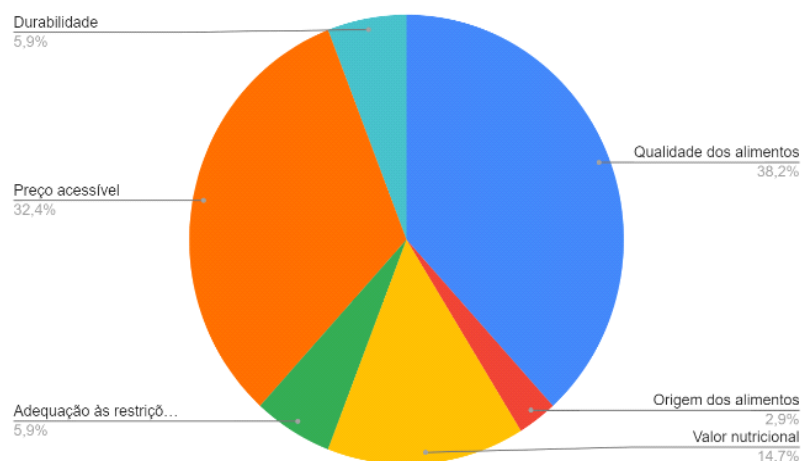
Quais são as dificuldades que você mais enfrenta na cozinha?



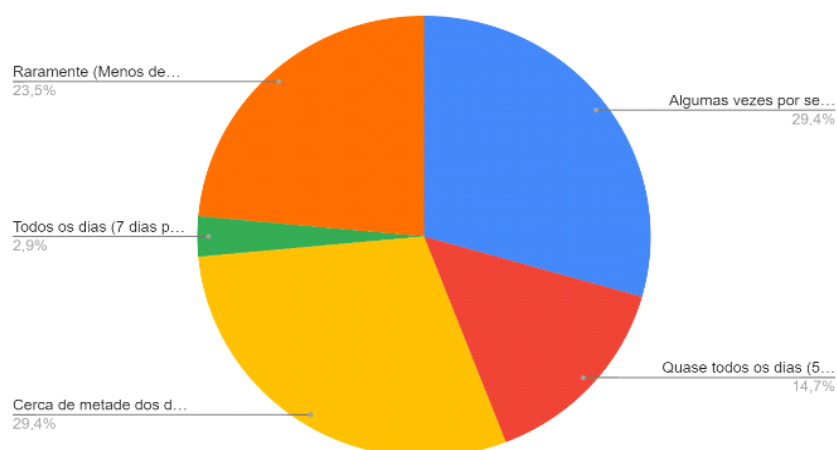
Após uma refeição você possui o hábito de comer doce?



Qual sua prioridade ao comprar alimentos/ingredientes?



Em média, quantos dias na semana você cozinha?



Você gostaria de melhorar suas habilidades culinárias?

