

Materialização da Internet: do digital para o analógico

*uma reflexão sobre a sociedade
de consumo contemporânea*

Ana Sofia Ferreira Azevedo Matos

Mestrado em Design de Comunicação

Julho 2024

Materialização da Internet: do digital para o analógico

*uma reflexão sobre a sociedade
de consumo contemporânea*

Ana Sofia Ferreira Azevedo Matos

Mestrado em Design de Comunicação

Julho 2024

Orientador: Sérgio Correia

Obrigada ao professor Sérgio Correia,
pela disponibilidade e incentivo neste projeto.

À minha família e amigos,
por aceitarem a minha ausência ao longo dele também.

A quem me ajudou a dar sempre a volta por um lado ou pelo outro,
mas nunca por baixo, obrigada Marta.

Resumo

Se inicialmente a partilha de informação dependia do papel impresso, hoje em dia as plataformas digitais ocupam o terreno. *Scrolls* infinitos de navegação e cliques fáceis e rápidos tornaram-se aspetos dominantes do dia a dia moderno, transformando profundamente a forma como produzimos, consumimos e nos relacionamos com a informação.

Este projeto reflete acerca destas questões, explorando a relação entre os meios analógico e digital no contexto capitalista contemporâneo. Com recurso a ferramentas e métodos de investigação, representação e mediação de informação característicos do Design editorial desconstroem-se as práticas de navegação do *Twitter* em matéria tangível.

Este não é um simples ato de impressão. Nesta investigação entende-se o livro como um lugar para reinterpretar e materializar a cultura *Web*, desafiando os seus limites formais bem como a sua função e intenção originais. Valorizam-se os métodos e o processo, cruzando metodologias subjetivas com lógicas sistémicas e algorítmicas. O projeto resulta num objeto híbrido singular, *Turning clicks into pages*, refletindo através do Design o ciclo contínuo de hábitos, repetições e padrões que o digital pode significar.

Palavras-chave: Analógico, Consumo, Design editorial, Digital, Híbrido, *Web*

Abstract

For years our society relied on the printed matter as a communication system but the days of the letterpress are long gone. Digital platforms have taken over. Infinite scrolling and quick, easy clicks have become dominating aspects of our modern lives, deeply reshaping how we produce, consume and communicate.

Delving into these issues this project explores the relationship between analog and digital media in the contemporary landscape. By using tools and methods of information representation that are core characteristics of Editorial Design, the work deconstructs Twitter's navigation system into tangible matter.

More than the act of printing this research recognises the book as a space to materialize and reinterpret the Web, challenging its original function and intention. Intertwining subjective methodologies with systematic and algorithmic logics, the project culminates into one singular hybrid object, *Turning Clicks into Pages*. Through Design it reflects the continuous cycle of habits, repetitions and patterns that the digital can represent.

Keywords: Analog, Consumption, Editorial Design, Digital, Hybrid, Web

<i>Introdução</i>	13
Problematização, questões de investigação e objetivos	15
Estrutura	16
<i>1. Enquadramento</i>	19
1.1. Contexto sociocultural	21
1.1.1. Sociedade de consumo	21
1.1.2. Uma nova cultura de massas	22
1.2. Analógico e digital: a importância do contexto	23
1.2.1. Uma nova economia de circulação	23
1.2.1.1. Qualidade e autenticidade na era Digital	24
1.2.2. Capitalismo digital	25
1.3. Estratégias híbridas	26
1.3.1. Casos práticos	27
<i>2. Metodologia</i>	33
2.1. Contexto de investigação: <i>Twitter</i>	35
2.2. Métodos de recolha	36
2.3. Análise da navegação no <i>Twitter</i>	37
2.3.1. Mecânica de navegação: O papel da <i>hashtag</i>	38
2.4. Sistematização da recolha	39
2.4.1. Questões estruturais e temporais	40
2.4.1.1. A temporalidade no <i>Twitter</i>	41
<i>3. Projeto editorial</i>	43
3.1. Estrutura e mecânica do livro	45
3.1.1. O sistema de navegação enquanto estrutura	46
3.1.2. Estrutura formal da publicação	47
3.1.3. Objeto e utilizador	49
3.2. Formato	50
3.3. Composição gráfica	51
3.3.1. Anatomia de um <i>tweet</i>	51
3.3.2. Anatomia da página	52
3.3.3. Elementos de um projeto editorial	53
3.3.3.1. Grelha	53
3.3.3.2. Tipografia	54
3.3.3.3. Conteúdo multimédia	56
3.3.3.3.1. Elementos estáticos	56
3.3.3.3.2. Elementos dinâmicos	58
3.3.3.3.3. Tratamento visual da informação	59
3.3.4. Mapeamento temporal	60
3.4. Produção e pós-produção	61
3.4.1. Miolo	61
3.4.2. Capa e sobrecapa	63
3.5. Resultados visuais finais	64
<i>Conclusões</i>	77
Tempo, memória e experiência	79
Consumo e consciência social	80
Possibilidades futuras	81
<i>Referências</i>	85
<i>Lista de figuras</i>	89

Introdução

Problematização, questões de investigação e objetivos

1. Referência ao episódio *Nosedive* da série *Black Mirror* (temporada 3), dirigido por Joe Wright, que explora um futuro distópico onde as relações humanas são mediadas por interações e avaliações virtuais.

Perante um cenário pós-industrial e pós-epidémico, onde o consumo digital se intensificou progressivamente, a exposição a que fomos sujeitos moldou a nossa relação não só para com os objetos de consumo mas também para com a própria sociedade. A ideia de um mundo movido por gostos não é só fictícia¹. Percorremos anúncios em ecrãs de telemóveis; a nossa atenção é regularmente interrompida por propagandas e promoções *pop-up*; vivemos para um número efémero de amigos e seguidores conectados através de um *Wi-Fi* (Ricciardi, 2020). Mas, com os aparelhos eletrónicos convertidos em centrais de comunicação, a velocidade e acessibilidade com que se partilham dados podem ser também problemáticas (Greenfield, 2017; Nogueira, 2020).

Numa conexão em rede quase que imperativa, a constante procura e pressão por estar a par geram uma sobrecarga de informação difícil, senão impossível, de digerir. Contudo, persiste uma dificuldade em quebrar essa dependência. Porquê?

Com o intuito de perceber como é que as novas tecnologias têm impactado a comunicação e, inevitavelmente, o Design, este projeto procura analisar, de um ponto de vista prático, a correlação entre forma, conteúdo e contexto. Através de uma abordagem híbrida e editorial, compilam-se registos digitais em formato analógico. O que significa quando uma informação é retirada do seu lugar de origem? Como é que a nossa perceção se altera? Pode o suporte mudar a leitura do conteúdo? Como é que um influencia o outro?

Reconhecendo o suporte como elemento ativo na interpretação da informação, o projeto entrelaça uma perspetiva analítica e experimental, numa procura por desconstruir o próprio processo de navegação digital na estaticidade da página impressa. Como podem características efêmeras por natureza funcionar como matéria tátil?

2. A plataforma *Twitter* é, atualmente, designada X.

Neste sentido, e face a um universo onde a informação é dispersa e proveniente de diferentes canais de circulação, a temática que aqui se propõe explorar procura evidenciar um aspeto particular da cultura de massas atual — a poluição de dados digital. A *World Wide Web* e, em especial, as redes sociais representam uma grande fatia do nosso consumo tecnológico diário (Orlowski, 2020; Shugars et al., 2021). Exemplo disso é a plataforma *Twitter*², que serve como caso de estudo deste projeto.

Se enquanto espaço público estas ferramentas são uma fonte de inspiração, conhecimento e entretenimento, a simplicidade do processo de partilha gera também uma responsabilidade no utilizador. Este é não só consumidor mas

também produtor e mediador de conteúdo (Fauconnier, 2007; Ludovico, 2012; Stalder, 2007). “Os novos media somos nós, através das partilhas que fazemos. (...) Funcionamos como canais não só de distribuição mas também de criação da informação. E não se criou essa consciência pública” (Cruz, 2020a).

Enquanto participantes ativos da *network*, viciados em aplicações como a *Netflix* ou em fazer *scroll* pelas redes sociais, também nós contribuimos para o *loop* infinito que é o digital. Hoje em dia consumimos o nosso próprio produto, através do algoritmo (Metahaven, 2018; Zuboff, 2019). Mas até que ponto, ou com que frequência, ainda questionamos as nossas ações?

O projeto não pretende ser uma solução mas um apelo, utilizando a disciplina do Design como ferramenta crítica para promover uma reflexão acerca da nossa relação para com a tecnologia.

Estrutura

No seguimento das ideias expostas, este relatório subdivide-se, fundamentalmente, em três momentos. Primeiramente, é abordado o contexto sociocultural em que o projeto se insere, onde importará perceber como surge a problemática proposta e porque é ainda relevante na sociedade atual. Reflete-se acerca da relação entre consumo e capitalismo, explorando como estes conceitos têm vindo a moldar não só a sociedade mas a própria prática do Design. Neste cenário, discutir-se-á a evolução dos meios analógicos e digitais, examinando de que forma as novas tecnologias influenciam os processos de produção e distribuição da informação — bem como as noções tradicionais de autoria, qualidade e autenticidade. Essa análise será fundamental, sobretudo, no contexto da *Web*, onde, face a um novo paradigma económico, a relação entre conteúdo e utilizador ganha novos significados.

Posteriormente, é estudado o surgimento de uma nova vertente híbrida no campo do Design, potenciada pelo cruzamento entre os dois universos, tradicional e digital. Referenciar-se-ão projetos editoriais que exploram as temáticas apresentadas, identificando características e técnicas em cada um deles.

O capítulo seguinte, *Metodologia*, inicia o desenvolvimento prático do projeto, detalhando como foi pensada a seleção e recolha da informação. Num primeiro momento, é estudado o contexto de investigação — o microblog *Twitter* — e identificadas as ferramentas e os mecanismos que direcionam a navegação na plataforma. A partir dessa análise, estabelece-se um conjunto de regras de carácter espacial e temporal, definindo um sistema para a recolha do conteúdo.

Simultaneamente é pensado o capítulo seguinte, *Projeto editorial*, onde se começa por explicar a estrutura formal do livro, paralelizando-a à mecânica de navegação do *Twitter*. Depois, explora-se a composição gráfica da informação recolhida, auxiliada por ferramentas e métodos de investigação, representação e mediação característicos do Design editorial. Analisam-se os dados de um ponto de vista qualitativo, identificando padrões e relações hierárquicas. A partir delas desenvolvem-se a anatomia da página e a grelha editorial, definindo áreas para os diferentes tipos de conteúdo a trabalhar. Detalham-se ainda as restantes decisões formais — desde escolhas tipográficas à inclusão de um mapeamento temporal.

De seguida, são debatidas questões de produção e pós-produção, como o miolo e a capa, reservando ainda espaço à apresentação dos resultados visuais finais do projeto *Turning clicks into pages*. Por último, as conclusões e reflexões acerca do mesmo.

1. Enquadramento

Este primeiro capítulo iniciará com uma breve contextualização sociocultural do projeto, analisando de uma perspectiva crítica, política e económica a evolução da sociedade de consumo contemporânea. Discutir-se-á como o aparecimento e adoção do digital impactou não só esse processo mas a própria disciplina do Design, redefinindo a forma como produzimos, consumimos e nos relacionamos com a informação. A fim de aprofundar estas questões, explorar-se-á a relação entre os meios tradicionais e digitais, examinando em que medida é que as suas características, manifestamente distintas, potenciam novas narrativas e práticas híbridas no campo do Design.

1.1. Contexto sociocultural

1.1.1. Sociedade de consumo

Num universo governado por excessos capitalistas, crises e disputas políticas, o desejo por mais sempre existiu numa sociedade onde o consumo desempenha o vínculo principal para a satisfação das suas necessidades. A verdade é que a crítica à sociedade de consumo e às massas não é um discurso inaugurado hoje. Já em 1964, com a divulgação do manifesto *First things first*, se defendia a necessidade de uma sociedade com valores democráticos e críticos (Garland, 1999). Ao expôr como problemática a prioridade da publicidade em detrimento da cultura, Ken Garland reivindicava ao papel do Design uma posição cultural “pro bono”. Criticou-se, essencialmente, a falta de ética no Design, num permanente debate sobre a relação dos designers com o sistema capitalista no qual se inseriam. Mais tarde, na década de 1990, é reformulado o ensaio original e publicada uma versão atualizada, o *First things first manifesto 2000* (Barnbrook et al., 1999). Esta última, publicada em plataformas como a *Adbusters*, *Eye* e *Emigre*, é cronologicamente muito próxima de *Junkspace*, de Rem Koolhaas (2002).

Em *First things first*, o reequacionar dos valores da disciplina do Design diz respeito a uma tomada de posição crítica relativamente à forma como as competências do designer devem ser aplicadas (Poynor, 1999). Iguala-se o valor de um design ao valor social projetado pelo mesmo, onde se sustenta que o “bom design” é tudo aquilo que não serve o meio consumista.

De uma perspetiva geral, *Junkspace* surge de uma nítida censura ao consumo da época. Koolhaas é crítico, em grande medida, de um ponto de vista estético, político e económico ao uniformizar os indivíduos num aglomerado sem capacidade para ter opinião ou questionar, que aceita tudo. Cria-se a ideia de um “estado de dormência”. Certas referências, como o centro comercial ou os aeroportos, são um meio para aludir a uma sociedade que está a ser levada no efeito anestésico do *junkspace*, onde não se demarcam posições nem discursos críticos (Koolhaas, 2001).

Há no texto uma ligação entre o centro comercial e a ideia de cenário. A materialidade do próprio espaço de arquitetura tem um sentido de que não é para durar. Contudo, disciplinas como a Arquitetura ou o Design sempre partilharam historicamente a busca pelo projeto perfeito, o qual não deveria ter, portanto, esse sentido de artificialidade. O lugar do centro comercial como Disneylândia relaciona-se aqui com o manifesto *First things first*, na medida em que ambos os textos partilham um discurso muito crítico e direto em relação ao marketing, à sociedade de consumo e à cultura de massas.

Estas questões continuam a ser relevantes na atualidade. Em 2014 (Peters et al.) e, mais recentemente, em 2020 (O'Brien, Dharia & Gaydos) são publicadas uma terceira e quarta edições do manifesto. Atualizadas no seu conteúdo e forma, estas versões permitem ao utilizador a subscrição *online* do mesmo, explorando vantajosamente as possibilidades trazidas pelos novos suportes de comunicação digitais. Num circuito de valores e critérios bastante diferentes dos de 1964, a ideia de consumo direcionado reflete-se agora através dos novos media, onde a direção a tomar passa por entender o *junkspace* como algo que já não é necessariamente físico — mas que continua a acumular e a gerar o seu volume. “Junkspace is today what it used to be yesterday, actually, but deprived of its physical nature, sublimated to algorithm mantra and spread like a virus with likes and shares” (Ricciardi, 2020, para.8).

1.1.2. Uma nova cultura de massas

O mundo evoluiu drasticamente desde a invenção do primeiro caractere móvel, e com ele a humanidade. A introdução da máquina, no final do século XIX, possibilitou a partilha de informação numa escala e ritmo sem precedentes. Desde então, a subsequente ascensão de novas tecnologias transformou profundamente os nossos hábitos, escolhas e ações — e, inevitavelmente, também a disciplina do Design (Manovich, 2001). Surgiram novas formas de lidar com a reprodução, composição e representação de informação e geraram-se novos grupos de profissões e especializações. O modelo de encomenda/cliente fixo já deu o que tinha a dar (Cruz, 2020b). Desde a tipografia à produção e edição de imagem, foram várias as competências que emergiram (Correia, 2010).

Se antigamente o uso de suportes externos para o armazenamento de dados recorria a técnicas como a escrita ou a fotografia, a nossa confiança para guardar informação é agora depositada em métodos que não controlamos. De discos externos, a *flash drives*, à própria *Internet*, estes novos sistemas, ainda que revolucionários, são nada mais que linguagens codificadas cujo acesso é pendente da máquina. “What else disappears from the world? (...) All of these have already been transfigured into a dance of ones and zeroes, or are well on their way to such a fate” (Greenfield, 2017, p.12).

Ao mesmo tempo que a nossa relação para com o papel se alterou, o livro, enquanto bem material, viu a sua reposição ameaçada por *e-books* e acessos instantâneos (Losowsky, 2013). Isto abriu asas a um questionamento e crescente especulação acerca da relevância do objeto impresso na sociedade (Ludovico, 2012; Muller, 2007; Shaughnessy, 2019). Mas como é que isso tem influenciado a leitura e interação do utilizador para com o próprio conteúdo? Quais os limites de uma memória que só existe virtualmente?

12. Analógico e digital: a importância do contexto

Num cenário em constante evolução, onde as fronteiras entre o real e o virtual se tornam cada vez mais difusas, torna-se essencial analisar aquilo que diferencia os dois universos. O que se entende por analógico? E por digital? Para uma disciplina como o Design, esta distinção é pertinente, sobretudo, no que diz respeito ao contexto, ou seja, ao suporte onde a informação é apresentada.

Em *The medium is the message: An inventory of effects*, McLuhan (2003) propõe uma visão do meio (*medium*) como uma condicionante à mensagem, alegando que o seu impacto na comunicação é tão ou mais determinante do que o conteúdo em si. Para o autor, todo e qualquer ambiente influencia ativamente a forma como interpretamos a informação. Ao mesmo tempo, importa reconhecer que a perceção de uma dada mensagem é também influenciada pelas diferentes perspetivas, experiências e valores de quem a interpreta, sendo o seu significado uma construção social, “aberto” a múltiplas interpretações (Moura, 2018). Neste sentido, e não limitando a comunicação a uma visão absoluta do meio, entende-se que nenhum suporte é, em si, neutro. A sua natureza material revela também algo e influencia questões tanto estéticas quanto funcionais (Manovich, 2001; Metahaven, 2008).

Ao pensar na ideia de suporte é comum que essa associação remeta para algo tangível. Se por um lado essa noção é válida quando falamos de formas de representação de informação mais tradicionais ou analógicas — como é o caso da imprensa —, o mesmo não se aplica integralmente ao meio digital. Com o desenvolvimento das novas tecnologias e a transformação vivida no campo do Design, ainda que o acesso ao conteúdo seja feito através de um dispositivo físico, como o ecrã de um telemóvel, a sua materialidade prende-se apenas com uma função mediadora, entre utilizador e Design (Ludovico, 2012; Manovich, 2001). Neste sentido, não se podem considerar apenas questões de natureza física. A infraestrutura onde o conhecimento circula expande-se a um lugar virtual, que se interconecta e multiplica exponencialmente (Austin & Doust, 2007; Metahaven, 2008). “Currently, we find surface to be multiplying beyond reason, growing exponentially and immaterially” (Duvall, s.d., p.6). Aquilo que interessará aqui analisar, em particular no contexto da *World Wide Web*, é como é que as características desta esfera alteraram (e alteram) as noções de ação e de produção, impactando os próprios elementos do Design gráfico (Metahaven, 2008).

1.2.1. Uma nova economia de circulação

Segundo Manovich (2001), os novos meios de comunicação devem ser entendidos como uma linguagem própria, que molda não só a forma como o conteúdo é acedido mas também produzido e distribuído. Face aos limites físicos de um suporte mais convencional e estático, como o livro impresso, a natureza interativa destes novos canais revolucionou a experiência de navegação dos utilizadores, abrindo espaço à participação do público (Austin & Doust, 2007; Ludovico, 2012; Stalder, 2007). Nomeadamente em plataformas sociais, ações como publicar ou partilhar geraram novas práticas e processos colaborativos, transformando o papel do utilizador. De um mero consumidor, este passou

a também autor e editor, fomentando a base de um novo modelo de autoria, centrado na ideia de comunidade (Fauconnier, 2007, p.26).

Contudo, importa reconhecer que a interação não é uma exclusividade tecnológica. Ainda que de maneira fundamentalmente distinta, ela pode também ser observada em objetos como o livro impresso (Manovich, 2001). O simples ato de colorir, por exemplo, considera a participação do leitor, impelindo-lhe uma ação. Neste sentido, e tal como a própria disciplina, o livro não deve ser diminuído a um mero processo de transmissão, mas estendido a outras camadas de significado.

Por outro lado, as possibilidades de manipulação e disseminação da informação proporcionadas pelo digital levantam também novos desafios na interpretação da mesma. Perante um sistema mediado pelos próprios utilizadores, o ciclo contínuo de interação e produção que se gera impulsiona uma nova cultura visual, onde os significados se multiplicam. Na visão de Duvall (s.d.), à medida que o conhecimento vai sendo fragmentado e descontextualizado na esfera digital, a diversidade de perspectivas que emergem projetam um colapso entre o significado original e as novas associações que surgem. Consequentemente, distante do seu lugar de origem, a informação adquire novos significados, convidando o leitor a sucessivos diálogos e reinterpretações. “Plurality of meaning has replaced fixed meaning, and subjectivity has replaced objectivity” (Duvall, s.d., p.19).

Isto é visível, por exemplo, através do fenómeno do *meme*, onde a relação entre forma e conteúdo acontece de forma exponencial (Duvall, s.d., p.38). Partindo de uma estrutura base, que incorpore elementos familiares ao espectador comum, desenvolve-se uma linguagem semiótica interna, criada pela e para a multidão. O uso dessas referências funciona como um “atalho” visual, uma piada na rede, facilitando uma rápida compreensão e leitura da informação — por vezes até superficial. Neste contexto, evidencia-se uma estética de rua, onde as novas formas de representação que se geram criam uma cadeia quase infinita de significados.

1.2.1.1. Qualidade e autenticidade na era Digital

Esta dinâmica de partilha impacta não só a forma como o conteúdo circula mas também o seu grau de qualidade. Se por um lado o meio digital amplia as possibilidades de reprodução da informação, por outro, sujeita-a a processos de compressão significativos, onde a definição de “bom” e “mau” se torna demasiado subjetiva face a uma colaboração em rede (Austin & Doust, 2007; Fauconnier, 2007; Stalder, 2007). Como resultado, cria-se uma discrepância entre a disponibilidade da imagem digital e a sua qualidade de resolução (Metahaven, 2018; Stalder, 2007). Para Steyerl (2009) esta ideia de pobreza não se prende apenas com fatores estéticos e/ou técnicos mas envolve também uma perda de autenticidade e significado. “The poor image is no longer about the real thing — the originary original. Instead, it is about its own real conditions of existence: about swarm circulation, digital dispersion, fractured and flexible temporalities” (Steyerl, 2009, p.91).

Equitativamente, a ideia de autoria é posta em causa, ao existir uma ligação direta entre a distribuição de informação e a falta de reconhecimento de propriedade intelectual da mesma (Kholeif, 2018; Stalder, 2007). O *meme* não é mais que uma apropriação de imagens que carecem de licenças autorais.

Estas ideias são visíveis no discurso de reconhecidos autores, como Barthes (*A morte do Autor*) ou Foucault (*O que é um autor?*). Contudo, não se aprofundarão estas questões no presente projeto.

1.2.2. Capitalismo digital

“Surface is to territory what speculative capital is to gold” (Metahaven, 2008, p.2).

Ao mesmo tempo que a produção e a distribuição nas plataformas digitais aumenta, emerge na indústria tecnológica um novo paradigma económico, cujo valor é gerado pela participação dos próprios utilizadores (Orlowski, 2020; Zuboff, 2019). Para Rullerova (2015), a facilidade com que o conteúdo é atualmente criado, partilhado e acedido representa a base de um lucro virtual, onde o consumo se tornou uma forma de produção:

Active surface stimulates us to perform action, to accept the role – a user, administrator – which produces surface itself, which then as in the cycle becomes a self-perpetuating system. For example users (they perform a role) have to fill in information (action) to their social media profiles (place) by uploading pictures and writing statuses for their friends (audience) (para.28).

É a sua ação que gera produção, influenciando diretamente a existência da própria *network* (Fauconnier, 2007; Metahaven, 2008).

Surge então, por parte destes canais, uma preocupação com valores estilísticos, que guiam e atraem o utilizador (Helfand, 2001). Se através do centro comercial Koolhaas (2002) demonstra como é que a estética influencia o consumidor, equitativamente, a linguagem tecnológica é um produto da modernização e contribui para uma massificação que leva ao consumo. Essa procura por maximizar a interação dos utilizadores reflete-se quer através da estrutura da *interface* quer por meio de variáveis algorítmicas, que influenciam diretamente o conteúdo com o qual o indivíduo interage (Manovich, 2001; Metahaven, 2018; Orlowski, 2020). Ao privilegiarem determinados conteúdos em detrimento de outros, estas estruturas promovem, de certa forma, uma câmara de eco, na qual os seus gostos, visões e ideais se tornam ainda mais previsíveis — e, consequentemente, lucrativos (Cheney-Lippold, 2011; Zuboff, 2019). “These preferences structure, in the longer term, the habitual preferences of the user in ways that have been called “filter bubbles”” (Metahaven, 2018, p.72).

Equiparavelmente ao efeito anestésico do *junkspace*, gera-se no utilizador um estado de inércia, onde o entretenimento e prazer proporcionados pelo espaço digital o fazem esquecer do contexto real. Sem uma capacidade para estabelecer prioridades, a forma como o indivíduo se conecta aos aparelhos digitais aproxima-se aqui — mas não atinge — de um estado imersivo (Metahaven, 2018, p.4). Não atinge porque existem espaços de tempo, interrupções, que vão contrabalançando entre o mundo real e o artificial, como que num teletransporte entre realidade e ficção (Kholeif, 2018; Metahaven, 2018). São esses mesmos intervalos que nos permitem consciencializar do contraste entre o tempo vivido no ecrã e fora dele.

A temporalidade é, por isso, fundamental de abordar quando falamos de infraestruturas digitais como as redes sociais. A sensação temporal implícita a estes espaços não é igual à de uma realidade física (Helfand, 2001). Para Metahaven (2018), o modo como vivenciamos e sentimos a passagem do tempo num ecrã

é considerado uma forma não declarada de cinema, razão pela qual recorrem à perspectiva temporal do cineasta russo Andrei Tarkovsky para entender como é que a nossa percepção é afetada pelas novas tecnologias. Em *Digital Tarkovsky*, o duo de designers conceptualiza a duração na era digital como uma experiência fragmentada de tempo e espaço, cuja simultaneidade de ritmos vividos nas diferentes plataformas não se rege por uma velocidade de tempo linear mas variável, ditada pelos próprios aparelhos. “They are not websites, but infrastructures; apparatuses that demand constant user engagement” (Metahaven, 2018, p.6). Quanto mais interagimos com estes dispositivos, mais alimentamos e prolongamos temporalmente a experiência de navegação que eles nos proporcionam, tornando-nos também nós um produto da infraestrutura.

1.3. Estratégias híbridas

“One direct consequence of this process, obviously, is that printed publishing will never be the same again” (Ludovico, 2012, p.8).

Todas estas transformações e consequentes repercussões tecnológicas impactaram profundamente o campo do Design, bem como a forma como nos relacionamos e percebemos a informação (Correia, 2010). De algo lento, estável e duradouro, experienciamos agora um fenómeno de rapidez, instabilidade e efemeridade, que redefiniu as nossas expectativas e práticas de leitura — e, inevitavelmente, a natureza da publicação impressa (Austin e Doust, 2007; Fauconnier, 2007). Mas ainda que se profetizasse o oposto, essa transformação não significou o fim da imprensa. Na verdade, resultou na sua revitalização. “So does print still make sense, in a society which is by now almost entirely networked as well as screen-based?” (Ludovico, 2012, p.66).

É evidente que não se podem considerar o digital e o analógico, o ecrã e o papel, como equivalentes. Mas também não são opostos. Apenas possuem propriedades diferentes, as quais preenchem, por conseguinte, necessidades distintas. The two are engaged not in a fight, but a dance” (Losowsky, 2013, p.3). Se por um lado é inegável o poder e domínio exercido pelas novas tecnologias no processamento e circulação da informação, por outro, a experiência multissensorial que um objeto como o livro proporciona permanece insubstituível (Lomme, 2016; Ludovico, 2012). Como constata Ludovico (2012), “Print does have a number of unique characteristics which are yet to be superseded by anything else” (p.66). As características táteis presentes neste universo apelam a uma envolvimento profunda por parte do leitor, que dificilmente se replica num contexto virtual (Muller, 2007). Folheamos páginas, tocamos texturas. Nas palavras de Dias et al. (2019), “É isto que nos faz gostar de um livro, desejá-lo, sentir que este nos pertence” (p.3).

Neste sentido, o universo digital não deve ser entendido como uma reposição do palpável. É precisamente na coexistência dos dois que emergem e se potenciam novas práticas no campo do Design gráfico (Kholeif, 2018; Lomme, 2016; Losowsky, 2013). A publicação híbrida é um exemplo claro dessa abordagem, ao combinar as qualidades do formato impresso com conteúdo gerado por processos digitais (Ludovico, 2015). Contudo, importa referir que ela não deve ser reduzida a uma pura transferência de conteúdo entre suportes. A distribuição física do material implica também a sua manipulação no processo.

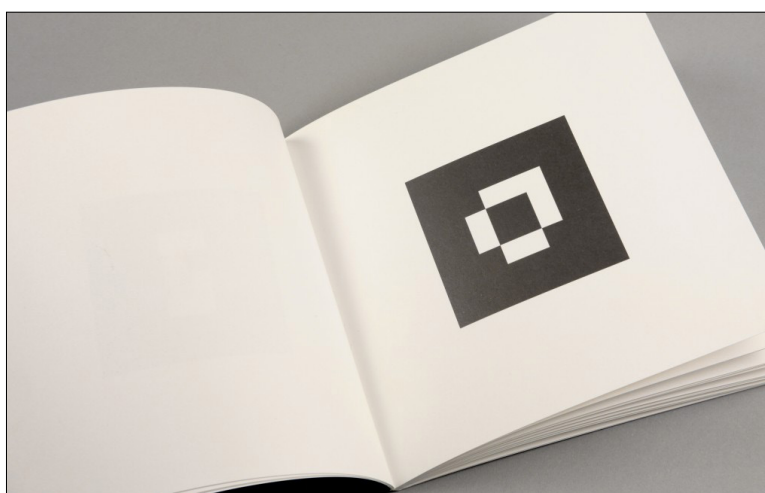
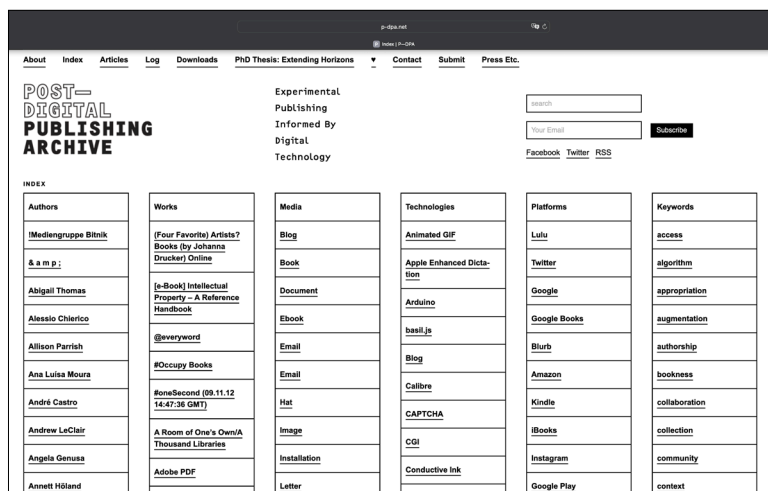
So it's not just about "automatically generate a text" and print it, or randomly assembling bits and pieces of (eventually printed) content in digital. A hybrid product should have a strategy composed by a software part, which would provide some content through a process, and an analogue part which would frame and contextualize it (Ludovico, 2012, p.5).

Aquilo que se valoriza nestes objetos é, precisamente, o processo dinâmico que envolvem, e que redefine o que significa ler e interagir com publicações editoriais.

O projeto *Post-digital publishing archive (P-DPA)* (Figura 1), de Silvio Lorusso, documenta a evolução destas práticas editoriais pós-digitais, atuando tanto como um arquivo *online* como um sistema organizacional, ao agrupar e classificar as diversas obras de acordo com temas e/ou relações comuns. Também a incorporação de elementos como experiências de realidade aumentada (AR) e virtual (VR) ou *QR codes*, como acontece em *Between page and screen* (Figura 2), de Borsuk e Bouse, se destaca neste contexto. Mas ainda que essas sejam estratégias muito válidas, a este projeto interessa sobretudo explorar como é que informação digital, em particular da *Web*, pode ser desconstruída, representada e materializada no formato do livro.

Figura 1. *Post-digital publishing archive (P-PDA)* (2012-13), de Silvio Lorusso.

Figura 2. Dupla página do projeto *Between page and screen* (2012), de Amaranth Borsuk e Brad Bouse.



1.3.1. Casos práticos

Nos últimos anos, face à ampla diversidade de conteúdos disponíveis *online*, surgiu uma produção crescente de pequenas publicações e revistas que, quer pelo teor dos trabalhos quer pelas metodologias que empregam, investigam

estas questões (Eraso & Ortiz, 2007; Ludovico, 2015). “Now, artists and designers work directly from the Internet, drawing out its content for various new kinds of inspection, analysis and play” (Senior & Hamerman, 2016, p.470). Em grande parte, isto deve-se à automatização dos processos e técnicas de produção e ao surgimento de modelos de impressão mais autónomos, como é o caso da produção por demanda (*Print on demand* ou POD), os quais abriram espaço a práticas mais experimentais e independentes (Ludovico, 2015, p.70–72). Uma boa dose delas pode ser encontrada em *Library of the printed web* (LOTPW) (Figura 3), que tem, precisamente, como objetivo capturar essa nova cultura.



Figura 3. Catálogo *Library of the printed web: Collected works 2013–2017*, editado por Paul Soulellis e publicado pelo MoMA, em 2017.

Iniciada em 2013 por Paul Soulellis³, a coleção reúne publicações artísticas sob o mote de “pesquisar, compilar e publicar” e visa contribuir para um melhor entendimento da relação, constantemente em evolução, entre a *Web* e a publicação:

Library of the Printed Web is an archive devoted to archives. It’s an accumulation of accumulations, a collection that’s tightly curated by me, to frame a particular view of culture as it exists right now on the web, through print publishing (Soulellis, 2019, p.229).

Aquilo que une os diferentes projetos é o facto de cada um deles partir da apropriação de conteúdo *online* para formular um resultado assente na experiência tátil da matéria impressa. Ainda que o seu teor possa ser, por isso, amplamente variável, Soulellis sugere que muitas das estratégias e metodologias a que cada autor recorre são comuns. A primeira delas, *grabbing*, é relacionável com a segunda, *scraping*. Por *grabbing* entende-se a apropriação de conteúdo através de uma mecânica de pesquisa manual, em que a origem do material recolhido não é da autoria de quem o recolhe. Os resultados são depois reinterpretados e organizados na perspetiva do *grabber*. Em *The significant savages* (Figura 4), Grégoire Pujade-Lauraine ilustra esta metodologia, ao recolher manualmente fotografias de perfis do *Facebook* que apresenta sob uma nova luz. O projeto procura explorar questões relacionadas com as redes sociais e a autoimagem, evidenciando a forma como a cultura digital molda as nossas perceções individuais e coletivas.

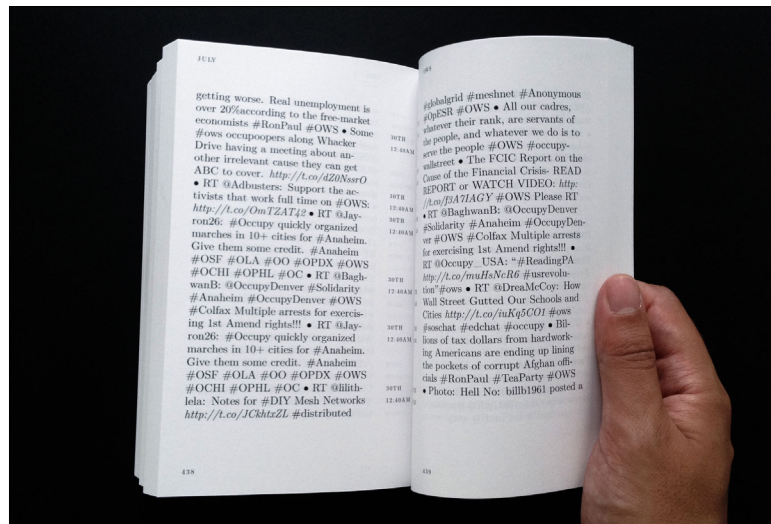
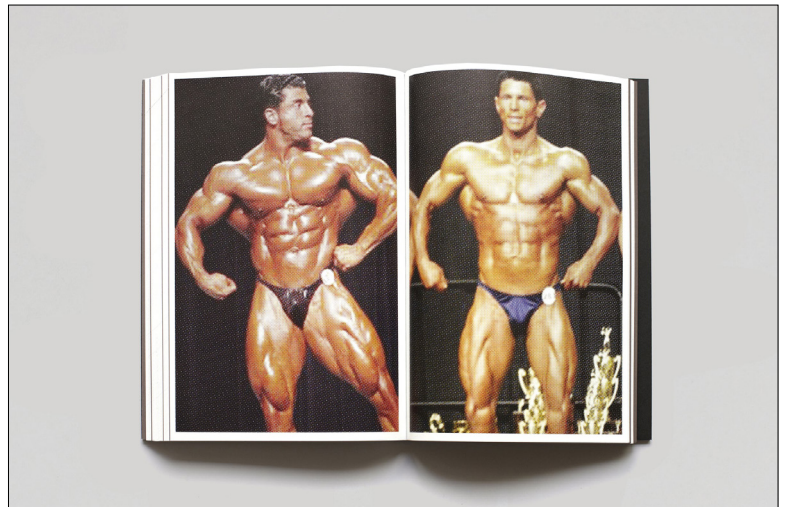
Quando o conceito de *grabbing* é praticado em larga escala, cria-se a ideia de *scraping*: a extração de uma grande quantidade de informação de um *website* de forma automatizada. Neste caso, a intervenção humana é quase ausente, não só no que diz respeito à recolha como à própria edição da informação. Os dados são impressos praticamente sem recurso à formatação, onde o poder de decisão entre a máquina e o humano se torna até difuso. Um exemplo a ser dado é o projeto de Andrew LeClair, *Occupy Wall Street* (Figura 5), que compila em livro cerca de três mil *tweets* que contêm a *hashtag* #OWS (*Occupy Wall Street*).

3. *Library of the printed web* foi construída por Paul Soulellis, durante vários anos, sob a forma de um arquivo digital (disponível em <http://libraryoftheprintedweb.tumblr.com>) e, posteriormente, publicada sob a forma de livro/catálogo, aquando da sua aquisição pelo MoMA, em 2017. O projeto foi ainda apresentado em diversas ocasiões, como na *Art Book Fair*, em Nova Iorque, ou na *The Book Affair*, durante a 55ª Bienal de Veneza.

Neste caso, embora haja uma pré-seleção do conteúdo, LeClair recorre a sistemas autogenerativos para extrair e, posteriormente, editar os dados. Deste modo, em ambas as situações há uma recolha intencional, a qual atende a um conceito e/ou contexto específico. Aquilo que as distingue prende-se, fundamentalmente, com o sistema de recolha aplicado.

Figura 4. Dupla página do projeto *The significant savages* (2011), de Grégoire Pujade-Lauraine.

Figura 5. Dupla página do projeto *Occupy Wall Street* (2011), de Andrew LeClair.



Já quando falamos de *hunting*, outra ideia que Soulellis identifica, o foco passa a ser procurar a exceção. Esta técnica baseia-se em ferramentas de visualização de dados para recolher imagens individuais que, quando articuladas em série, expõem uma lógica ou condição. Desta forma, parte-se de uma recolha aparentemente accidental para expôr o incomum. É o caso de *No man's land* (Figura 6), de Mishka Henner, que compila imagens de mulheres em paisagens isoladas pelo sul da Europa, todas elas recolhidas a partir do *Google Street View*. No seu conjunto, as diferentes cenas resultam numa narrativa poderosa acerca dessas populações, evidenciando as condições sociais que lhes são subjacentes.

Por último, Soulellis introduz o ato de *performing*, uma procura por entender o processo criativo como uma interação entre o autor e o próprio conteúdo. Há nessa ação uma intenção narrativa, construída através da performance entre a *Web* e a impressão. Esta prática é visível na obra *Wikipedia random article collection* (Figura 7), de Lauren Thorson. O projeto funciona como uma coleção impressa de artigos da *Wikipédia*, os quais foram gerados algorítmicamente a partir da função de “pesquisa aleatória” do próprio *website*. O resultado traduz uma reconstrução tangível da interação humana (a cada clique) e a lógica generativa da plataforma, criando uma performance contínua entre os dois.



Figura 6. Imagem do projeto *No man's land* (2011-13), de Mishka Henner, capturada através do *Google Street View* em Carretera de Gandía, Espanha.

Figura 7. Imagem do projeto *Wikipedia random article collection* (2013), de Lauren Thorson.



Contudo, tal como o designer defende, não se pretende que estes métodos categorizem ou definam movimentos e estéticas nos projetos.

At best, these are ways of working that might help us to unpack and understand the shifting relationships between the artist (as archivist), the web (as culture) and publishing (as both an old and a new schema for expressing the archive) (Soulellis, 2019, p.230).

Na verdade, muitos deles podem até ser transcendentem a uma mesma obra, como acontece em *McNugget* (Figura 8), de Chris Alexander.

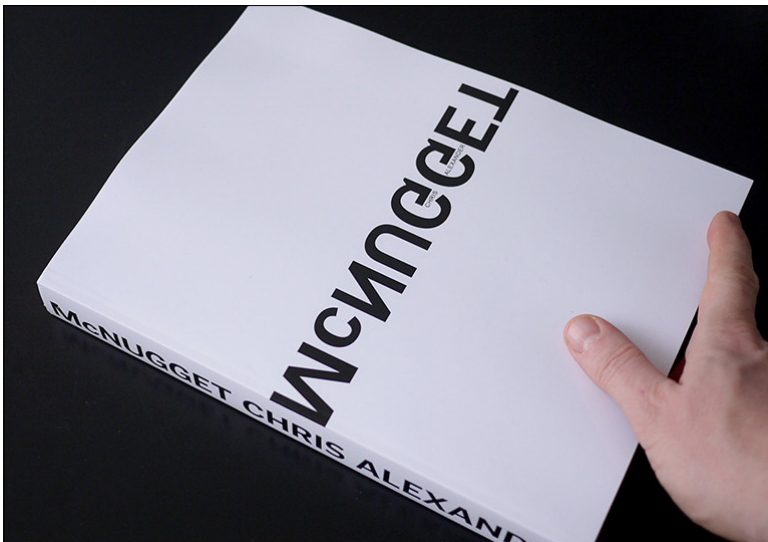


Figura 8. Capa do projeto *McNugget* (2013), de Chris Alexander.

O livro consiste numa compilação de *tweets* que contêm a palavra “mcnugget”. Durante o processo de recolha, o autor optou por métodos de trabalho manuais ao mesmo tempo que recorreu a aplicações e plataformas da esfera digital. *McNugget* representa, por isso, um ponto de encontro entre *grabbing* e *scraping*, não sendo necessariamente uma definição de nenhum.

Esta selecção de projectos, muitos deles experimentais, está longe de retratar um cenário completo do contexto atual da edição híbrida, que é ainda um campo em expansão. Contudo, a partir dela, é possível concetualizar a apropriação como uma reutilização de conteúdo pré-existente, onde se compreende uma atitude na forma como a seleção e edição da informação são feitas (Soulellis, 2019). Enquanto objeto físico, o livro serve como um espaço de exploração e reinterpretação para desconstruir e materializar o conteúdo que se recolhe, dando-lhe um novo contexto. Neste sentido, as diversas obras mencionadas desafiam os limites formais da *Web*, reduzindo-a a uma dimensão que é finita (Ludovico, 2015).

Ao preservarem na forma impressa conteúdo que, por natureza, é efémero, estes objetos possuem também uma qualidade de arquivo, cuja dinâmica de recolha de dados representa um meio para construir narrativas. Não se pode negar, por isso, que o ato de recolha é, em certa medida, um ato de coleção, o qual estende o papel do designer ao de também arquivista e colecionador (Soulellis, 2019).

Ao mesmo tempo, ao distanciar a informação do seu contexto e intenção originais, geram-se novos discursos e significados. Por conseguinte, o conteúdo dos projetos deve ser entendido, também ele, como uma interpretação da própria *Web*, pondo em causa a ideia de autoria (Kholeif, 2018; Soulellis, 2019). “These works fall into the lineage of appropriation art, though the images are often so far removed from their (often anonymous) original creator that they call into question the idea of authorship” (Senior & Hamerman, 2016, p.481).

De uma perspectiva geral, as técnicas propostas por Soulellis são importantes enquanto recurso metodológico para este projeto, o qual paraleliza várias das estratégias descritas utilizando como caso de estudo a rede social *Twitter* — a abordar no próximo capítulo.

2. Metodologia

A partir das reflexões articuladas no *Enquadramento*, este capítulo introduz a ação empírica do projeto, cuja investigação se desenvolveu de forma cíclica e não linear (Coutinho, 2011). Os diferentes momentos que integra foram realizados simultaneamente durante o decorrer de todo o trabalho, onde o papel de designer se estendeu ao de autora, arquivista, editora e produtora. Não obstante, por uma questão de clareza, serão explicados separadamente.

Começará por se descrever a forma como foi pensada a seleção e recolha da informação, analisando o caso de estudo do projeto, o microblog social *Twitter*. Procurar-se-á observar como é que o conteúdo é organizado e disponibilizado na plataforma, fornecendo uma compreensão básica das ferramentas e dos mecanismos de navegação. Descrever-se-ão os métodos e as técnicas adotados durante esse processo, os quais seguiram, predominantemente, uma análise qualitativa (Coutinho, 2011; Noble & Bestley, 2005).

Posteriormente, e dada a natureza do material a trabalhar, desenvolveu-se um sistema de regras de carácter espacial e temporal que permitisse delimitar a recolha da informação. Explorando o hipertexto enquanto ferramenta de navegação, o resultado cruza técnicas de *grabbing*, *scrapping* e *performing*, evidenciando um diálogo entre o algoritmo e o designer (Soulellis, 2019).

2.1. Contexto de investigação: Twitter

A fim de articular a cultura digital com o artefacto impresso, começou por se idealizar o projeto a partir da sua temática, delimitando um campo de investigação. Essa escolha não foi aleatória mas objetivamente pensada, procurando questionar, através do Design, a maneira como experienciamos e nos relacionamos com o digital. Neste sentido, e face a um universo onde tudo pode ser reapropriado, recontextualizado e reinterpretado, o assunto que se propõe explorar visa evidenciar uma característica particular da cultura de massas contemporânea, o excesso consumista inerente à poluição de dados digital — em particular, no que toca às redes sociais.

Uma das temáticas levantadas por Koolhaas (2002) prendeu-se com a ideia de satisfação imediata, a qual é hoje em dia muito relacionável com os media sociais. O *Facebook*, por exemplo, foi criado em 2004, pouco tempo depois de Koolhaas ter escrito *Junkspace*. Enquanto aspetos centrais na vida quotidiana, este tipo de plataformas representam, substancialmente, uma grande fatia dos nossos hábitos de consumo (Orlowski, 2020; Shugars et al., 2021). A par de um *feed* algoritmicamente dirigido, o conteúdo nelas produzido vive da presença dos próprios utilizadores, que são não só consumidores mas também criadores e distribuidores de informação (Metahaven, 2008; Zuboff, 2019). Exemplo disso é o microblog *Twitter*, que serve como caso de estudo deste projeto.

Sediado em São Francisco, nos Estados Unidos da América, o *Twitter* funciona com base num serviço de troca e leitura de mensagens, designadas *tweets*. Viu nascer a luz do dia em 2006, pelas mãos de Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass e rapidamente ganhou popularidade, sendo sobretudo utilizado para a publicação e transmissão de informação em diversos contextos sociais⁴ (Burghardt, 2015).

O acesso à rede é possível através da *interface* do site, em www.twitter.com, ou pela aplicação, para iOS ou Android (Twitter, s.d.e). Por configuração padrão, a informação disponibilizada na plataforma é de carácter público⁵. Para que seja possível publicar é necessário um registo. Mas se o intuito for apenas o de visualizar, como é o caso, qualquer um com um dispositivo eletrónico e conexão à rede o pode fazer. Inclusive, o próprio *Twitter* disponibiliza um amplo acesso a dados e históricos da plataforma através do sistema de “Interface de Programação de Aplicações” (API)⁶, sendo por isso um recurso amplamente utilizado em diversas investigações e estudos académicos (Burghardt, 2015). É também nesta perspetiva de acesso público que se pretende fazer uso da sua apropriação.

2.2. Métodos de recolha

Como estudado no capítulo anterior, a ideia de apropriação (neste caso da *Web*) parte, em grande medida, de uma atitude crítica na forma como se recolhem, analisam e desconstróem os dados a partir do seu contexto original (Soulellis, 2019). Definido o campo de estudo, começou então por se investigar como poderia a recolha da informação ser realizada e quais as metodologias e recursos disponíveis para o fazer. Possibilitavam-se, essencialmente, dois caminhos a seguir: recorrer a um processo manual, através da intervenção humana para com a *interface* do sistema; ou por meio da automatização, fazendo uso da ferramenta de API do *Twitter* (onde é possível aceder programaticamente aos dados publicados). Exploraram-se ambas as hipóteses.

Investigou-se, através de um registo na plataforma de programação do *Twitter*, as vertentes que a automatização da recolha possibilitaria. Estabelecendo restrições como palavras-chave ou critérios temporais, por exemplo, poderiam descarregar-se todos os *tweets* que contêm determinado(s) tópico(s) (Burghardt, 2015, p.77). Adotando esta via, a recolha seguiria um rumo bastante direto e cru. Contudo, e conforme salientado anteriormente, o objetivo deste projeto não se cinge ao simples ato de impressão. Há um interesse em explorar a dinâmica de navegação digital, a qual se perderia nesta abordagem.

De um ponto de vista editorial, a possibilidade de experienciar o fluxo de informação gerado em tempo real também demonstrou ser interessante, abrindo caminho a novas formas e narrativas. Neste sentido, e com a consciência da possibilidade de automatização, estipulou-se que a recolha dos dados seria direcionada por técnicas qualitativas de observação e intervenção participante, num sistema de trabalho predominantemente manual (Coutinho, 2011). Para Soulellis (2019), estas ideias entrelaçam-se num meio termo entre as técnicas de *grabbing* e *scraping*, onde, mais do que o resultado final, se reconhece o processo como uma atitude, que contraria o automatismo do sistema.

4. Desde a economia à política, a plataforma teve um impacto arrebatador nas eleições americanas de 2016 e 2020, por exemplo (Shugars et al., 2021, pp.11-12).

5. A política de privacidade do *Twitter* pode ser consultada em www.help.twitter.com/en/safety-and-security/public-and-protected-tweets.

6. O acesso programático aos dados do *Twitter*, através do recurso ao serviço de “Interface de Programação de Aplicações”, em inglês *Application Programming Interfaces* (API), foi consultado em <https://developer.twitter.com/en/products/twitter-api/academic-research>. A sua utilização foi possível até 2023, aquando da alteração da plataforma para *X* — que limitou severamente o seu uso e acesso.

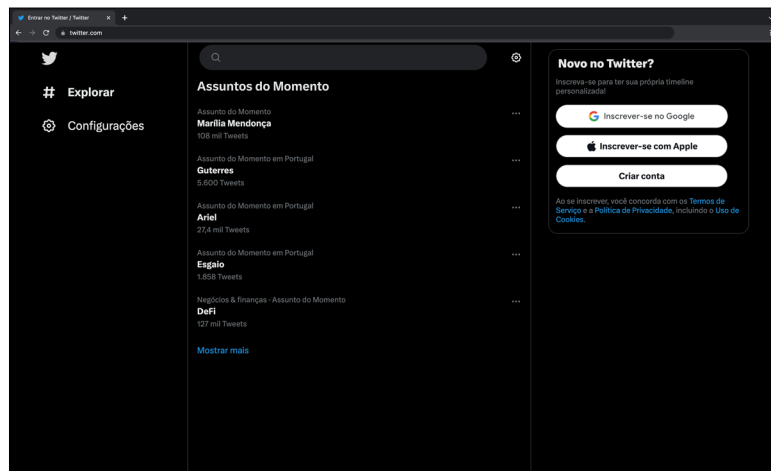
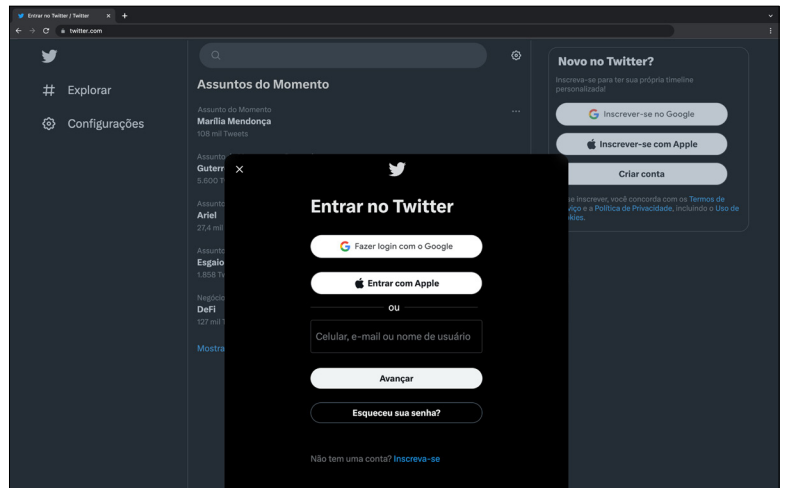
2.3. Análise da navegação no Twitter

7. Um tópico em “Assuntos do momento” representa uma palavra ou frase, a qual tanto pode conter, ou não, uma *hashtag*.

Dada a natureza do tipo de material a recolher, importou simultaneamente examinar a *interface* da plataforma e avaliar os mecanismos que direcionam a experiência de navegação do utilizador. Quando o acesso à mesma é feito de forma pública, este é confrontado, por definição, com a secção “Assuntos do momento” (ou “Tendências”) (Figura 10), também disponível através do separador lateral “Explorar”. Esta é uma ferramenta de sugestão algorítmica, onde são exibidos os tópicos⁷ que, em dada altura, estão a ser mais debatidos pela comunidade (Twitter, s.d.e, para.3).

Figura 9. Página inicial do *Twitter* no dia 14 de abril de 2023.

Figura 10. “Assuntos do Momento” do *Twitter* no dia 14 de abril de 2023.



Ao clicar num deles, são exibidos os *tweets* relacionados com esse assunto. Os resultados organizam-se em cinco categorias: “Principais”, “Mais recentes”, “Pessoas”, “Fotos” e “Vídeos” (Twitter, s.d.c, para.1). De forma genérica, aquela que o *Twitter* prioriza ao utilizador é a opção “Principais” (Figura 11), que se distigue pelos critérios de organização da informação seguirem uma lógica algorítmica (e não cronológica).

Face à velocidade e quantidade de informação gerada diariamente no *Twitter*, os “Assuntos do momento” desempenham um papel importante na plataforma, direcionando o utilizador. O próprio *Twitter* (s.d.d) o afirma, incentivando o seu uso: “There are so many good conversations happening on Twitter, it may be hard to find what’s most relevant to you from time to time. That’s where Topics can help” (para.1).



Figura 11. "Assuntos do Momento" do *Twitter* no dia 14 de abril de 2023.

Esta experiência de navegação reflete a natureza fragmentada da era digital descrita por Metahaven (2018), na medida em que a forma como o conteúdo é disponibilizado ao utilizador o leva a adotar um percurso que não é necessariamente pensado pelo próprio mas guiado pela plataforma. “Platforms direct narrative arches and cliffhangers, shaping themselves around a user’s needs and attention” (Metahaven, 2018, p.7). Com base nesta lógica, decidiu-se que a sistematização da recolha seguiria uma ótica de sugestão, tomando como ponto de partida os “Assuntos do momento”.

2.3.1. Mecânica de navegação: O papel da *hashtag*

Paralelamente a esta análise, torna-se relevante abordar uma noção base da navegação no *Twitter*: a *hashtag*, fundamental enquanto hipertexto. Apesar do seu uso ser uma prática comum noutras redes sociais (como o *Instagram*), foi no *Twitter*, em 2007, que foi pela primeira vez utilizada. “This function (a *hashtag*) was created on Twitter, and allows people to easily follow topics they are interested in” (Twitter, s.d.b, para.1).

Nas palavras da própria plataforma, uma *hashtag* é um hipertexto composto por uma palavra, ou um conjunto delas, imediatamente precedida pelo símbolo cardinal (#), e que exclui qualquer tipo de espaçamento ou pontuação (Twitter, s.d.b, para.8). Funciona como um elo de conexão entre o conteúdo da rede, permitindo que múltiplas publicações sobre um mesmo tópico sejam acedidas simultaneamente num só lugar (Burghardt, 2015, p.77). Por exemplo, ao clicar sobre a *hashtag* “#arroz” o utilizador é redirecionado para uma nova página onde é possível visualizar todos os *tweets* que contêm essa palavra ou assunto.

Tanto é possível navegar dentro de uma corrente de *tweets* como “saltar” entre *hashtags* para aceder a novo conteúdo, que se interliga sequencialmente com o anterior. Neste sentido, representam também um meio de arquivar, categorizar e distribuir informação.

2.4. Sistematização da recolha

Assimilados estes conceitos, realizaram-se as primeiras experiências de recolha, onde a perspetiva de observação humana presente na técnica de *grabbing* demonstrou ser fundamental. Partindo dos “Assuntos do momento”, e sem

que houvesse necessariamente um rumo a tomar, começou por se explorar a hiperligação como ferramenta de navegação. Deambulando pela plataforma de *hashtag* em *hashtag*, importou examinar como a partir de um mesmo tópico se proporcionaram diferentes percursos. De como uma coisa levou à outra.

Essa mecânica de transição revelou-se essencial para a construção do sistema de recolha, ao permitir o acesso ao conteúdo numa lógica sequencial (Burghardt, 2015). Através dela, pensou-se um conjunto de regras e critérios que permitiu definir um percurso a adotar na plataforma, evidenciando a própria natureza de navegação do *Twitter*:

1. Aceder a *twitter.com*;
2. Clicar no primeiro tópico em “Assuntos do momento”;
3. Permanecer na categoria “Principais”;
4. Recolher todos os *tweets* sequencialmente exibidos até surgir um que contenha uma *hashtag* diferente do tópico inicial;
5. Carregar nessa *hashtag* e recolher todos os *tweets* sequencialmente exibidos até surgir um que contenha uma primeira *hashtag* diferente;
6. Repetir o passo 5, sucessivamente.

8. Uma sequência corresponde a um ou mais *tweets* agrupados tematicamente.

De forma a clarificar o processo, considere-se um exemplo prático de recolha, que parte do assunto do momento “arroz”. Ao clicar no tópico, são exibidos os seguintes *tweets*:

Tweet 1: Eles comeram arroz.

Tweet 2: Alguém comprou #arroz.

Tweet 3: O arroz é o prato preferido do meu tio.

Tweet 4: Ontem o almoço foi arroz e #batata.

Neste caso, o primeiro *tweet* que surge na sequência⁸ com uma *hashtag* diferente de “arroz” é o quarto, com a *hashtag* “batata”. Assim, recolhem-se os quatro primeiros *tweets*. Posteriormente, clicando em “#batata”, é no segundo *tweet* que surge a primeira *hashtag* diferente, “#bacalhau”:

Tweet 1: Eles comeram arroz.

Tweet 2: O melhor #bacalhau é servido com #batata.

Seguindo a mesma lógica, efetua-se a recolha dos dois primeiros *tweets*.

Até aqui, o sistema conta já com duas sequências: a primeira, que se inicia em “arroz” e contém quatro *tweets*; e a segunda, que parte de “#batata”, é constituída por dois. A próxima, iniciaria com a *hashtag* “#bacalhau” e terminaria quando surgisse o primeiro *tweet* com uma *hashtag* diferente. E assim sucessivamente. Em suma, a cada clique numa *hashtag*, inicia-se uma nova sequência de *tweets*, que tanto se interliga como isola da anterior. Isto significa que o primeiro *tweet* de cada sequência possuirá sempre a *hashtag* da sequência anterior (à exceção da primeira sequência, que parte do assunto do momento).

Esta lógica, construída através da interação instantânea, cruza metodologias sistemáticas e manuais, criando uma espécie de narrativa entre o algoritmo e o designer. Esta é, por isso, uma ação performativa, que se interliga às já mencionadas técnicas de *grabbing* e *scrapping* (Soulellis, 2019). “Besides the known roles of graphic designers as service providers, editors, translators, researchers, autonomous creators and system engineers — graphic designers have adopted the role of performers” (Rullerova, 2015, para.99).

Em parte, o mecanismo estabelecido assemelha-se à ideia praticada na obra *A wikipedia reader*, de David Horvitz. Comissariada pela *Art Libraries Society of New York*, a publicação documenta, de forma material, “viagens” entre

artigos da *Wikipédia*, que se interligam hipertextualmente. Cada um deles foi selecionado por um artista, convidado do autor, a partir do artigo anteriormente selecionado, e assim continuamente. Enquanto que o trabalho de Horvitz parte de uma decisão de escolha subjetiva, neste projeto segue-se uma lógica sistemática e algorítmica. O resultado projeta um encadeamento entre os próprios *tweets*, criando uma ideia de hiperligação infinita. Este processo pode também ser equiparado à expressão *mise en abyme*⁹, ao serem geradas narrativas que subsequentemente nos redirecionam para outras.

9. Expressão francesa utilizada para descrever a técnica onde uma narrativa é refletida dentro de outra, criando múltiplas camadas de interpretação.

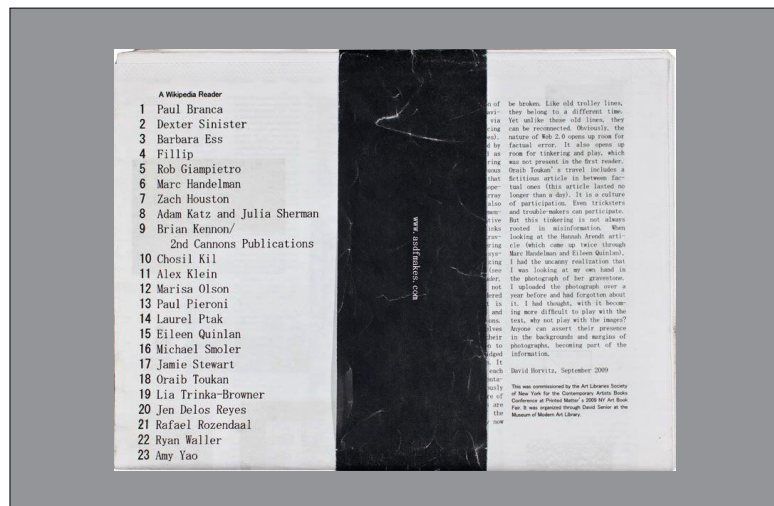


Figura 12. Capa de *A wikipedia reader* (2009), de David Horvitz.

2.4.1. Questões estruturais e temporais

O desenvolvimento deste sistema não foi um processo simples. Esconde um longo trabalho de observação, documentação e reflexão cíclico, onde se foram testando resultados e redefinindo critérios — aspectos centrais de uma abordagem etnográfica (Coutinho, 2011). No decorrer das decisões, analisou-se ainda, ponderando-se, a inclusão de outros conteúdos para além dos *tweets*, como os comentários. Contudo, por uma questão de coerência para com o sistema de recolha estabelecido, decidiu-se que apenas a informação disponibilizada no *feed* do utilizador deveria ser considerada. De outra forma, quebrar-se-ia a própria cadeia de relação entre os *posts*.

Avaliou-se também a suscetibilidade do sistema entrar em *loop* ou acabar muito rapidamente, tendo-se debatido a repetição ou não de *hashtags*, por exemplo. Contudo, dada a influência algorítmica da plataforma, percebeu-se que a cada atualização de página os próprios *tweets* e a ordem em que são exibidos se modificam (Twitter, s.d.c, para.13). Por um lado, isto significa que, ainda que uma mesma *hashtag* seja repetidamente usada, o sistema nunca termina. Por outro, a infinitude do mesmo (ou, na melhor das hipóteses, a sua longa durabilidade) aliada à constante renovação da informação, impôs a necessidade de delimitar o ciclo de recolha.

2.4.1.1. A temporalidade no *Twitter*

Durante quanto tempo recolher? Quando recolher? Dada a natureza temporal do *Twitter*, equacionaram-se diferentes momentos para o fazer, alternando fatores como a hora, o dia ou o mês. Deliberou-se também a repetição do ciclo de recolha — por exemplo, recolher os primeiros dez tópicos dos “Assuntos do momento” ao longo de um dia. Contudo, aquilo que se valoriza neste projeto prende-se com a desconstrução da informação e do próprio mecanismo de

navegação digital; perceber como pode esse processo ser traduzido num objeto editorial impresso. Neste sentido, concluiu-se que não seria relevante aos objetivos propostos a duração e/ou extensão da recolha, pois qualquer resultado seria equitativamente válido.

Assim, numa procura por estabelecer critérios, privilegiou-se uma das características mais relevantes no *Twitter*, os picos de interação (Shugars et al., 2021, p.11). Desde seguir, gostar ou partilhar, o volume de cliques gerados é imponente e desempenha um papel significativo no envolvimento dos utilizadores para com a plataforma. Os próprios “Assuntos do momento” são uma ferramenta que vive da interação momentânea. Quanto mais debatido um tópico for, mais popular se torna (Twitter, s.d.c).

Todavia a durabilidade e a fugacidade dessas ações são também fatores importantes de assimilar quando falamos de plataformas digitais, como o *Twitter* (Metahaven, 2018; Shugars et al., 2021). Por exemplo, um *tweet* recebe o seu pico de maior interação, por norma, nas vinte e quatro horas seguintes a ser publicado (Shugars et al., 2021, p.11). Consequentemente, não seria relevante realizar a recolha durante um longo período de tempo, pois a informação corresponderia já a uma tendência “desatualizada”. Assim, definiu-se o período de uma hora para a efetuar.

10. A lista de parceiros do *Twitter* pode ser consultada em <https://partners.twitter.com>.

No mesmo sentido, também o momento em que se acede à informação mostrou ser pertinente, ao influenciar a suscetibilidade e o alcance da mesma (Shugars et al., 2021). Interessou, por isso, perceber o dia e a hora em que decorre o maior fluxo de navegação na plataforma. Embora este tipo de recursos demográficos não seja de acesso público, o *Twitter* dispõe de uma lista de parceiros a quem regularmente os providencia¹⁰. A partir deles são elaborados estudos de análise comportamental, alguns dos quais divulgados abertamente. É o caso de um relatório da empresa *Sprout Social*, que, em 2022, identificou um dos momentos de maior interação às terças-feiras, pelas 15:00h de Portugal Continental (Keutelian, 2022).

11. Os resultados da recolha final podem ser consultados no *Anexo* digital.

Face a estas considerações, a recolha da informação foi realizada na terça-feira mais próxima da data presente, a qual coincidiu com o dia 02 de agosto de 2022. Nesse momento, o assunto em maior tendência era “Endesa”, tendo sido esse o ponto de partida para o levantamento dos dados. No total foram recolhidos 126 *tweets*, perfazendo 48 sequências¹¹.

3. Projeto editorial

De um ponto de vista formal, este capítulo é reservado ao desenvolvimento prático do objeto editorial, que dá forma ao sistema de recolha previamente descrito. Explicar-se-á, primeiramente, a sua estrutura e o seu formato. Depois a composição gráfica, reservando-se espaço para questões de produção e pós-produção. Por último, serão apresentados os resultados visuais.

3.1. *Estrutura e mecânica do livro*

“Como território de acção preferencial, a página e o livro sempre foram espaços para a experimentação” (Gonçalves, 2010, para.32).

A princípio, não existia um objeto final delineado. Foi no decorrer da investigação que se exploraram possibilidades e traçaram caminhos até chegar à sua concretização. Partiu-se de um exercício de reflexão e interpretação: como poderia a informação recolhida ser repensada materialmente? E como é que o editorial e a gramática que ele possui possibilitariam essa (des)construção?

Solucionar estas questões não foi um pensamento isolado, mas um processo de descoberta contínuo. Ao mesmo tempo que se desenvolveu o sistema de recolha, realizaram-se múltiplas experiências e protótipos visuais.

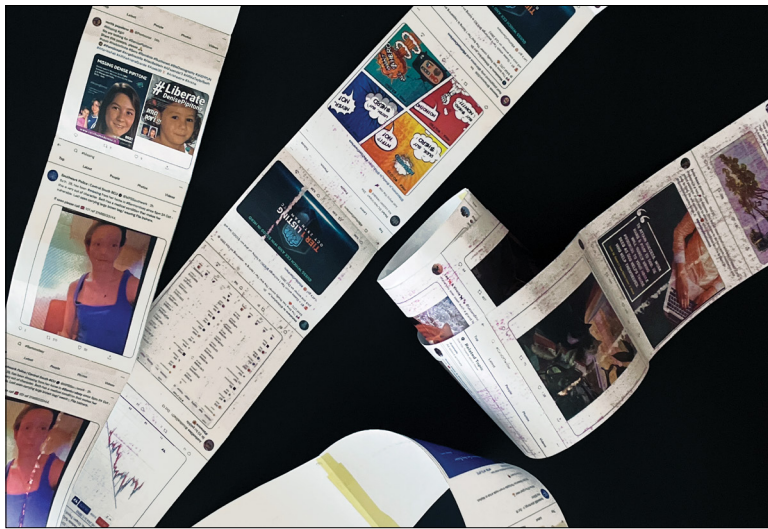
Figura 13. Primeiras experiências práticas do projeto.



Numa abordagem puramente experimental, começou-se por imprimir os *tweets* em papel, interligando-os sequencialmente na construção de um rolo físico (Figuras 14 e 15). Esse processo foi importante por proporcionar um volume e peso à informação, criando uma nova perspectiva sobre o material recolhido. Como afirma Ludovico (2015), “Looking at seemingly endless pictures in quick succession online can completely mislead us about their real value. Once a picture is fixed in the space and time of a printed page, our judgments can often be very different” (p.4).



Figura 14 + Figura 15. Primeiras maquetes experimentais do projeto.



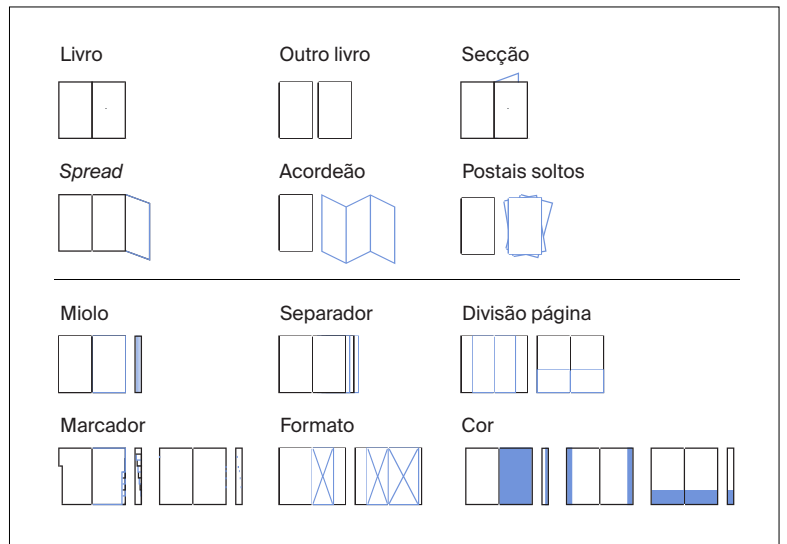
A ideia de continuidade proporcionada pelo rolo demonstrou ser interessante, ao simular o próprio *scroll* da navegação. Nesse sentido, realizaram-se algumas experiências, equacionando-o como uma possibilidade para a estrutura do objeto editorial. No entanto esta abordagem revelou-se ambígua, pois perdia-se uma componente importante do processo de navegação — o próprio sistema.

3.1.1. O sistema de navegação enquanto estrutura

Como já referido, neste projeto valoriza-se o processo, os métodos. Os *tweets* recolhidos, ainda que diversos entre si, regem-se por uma lógica, a qual é crucial para se perceber a cadeia de relação entre todo o conteúdo. Incorporá-la na publicação editorial era, por isso, fundamental.

À vista disso, olhou-se para aquilo que constitui o sistema. São as *hashtags*, as hiperligações, que demarcam cada sequência de *tweets*. Enquanto ação decorrente do processo de pesquisa, o clique numa *hashtag* representa uma mudança, ao mesmo tempo que uma continuação de algo. Esta dualidade mostrou-se relevante pela possibilidade de ser transposta em livro. Nessa linha de pensamento, exploraram-se diferentes soluções editoriais, quer ao nível da composição quer da produção gráfica. As imagens abaixo ilustram alguns desses exemplos (Figuras 16 e 17).

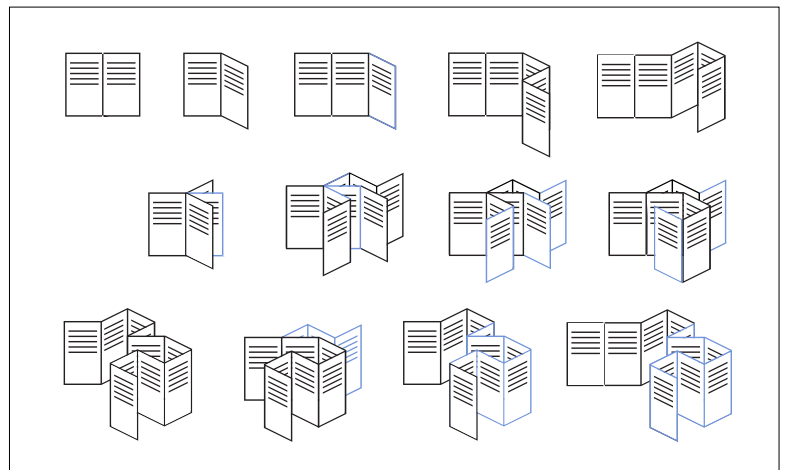
Figura 16. Esboços visuais que exploram a estrutura e mecânica do objeto através da ideia de ligação/divisão.



Equacionou-se, por exemplo, a elaboração de um conjunto de livros, onde cada um representaria uma sequência da recolha. Ou seja, a quebra seria demonstrada pela mudança de objeto. Porém, esta ideia suscitou dúvidas, pois se por um lado evidencia a divisão entre as sequências, por outro fá-lo também com o próprio conteúdo.

Decidiu-se então explorar a representação do sistema de navegação através da estrutura formal do livro, trabalhando o próprio virar de página. Tal como o clique numa *hashtag*, o gesto de folhear transmite uma transição. Ainda que simples, esta é uma ação intuitiva ao leitor. A verdade é que muitas das características da linguagem visual da *interface* estão frequentemente presentes no nosso ambiente físico (Ludovico, 2015; Milroy Maher, 2019). Enquanto parte do processo criativo, a ideia de página representa isso mesmo (Correia, 2010, p.4).

Figura 17. Esboços visuais que exploram a estrutura e mecânica do objeto, trabalhando a ideia de página e acordeão.



3.1.2. Estrutura formal da publicação

Partindo destas noções, seccionou-se o livro em função do número total de sequências que constituem a recolha (48). Para cada secção, projetou-se um sistema em acordeão, onde as várias páginas interligadas representam uma cadeia de *tweets*. Assim, ao mesmo tempo que as dobras isolam o conteúdo entre sequências também o interligam, preservando a sua sequencialidade.

Em certa medida, a extensão lateral da página relaciona-se aqui com a ideia de continuidade do *scroll*, no sentido em que há um prolongamento da informação, sem quebras. Face ao meio digital, onde a inter-relação entre todo o conteúdo

não é perceptível na sua extensão (pois tudo acontece na mesma janela *Web*), a materialidade permite o oposto, através do volume que cria (Losowsky, 2013; Ludovico, 2015).

A par disso, importou considerar o modo como a informação se distribui pelas secções, ou sequências. Face à variação do número de *tweets* em cada uma delas, esta abordagem exigiu alguma ponderação. Avaliaram-se diferentes formas de organização e orientação, visíveis nas figuras 18 a 20.

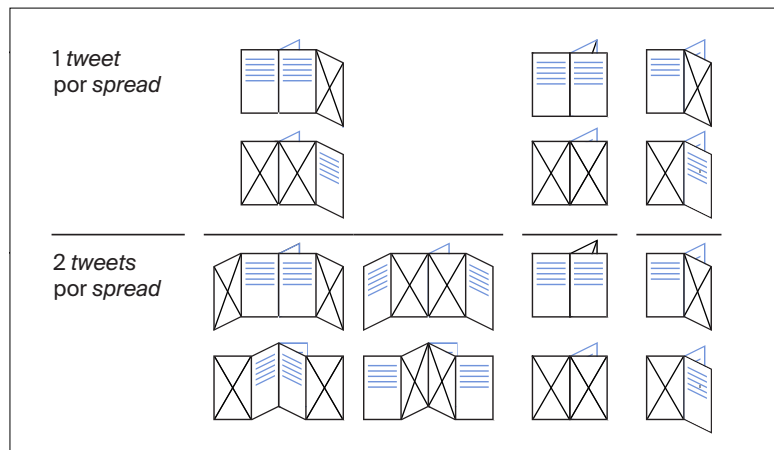
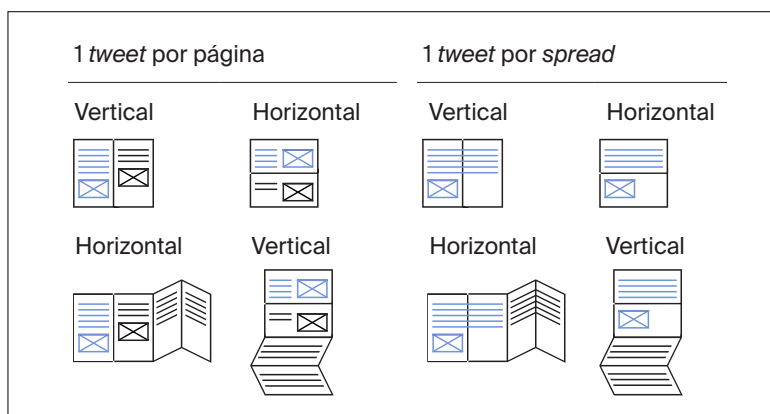
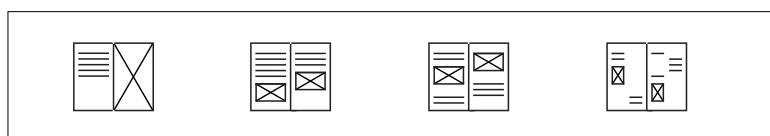


Figura 18 + Figura 19 + Figura 20. Esboços visuais de organização e distribuição do conteúdo de um *tweet*.



Estipulou-se que cada *tweet* corresponderia a uma página da publicação e que apenas seriam impressas as frentes. Ou seja, na prática, a extensão lateral de cada página é ditada pelo número de *tweets* de cada sequência. Por exemplo, se a sequência tem quatro *tweets*, essa secção terá, respetivamente, quatro páginas interligadas. Em função disso, o volume de páginas de cada acordeão variará ao longo da publicação.

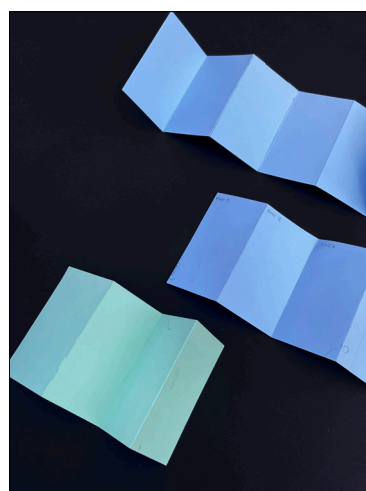
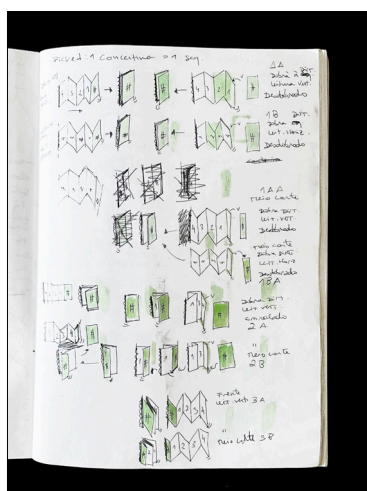
Deste modo, é possível assimilar não só a ordem da informação mas também uma lógica de representação da mesma, onde a quantidade de *tweets* que constitui a recolha corresponde, literalmente, ao número de páginas da publicação. O mesmo se pode dizer do total de sequências, que equivale ao total de secções.

Dada a complexidade estrutural do objeto, e a fim de não criar uma rutura na perceção da informação, foi também fundamental recorrer a modelos familiares ao leitor. Nesse sentido, definiu-se que as sequências iniciariam sempre à direita e seguiriam a norma de leitura ocidental, realizada de cima para baixo,

da esquerda para a direita. Ao contrário da *interface*, o livro físico permite assim que a informação seja experienciada de forma contínua. Folheando as páginas, os *tweets* podem ser visualizados sequencialmente, sem que haja a necessidade de as desdobrar. No entanto, é quando isso acontece que se torna possível ao leitor assimilar as quebras na informação; a mudança entre sequências.

Figura 21 + Figura 22. Esboços visuais que exploram o manuseio em acordeão.

Figura 23 (inferior direita). Maquetes que exploram o manuseio em acordeão.



3.1.3. Objeto e utilizador

Pode encarar-se este como um processo de exploração visual e, inevitavelmente, de interpretação, onde a forma como a audiência se envolve e relaciona com o objeto é fundamental. Há um forte apelo à interatividade, ao manuseamento. No manifesto *The new art of making books*, Ulises Carrión (1987) entende o livro como uma forma autónoma, um espaço cujo potencial transcende o texto literário e é ampliado à própria estrutura.

A book is a space-time sequence. (...) A book can also exist as an autonomous and self-sufficient form, including perhaps a text that emphasizes that form, a text that is an organic part of that form: here begins the new art of making books (Carrión, 1987, p.32).

Não importa só exibir a informação. Para Carrión, o conteúdo é parte orgânica da forma. Ambos se complementam. Neste sentido, a página não serve apenas como um suporte à informação, mas exerce um papel ativo na construção da ação narrativa.

3.2. Formato

O formato do livro foi, em parte, condicionado por este sistema. Mas não só, pois a simultaneidade das decisões levou a que umas contaminassem outras, implicando um olhar atento sobre todo o processo. Foram tidas em atenção diversas condicionantes, tanto a nível económico, editorial como de produção gráfica. Um dos fatores mais preponderantes prendeu-se com o mecanismo estrutural do objeto, que exigiu uma construção manual¹². Soube-se, por isso, desde cedo, que adotar uma escala de menor dimensão seria vantajoso, a fim de garantir uma maior eficácia e agilidade à execução. Também de um ponto de vista prático essa escolha revelou ser interessante, ao facilitar o manuseamento e a leitura do projeto, aproximando o leitor.

À vista disso, definiu-se o valor de 200 milímetros para a altura da publicação. A partir dele, estabeleceu-se proporcionalmente a largura, na relação de 16:9 (Figura 24), reconhecendo uma ligação ao suporte original da informação. Contudo, devido à estrutura em acordeão, a primeira página de cada secção possui uma margem compensatória, à esquerda, a qual facilita a montagem do projeto, agregando os acordeões (Figura 25). Deste modo, quando fechado, o formato do livro é proporcional ao retângulo de ouro¹³.

12. O processo de dobragem dos painéis será aprofundado, de um ponto de vista técnico, em *Miolo*.

13. O retângulo de ouro, comumente reconhecido pelas suas qualidades estéticas e harmoniosas, define-se pela proporção áurea de, aproximadamente, 1:1,618 (Lupton, 2004, p.138-139; Roberts & Thrift, 2002, pp. 22-23).

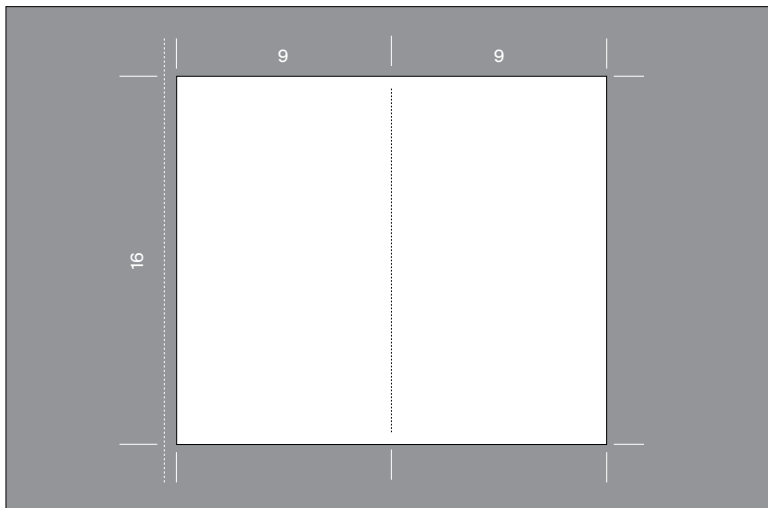
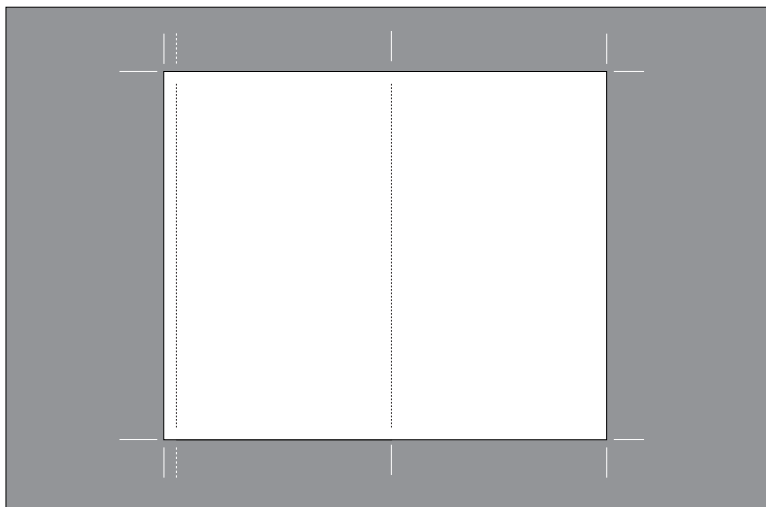


Figura 24 + Figura 25. Esboço visual do formato do livro.



3.3. Composição gráfica

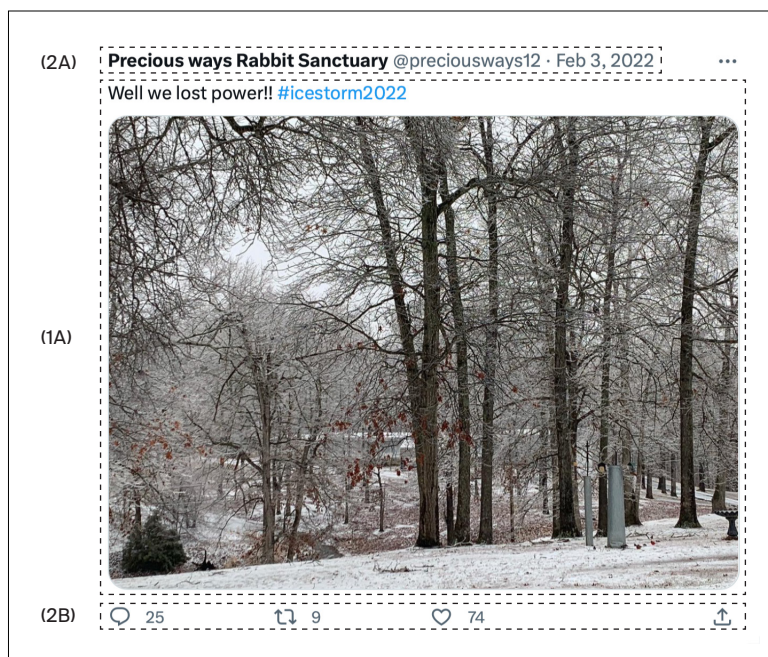
Como constata Ludovico (2015), “publishing, at its highest level, implies the production of content that is not merely transferred from one source to another, but is instead produced through a calculated process in which content is manipulated before being delivered” (p.5).

Assimilado o objeto de um ponto de vista estrutural, explicam-se agora as restantes decisões formais, pensadas interdependentemente. A fim de descrever o processo de composição da grelha editorial, começará por se estudar a informação no seu contexto de origem, percecionando como se organiza, categoriza e hierarquiza um *tweet* na plataforma. Recorrer-se-á, predominantemente, a metodologias de análise e observação qualitativas, numa procura por listar possíveis padrões e estabelecer relações entre o conteúdo, desconstruindo-o (Noble & Bestley, 2005, p.92).

3.3.1. Anatomia de um *tweet*

“Each Tweet published via Twitter shares the same basic structure and comes with different types of information” (Burghardt, 2015, p.76).

Figura 26. *Tweet* do perfil @preciousways12.



Observando, como exemplo, a figura 26, podem distinguir-se visualmente dois grupos de informação dentro de um *tweet*. O primeiro diz respeito ao *tweet* em si (1A), o qual é composto por elementos textuais (e/ou hipertextuais), podendo também conter imagens, GIFs ou vídeos (Twitter, s.d.a, para.1). Enquanto que este tipo de conteúdo é produzido pelo utilizador (e por isso dele dependente), o segundo é automatizado pela plataforma. Nele, incluem-se metadados (2A) e ações de interação e alcance do *tweet* na rede social (2B) (Burghardt, 2015).

Cada um destes grupos diferencia-se visualmente e estruturalmente do outro através de características como variações tipográficas, cromáticas ou ainda pela própria disposição e ordem em que são exibidos. Pode, por isso, dizer-se que a forma como a plataforma categoriza a informação é o resultado de um processo sistemático, em que o conteúdo se adapta a um *layout* pré-definido.

Existem, inclusive, restrições tanto textuais (com um máximo de 280 caracteres por publicação) como de recursos multimédia, onde quer a quantidade quer a dimensão e a resolução dos conteúdos obedecem a configurações previamente estabelecidas. Por exemplo, não é possível publicar simultaneamente um vídeo e uma imagem num mesmo *tweet* (Twitter, s.d.a, para.7).

3.3.2. Anatomia da página

Ainda que, por contraste à sistematização da *interface*, se tenha considerado seguir um caminho mais aberto à liberdade experimental (visível em autores como Wolfgang Weingart), acabou por se adotar uma via mais racionalista, abrindo as a que, futuramente, a edição da informação pudesse ser automatizada. Assim, pensou-se a grelha como sistema de organização, estruturando-a a partir dos grupos de informação identificados.

Importa aqui mencionar instituições como a Bauhaus ou nomes como Emil Ruder ou Josef Müller-Brockmann, fundamentais na implementação da grelha na década de 1960 (Lupton, 2004, p.125; Samara, 2004, p.12-19). Contudo, neste projeto não se idealiza o carácter funcional da grelha como universal. Começou-se antes pela organização e pela distribuição espacial da informação na página.

Em *Forms, folds and sizes*, Evans e Sherin (2008) identificam esta abordagem como uma técnica de composição gráfica (a qual designam por *constructional grids*) alternativa à estruturação prévia de uma grelha: “Unlike other types of grids, constructional grids are not created before one begins to layout content. Instead, the designer starts by positioning elements on a page in order of importance” (p.63). Também Lupton (2004) reconhece neste processo um caminho mais aberto à experiência:

Alternatively, you can design your page from the inside out, by setting your margins to zero and then positioning guidelines and text boxes on a blank page. This allows you to experiment with the margins and columns rather than making a commitment as soon as you open a new document (p.140).

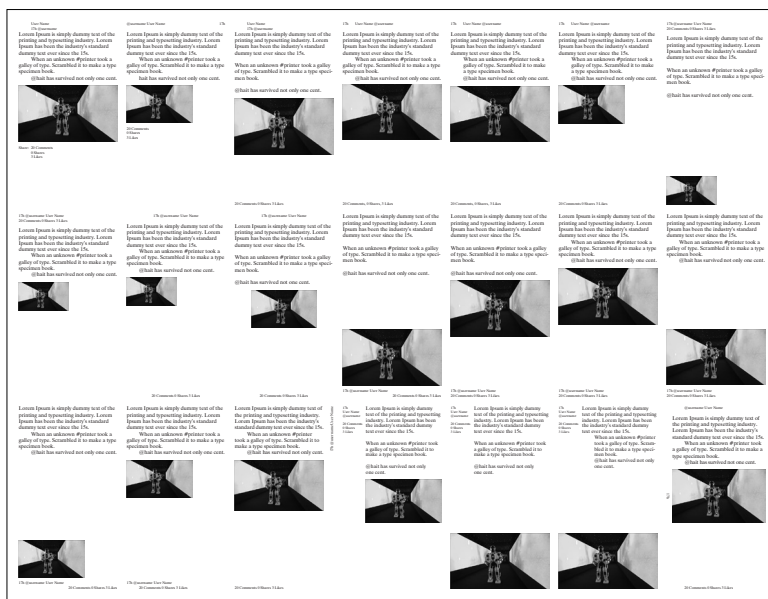


Figura 27. Experiências de organização e distribuição da informação na página.

No conjunto das várias experiências realizadas, concluiu-se que, para que a informação pudesse ser compreendida pelo leitor num suporte completamente diferente do original, deveriam preservar-se componentes familiares ao seu lugar de origem. Assim, criou-se um sistema anatómico de página que segue a lógica hierárquica presente na plataforma, estabelecendo áreas para cada um dos diferentes grupos de informação identificados (Samara, 2004, p.39). “You can use the grid to articulate the hierarchy of the publication by creating zones for different kinds of content” (Lupton, 2004, p.142).

Em cabeçalho incluem-se a data de publicação, assim como o *username* e nome de perfil do utilizador (2A). O corpo de texto do *tweet* (1A) inicia a grelha editorial, seguindo-se o conteúdo multimédia (caso exista, pois esta é uma componente opcional). A formatação dos restantes elementos, onde constam o número de comentários, gostos e partilhas (2B), não possui uma área fixa na página mas antes uma distância constante face ao término do *tweet* que os precede.

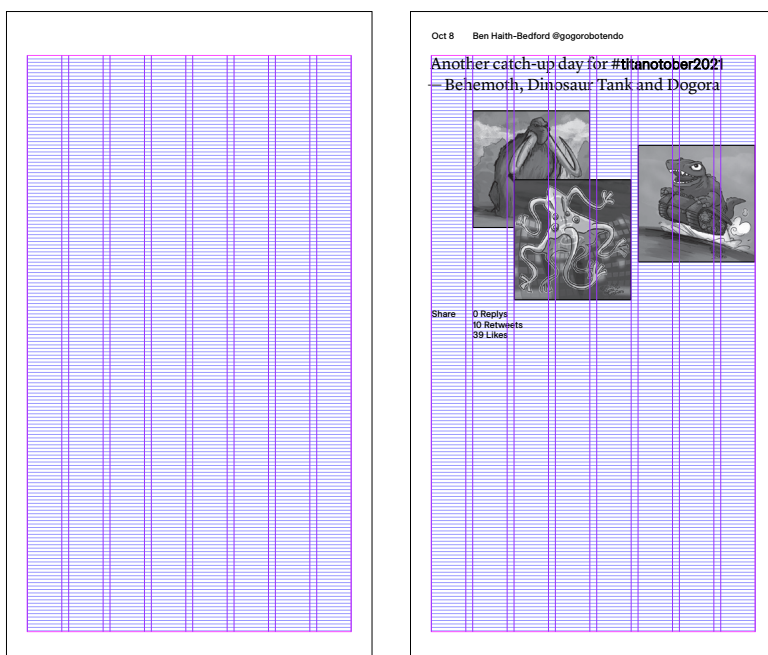
3.3.3. Elementos de um projeto editorial

3.3.3.1. Grelha

14. Como referido em *Formato*, a primeira página de cada secção possui uma margem compensatória (à esquerda), a qual facilita a montagem do projeto. Contudo, sendo esta entendida como uma adenda, não é considerada nas medidas das margens em si (pois não é visível ao folhear o projeto).

A planificação da informação serviu, assim, como base ao desenvolvimento estrutural da grelha na página. Contudo, para se chegar a uma solução, quer visual quer funcional, foi também essencial considerar a mecânica do objeto. Dada a sua projeção em acordeão, não se pode entender o *spread* a duas páginas (Lupton, 2004). Há que ter em conta a irregularidade da extensão de cada sequência, onde as margens exteriores de uma dada página são consideradas interiores noutra. Neste sentido, no que diz respeito às margens laterais, desde logo que estas se idealizaram estreitas e simetricamente distantes, contendo 6,5 milímetros cada¹⁴. Ainda que estes valores criem uma certa tensão entre a informação, ela é intencional pela uniformidade visual que se alcança na página, aproximando a mancha gráfica. Deste modo, desdobradas na totalidade, as várias páginas evidenciam a sequencialidade entre *tweets*, proporcionando uma leitura contínua da informação. “For another, there are aesthetic reasons. A well-proportioned margin can enhance the pleasure of reading enormously” (Müller-Brockmann, 1996, p.39). Verticalmente, a página subdivide-se através

Figura 28 + Figura 29. Planificações da grelha na página.



de uma *baseline* de 3 pontos, a partir da qual se estabeleceram as margens superior e inferior, assim como o cabeçalho.

Já a escolha das colunas e respectivas proporções foi pensada em articulação com a componente multimédia (que se abordará brevemente em *Conteúdo multimédia*), razão pela qual importou também atender a critérios estéticos. “While single-column grids work well for simple documents, multi-column grids provide flexible formats for publications that have a complex hierarchy or that integrate text and illustrations. The more columns you create, the more flexible your grid becomes” (Lupton, 2004, p.142). Deste modo, optou-se pela utilização de múltiplas colunas (um total de 8) abrindo espaço a uma exploração mais dinâmica e flexível da página enquanto elemento de composição gráfica.

3.3.3.2. Tipografia

“Twitter is the only mainstream text-dominant social network” (Becker, 2017, para.7).

Uma das características que mais distingue o *Twitter*, em relação a outras redes sociais, prende-se, precisamente, com a sua base escrita. Por esse motivo, demonstrou-se pertinente investigar a fonte tipográfica da plataforma. A *Chirp*, lançada em 2021 com assinatura do coletivo Grilli Type, foi pensada e criada especificamente para o microblog. Até então, as fontes que já haviam sido utilizadas foram sempre de outrem, como é o caso da *Helvetica Neue* ou da *Roboto* (Becker, 2017). Contudo, esta nova tipografia tem em conta critérios funcionais e estéticos, implícitos a uma leitura diária *online*.

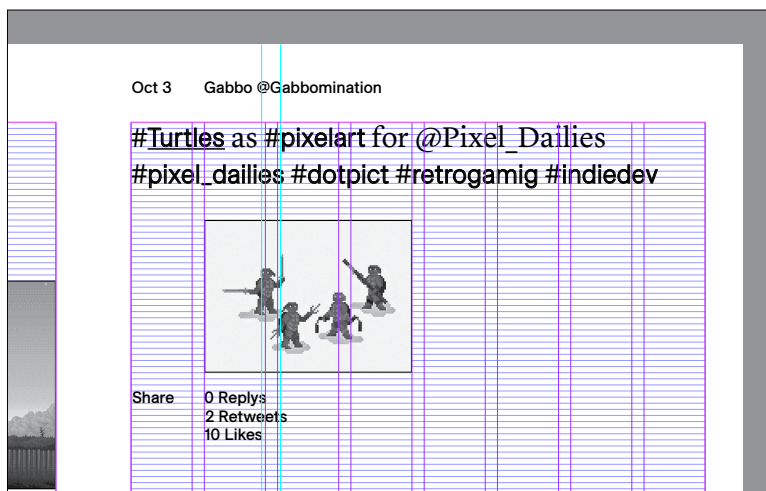
A escolha tipográfica estabelecida partilha desta lógica, procurando responder à materialidade do objeto proposto. Contrariamente ao ecrã, em papel são as fontes serifadas que, por norma, proporcionam uma melhor experiência de leitura (Wheildon, 1995). “Serif types are useful in text because the serifs help distinguish individual letters and provide continuity for the reader’s eye” (Adobe, 2000, p.3).

Elegeram-se a fonte serifada Lyon, na qual Kai Bernau aliou a precisão inerente às ferramentas tecnológicas com uma herança do passado, inspirando-se no trabalho de Robert Granjon. Tal como o designer descreve, “the typeface itself as a modern design tool, contrasts nicely with Lyon’s 16th century heritage” (Carvalho Bernau, s.d., para.2).

Sendo os *tweets* um tipo de texto curto, predomina entre eles uma linguagem simples e de leitura rápida, aspetos estes refletidos no pensamento e prática editorial. Assim, o corpo de texto é composto a 14,5 pontos, dando o devido destaque ao conteúdo do *tweet*. Observando a proporção entre o volume do texto e a página, o alinhamento à esquerda demonstrou ser a melhor opção a aplicar.

Os restantes elementos tipográficos, não possuindo o teor significativo de um *tweet*, diferenciam-se através de uma segunda fonte não serifada, a ES Allianz, da Extraset. “Commonly you’ll need or want to use different typefaces for the various levels of information in the publication” (Adobe, 2000, p.12). A mesma foi composta com um corpo de texto de 8 pontos. Esta decisão teve em conta critérios funcionais e de gosto pessoal, procurando complementar e distinguir os dois grupos de informação.

Figura 30 + Figura 31. Pormenores da aplicação tipográfica na página.



Neste contexto, importa também destacar a presença de caracteres especiais, como os emojis. Estes símbolos de navegação complementam a linguagem vivida na plataforma, comunicando algo acerca desse universo (Maher, 2019, para.2). Por esse motivo são importantes de documentar, assumindo-se alternativamente a sua representação gráfica através de um glifo com a forma de um retângulo (Figura 30).

Outro aspeto a mencionar é a hipertextualidade presente na informação, onde se incluem as *hashtags*. Apesar do *Twitter* não as diferenciar visualmente face às restantes hiperligações (como, por exemplo, menções ou *links*), tratando-as de forma uníssona, a sua distinção demonstrou ser pertinente a este projeto, ao facilitar a assimilação e sequencialização dos *tweets* ao longo da publicação. “From a simple indent (signaling the entrance to a new idea) to a highlighted link (announcing a jump to another location), typography helps readers navigate the flow of content” (Lupton, 2004, p.63).

Com isto em mente, e visando harmonizar a composição gráfica, optou-se por formatar as *hashtags* com a ES Allianz, intercalando-a à Lyon. A relação entre as duas fontes foi regida pela altura ‘x’, considerando-se os ajustes óticos necessários a fim de as equilibrar visualmente.

Adicionalmente, a *hashtag* do último *tweet* de cada sequência é destacada das restantes pelo uso de sublinhado, simulando o clique no sistema de recolha (Figura 31). Deste modo, assinala-se também o término de cada sequência na página, ainda que essa ação seja subentendida pela própria estrutura do livro.

3.3.3.3. Conteúdo multimédia

No que diz respeito à componente multimédia, também aqui importou examinar a existência de diferentes tipos de informação. Por *tweet*, podem incluir-se até quatro imagens, um vídeo ou um GIF, sendo que apenas um dos formatos é passível de ser incluído (ou seja, não é possível a coexistência de, por exemplo, imagens e vídeo) (Twitter, s.d.a, para.4). Para Fluckiger (1995, pp.43-44), estes elementos subdividem-se em duas categorias: “discrete media” e “continuous media”. A primeira é relativa a um conteúdo de natureza estritamente espacial, como são exemplo as imagens. Já a segunda abrange uma dimensão temporal — onde se incluem os vídeos e GIFs. Ribeiro e Gouveia (2004) interpretam estes conceitos, respetivamente, como estáticos e dinâmicos.

Consequentemente, equacionaram-se diferentes soluções para cada um deles. Começaram por se testar técnicas de impressão como a risografia e a serigrafia, explorando a própria materialidade do objeto editorial. Ponderou-se também a inclusão de soluções gráficas como relevo ou verniz localizado. No entanto, estas ideias exigiriam ao leitor um grau de abstração e interpretação bastante elevado. A este facto aliam-se os subseqüentes custos financeiros, bem como a complexidade da maquetização estabelecida, tendo a manipulação digital acabado por se demonstrar mais pragmática.

Assim, optaram por se explorar diferentes alinhamentos e escalas do conteúdo na página, onde a divisão da grelha em múltiplas colunas abriu espaço a uma maior flexibilidade e liberdade de composição gráfica. “In place of the static frame of a classical page layout, the grid encourages the designer to create dynamic, asymmetrical compositions in which open space not only occupies the margins but flows among content elements” (Lupton, 2009, para.4). Também a manipulação do espaço em branco provou ser crucial à construção do *layout*, proporcionando-lhe ritmo e dinâmica visual.

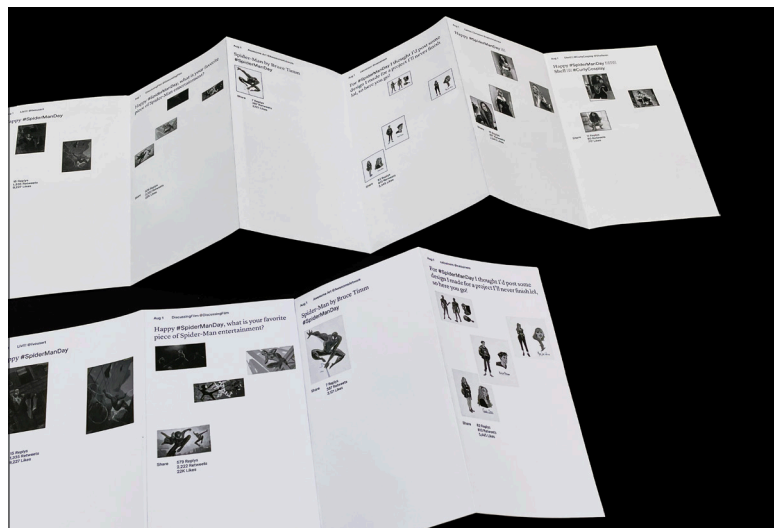


Figura 32. Experiências de composição do conteúdo multimédia na página.

3.3.3.3.1. Elementos estáticos

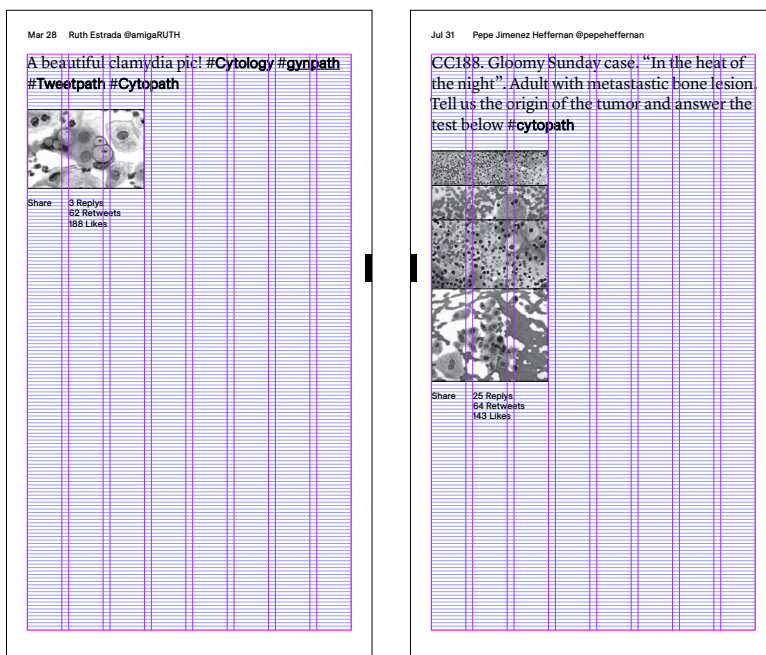
Posto isto, primeiramente, explicar-se-á como foram trabalhados os elementos estáticos, para os quais se definiu o valor fixo de três colunas de largura. Dado que cada *tweet* pode conter entre uma a quatro imagens, importou valorizar a ordem em que as mesmas são exibidas no *feed* da plataforma, reinterpretando-a no objeto editorial. A fim disso, criou-se um sistema de regras, através do seu posicionamento na grelha.

15. A sequência de Fibonacci é uma série de números inteiros progressiva, na qual, partindo de dois termos iniciais, o termo subsequente é formado pela soma dos dois anteriores. Segundo Roberts e Thrift (2002), “The number progression at its heart, which involves adding two numbers to arrive at the next in the sequence, is also found in nature, as identified by Fibonacci in his book of 1202, *The Book of Calculating*” (p.23). Em termos matemáticos é definida pela fórmula $F^n = F^{n-1} + F^{n-2}$.

Estabeleceu-se que a componente multimédia iniciaria sempre a um intervalo de 15 pontos face ao término do texto, alinhando, assim, o topo da primeira imagem com a *baseline*. A posição vertical das imagens seguintes é, depois, determinada numa lógica progressiva de 18 pontos, que segue a sequência de Fibonacci¹⁵. “Certain numerical proportions work better than those that are arbitrarily chosen. The following proportions of width to height have proved themselves: The Fibonacci-series proportions (...) and the Golden Section” (Hochuli & Kinross, 1996, p.38).

Desta sucessão, interessam destacar os quatro primeiros números gerados: 1, 1, 2 e 3 (Roberts & Thrift, 2002, p.23). Sendo o distanciamento entre as imagens gradual, há uma relação de interdependência entre elas, onde a posição de cada uma apenas pode ser obtida com base na anterior, tal como na série matemática. Deste modo, partindo de uma dada imagem, a distância face à seguinte é determinada multiplicando o termo correspondente à posição da imagem de que se parte por 18. Dado o primeiro termo ser 1, e o conseqüente resultado 18, o topo da segunda imagem distancia esse valor face ao topo da primeira. A mesma lógica se aplica às restantes. Sendo o segundo e o terceiro termo da série 1 e 2, a terceira e a quarta imagem distanciam-se do topo das imagens precedentes 18 e 36 pontos, respetivamente.

Figura 33 + Figura 34. Exemplos de composição do conteúdo multimédia na grelha da página.



Nas figuras 33 e 34 podem observar-se dois exemplos de *tweets*, um com uma e outro com quatro imagens, nos quais este sistema é aplicado. Contudo, como é possível notar, a alteração, por si só, do posicionamento vertical das imagens não seria suficiente para proporcionar a devida leitura às mesmas, criando demasiadas sobreposições entre o conteúdo (Samara, 2004, p.35).

“In addition to creating vertical zones with the columns of the grid, you can also divide the page horizontally” (Lupton, 2004, p.143). Assim, introduziu-se uma regra de movimento horizontal, que, refletindo a mesma sucessão matemática, se rege em função das colunas. Nesta, as imagens são posicionadas alternadamente na grelha, avançando o mesmo número de colunas que o termo correspondente à sua posição na sequência. Deste modo, se a primeira se distancia uma coluna de intervalo face ao início da grelha, o mesmo se aplica à segunda imagem, que avança uma coluna em relação à imagem anterior. Já a terceira

e quarta intervalam, respectivamente, duas e três colunas, criando assim um movimento exponencial.

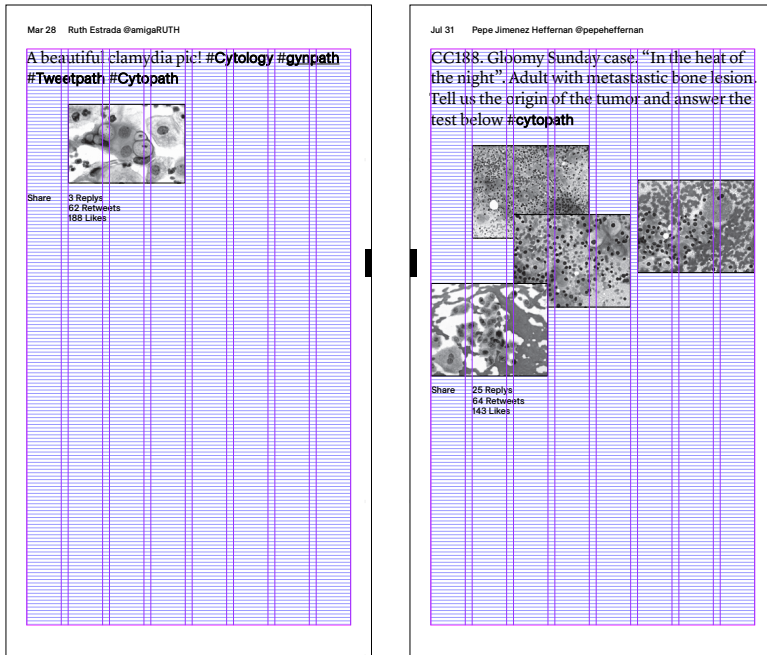


Figura 35 + Figura 36. Exemplos de composição do conteúdo multimédia na grelha da página.

3.3.3.3.2. Elementos dinâmicos

Relativamente aos elementos dinâmicos, onde se incluem os vídeos e GIFs, há que denotar a sua natureza temporal, cujas características de circulação digitais são distintas de uma realidade palpável. Nesse sentido, adaptou-se a sua representação utilizando o primeiro fotograma de cada conteúdo, o qual, assim como na categoria anterior, dista a partir do topo 15 pontos do término do texto. Adicionalmente, a informação é complementada com o registo de visualizações e respetiva duração.

De forma a distinguir visualmente as duas categorias, no caso dos elementos dinâmicos, a largura da imagem ocupa a totalidade da grelha. Enquanto que, em ambos os casos, a largura das imagens é fixa, a altura varia, de acordo com a da imagem original. Assim, ao contrário da plataforma, é possível a sua visualização integral, sem cortes.

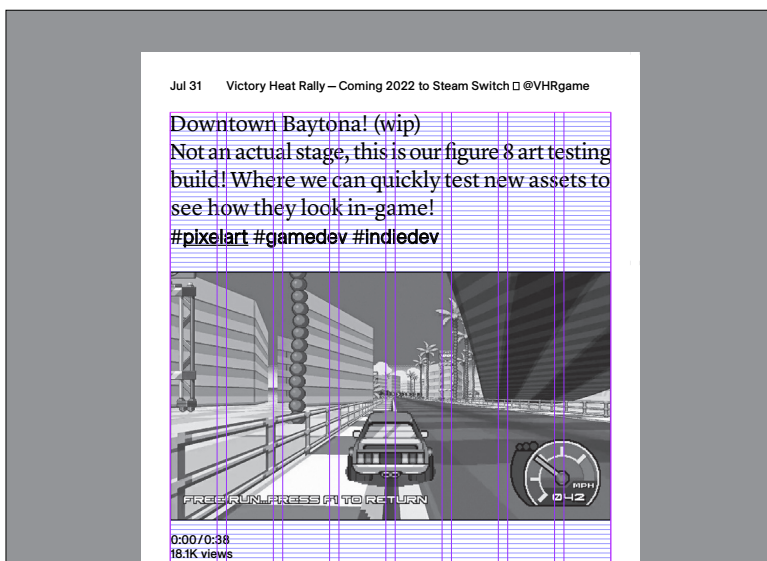
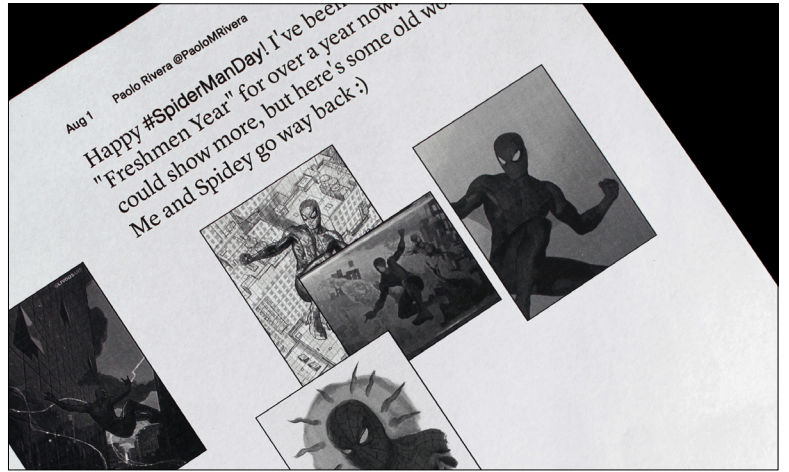


Figura 37. Exemplo de composição do conteúdo multimédia na grelha da página.

3.3.3.3. Tratamento visual da informação

Sendo este tipo de conteúdo dependente de um utilizador, ele é também altamente variável. Questões relativas à sua qualidade e/ou resolução não são, por isso, possíveis de prever ou controlar. À vista disso, e a fim de uniformizar visualmente a publicação, editaram-se os mesmos a preto e branco, atendendo simultaneamente a custos de produção.

Figura 38. Exemplo de composição do conteúdo multimédia na página.

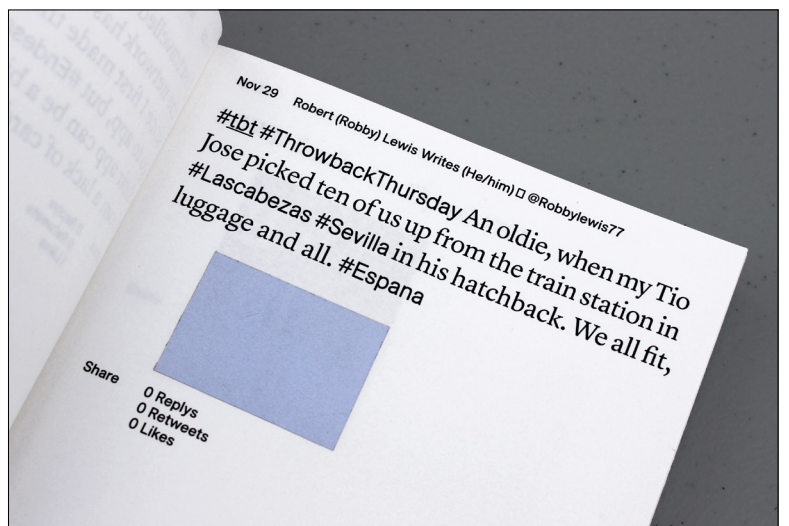


Outro aspeto a considerar passou pela demarcação das imagens na página, evidenciada pelo contorno a preto. Sobretudo em elementos com um fundo branco, cujos limites, de outra forma, não seriam perceptíveis, estas linhas visuais contribuem para a percepção de uma lógica construtiva. “The designer should analyze every element he or she puts into a page. If it helps reading rhythm, it should be kept” (Colin, 1995, p.149). Neste sentido, as mesmas demonstraram-se pertinentes à composição visual, ao facilitarem a identificação da mancha gráfica.

É ainda de ressaltar que determinadas componentes são classificadas pela plataforma como “restritas”. Nestes casos, o conteúdo do *tweet* não é imediatamente apresentado ao utilizador, sendo uma decisão deste visualizá-lo ou não. Uma vez que se opte por tal, contudo, a ação é irreversível.

Este processo é também ilustrado no objeto editorial, através da técnica da “raspadinha”. Deste modo, enquanto estratégia de interação, convida-se o leitor a raspar a tinta para revelar os conteúdos impressos. Dados os elevados custos de produção, este procedimento careceu de uma execução manual.

Figura 39. Exemplo do uso da técnica da “raspadinha” no projeto.



3.3.4. Mapeamento temporal

De forma a dinamizar visualmente o objeto, surgiu também o interesse por representar infograficamente a hora a que os *tweets* foram publicados, reconhecendo a importância da temporalidade na dinâmica da plataforma (Keutelian, 2022; Shugars et al, 2021). Sendo esta uma informação exterior à recolha, não faria sentido misturá-la com o restante conteúdo. À vista disso, procurou-se a sua representação através do lado dianteiro do livro, explorando a natureza gráfica do mapeamento como ferramenta temporal (Noble & Bestley, 2005).

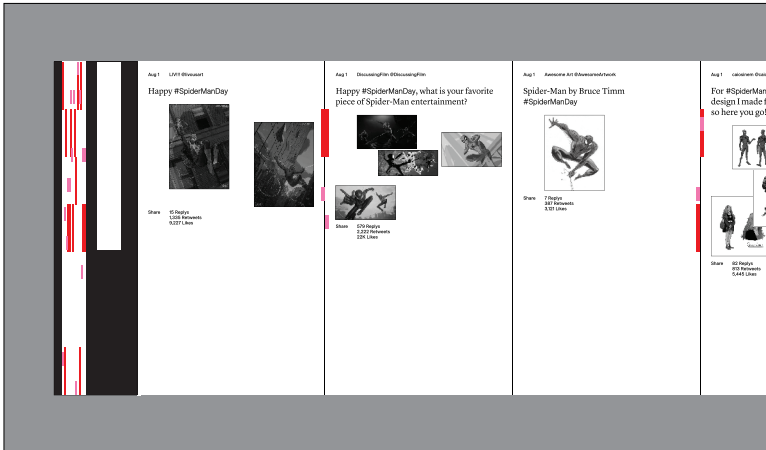
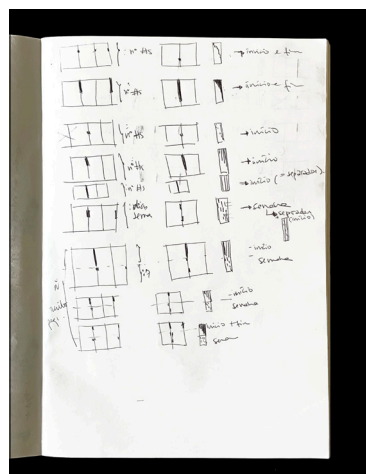
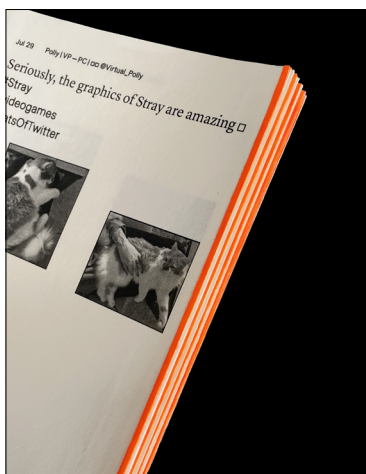
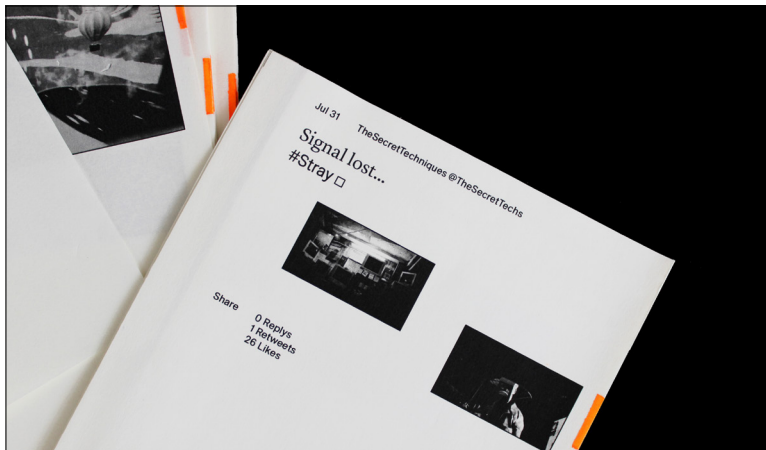


Figura 40 + Figura 41 + Figura 42. Maquetes realizadas no desenvolvimento do mapeamento do projeto.

Figura 43 (inferior direita). Esboços visuais para o mapeamento infográfico do projeto.



O resultado expõe uma linha cronológica subdividida verticalmente em 24 retângulos, cada um dos quais representa uma hora do dia. Face ao mecanismo em acordeão, esta abordagem exigiu algum cuidado. De modo a assegurar a sua visualização com o livro fechado, a marcação da hora alterna o posicionamento de página a página (Figura 45).

Ainda que se tenham testado outras soluções editoriais, explorando variáveis como a cor, optou-se pela impressão digital a preto. Desta forma, foi possível atender não só a custos de produção mas também proporcionar neutralidade à narrativa, que em nada interrompe a leitura folheada do livro — apenas a enriquece.

Figura 44 + Figura 45. Resultados visuais do mapeamento infográfico no projeto.



3.4. Produção e pós-produção

3.4.1. Miolo

Dada a estrutura em acordeão, foi necessário construir o miolo manualmente, tendo a sua montagem sido realizada separadamente da capa. Este foi um processo cuja complexidade de execução exigiu o desenvolvimento de vários protótipos, até se chegar a uma versão cuja mecânica solucionasse o sistema de recolha estabelecido. Em primeiro lugar, pensou-se a estrutura individual de cada sequência. De forma a interligar os *tweets* dentro de cada uma delas, e face à extensão de algumas secções, a sua construção carece de emendas a cada duas páginas. Por este motivo, apenas depois de cortadas as páginas se realizam as dobras, paralelamente e em direções opostas.

Posteriormente, as várias sequências são fixas à lombada por colagem a partir da primeira página de cada uma, cuja margem compensatória (à esquerda) possibilita a sua montagem. Deste modo, torna-se possível aparar o projeto, realizando cortes de cabeça e no pé do livro (Dias et al., 2019, p.11).

Importa ainda referir que dado o volume do miolo interno (onde se agregam os acordeões) ser proporcional ao número de sequências da publicação, e não ao número de páginas (que equivalem ao total de *tweets*), cria-se um desequilíbrio na espinha lateral, o qual foi necessário nivelar. A fim de minimizar o efeito, acrescentou-se uma compensação, colada manualmente.



Figura 46 + Figura 47 + Figura 48.
Processo de montagem do miolo.



Todo este processo de construção do livro deve ser visto como uma experiência, na qual é essencial considerar o objeto como um todo, desde a sua mecânica e utilização à escolha do papel. Como referem Hochuli e Kinross (1996), “the manner of binding and the materials used decisively affect those qualities that go to make up the physical presence of the object” (p.31). Tendo em conta a necessidade de se emendarem as páginas, a fim de construir cada acordeão, optou-se pelo Munken Pure de 90g/m², cuja superfície lisa e sem revestimento, aliada à gramagem escolhida, facilitou uma colagem mais resistente e durável (Arctic Paper, 2013; Dias et al., 2021, p.14).

Dada a vasta variedade de conteúdos no projeto, e a fim de uniformizar a mancha gráfica, o miolo é impresso a preto, otimizando simultaneamente custos de produção. A tonalidade branca creme do papel confere também um impacto distinto às imagens, convidando a um ambiente de proximidade.

Adicionalmente, o objeto é composto por uma breve nota introdutória, que visa contextualizar o projeto ao leitor, e uma listagem das *hashtags* que compõem a recolha, apresentada no final da publicação.

3.4.2. Capa e sobrecapa

A par do miolo, também a capa se desenvolveu em torno da experiência. Investigaram-se diferentes soluções gráficas e materiais, numa procura por valorizar as características do livro enquanto objeto físico. Como descreve Tuazon (2011), “It’s a building process: picking a paper, figuring out the mechanics of the cover, the printing, the binding” (p.9). Optou-se por uma única peça, em papel Montesinho de 290g/m², a qual abraça todo o miolo pela lombada, em brochura francesa. Fixa-se à espinha e bate à cabeça e pé do volume. Embora se tenham ponderado outras opções, como a encadernação em tecido, o uso de uma capa mole demonstrou favorecer o manuseamento do livro.

Figura 49 + Figura 50 + Figura 51.
Experiências de composição, impressão
e produção para a capa do livro.



Ao contrário do habitual, não se incluiu o título na capa. Quis-se antes destacar as *hashtags* que compõem o projeto, tendo-se explorado várias composições gráficas nesse sentido (Figuras 49 a 51). Investigaram-se também diferentes acabamentos, como verniz, termoestampagem ou ainda alto e baixo relevo. Optou-se pela sua composição na lombada, a branco, priorizando a materialidade do suporte escolhido. Como refere Lomme (2016, p.33), o livro, enquanto objeto, deve ser sentido tanto quanto lido.

A capa é depois envolvida por uma sobrecapa, em acetato, reforçando a resistência do projeto (Dias, 2021). Nela inclui-se o título do mesmo, *Turning clicks into pages* — o qual serve também como uma pista do conteúdo que contém.





what do you want to see on this breast
mammograph



on
lace.



coming 2022 to Steam Switch @VHRgame

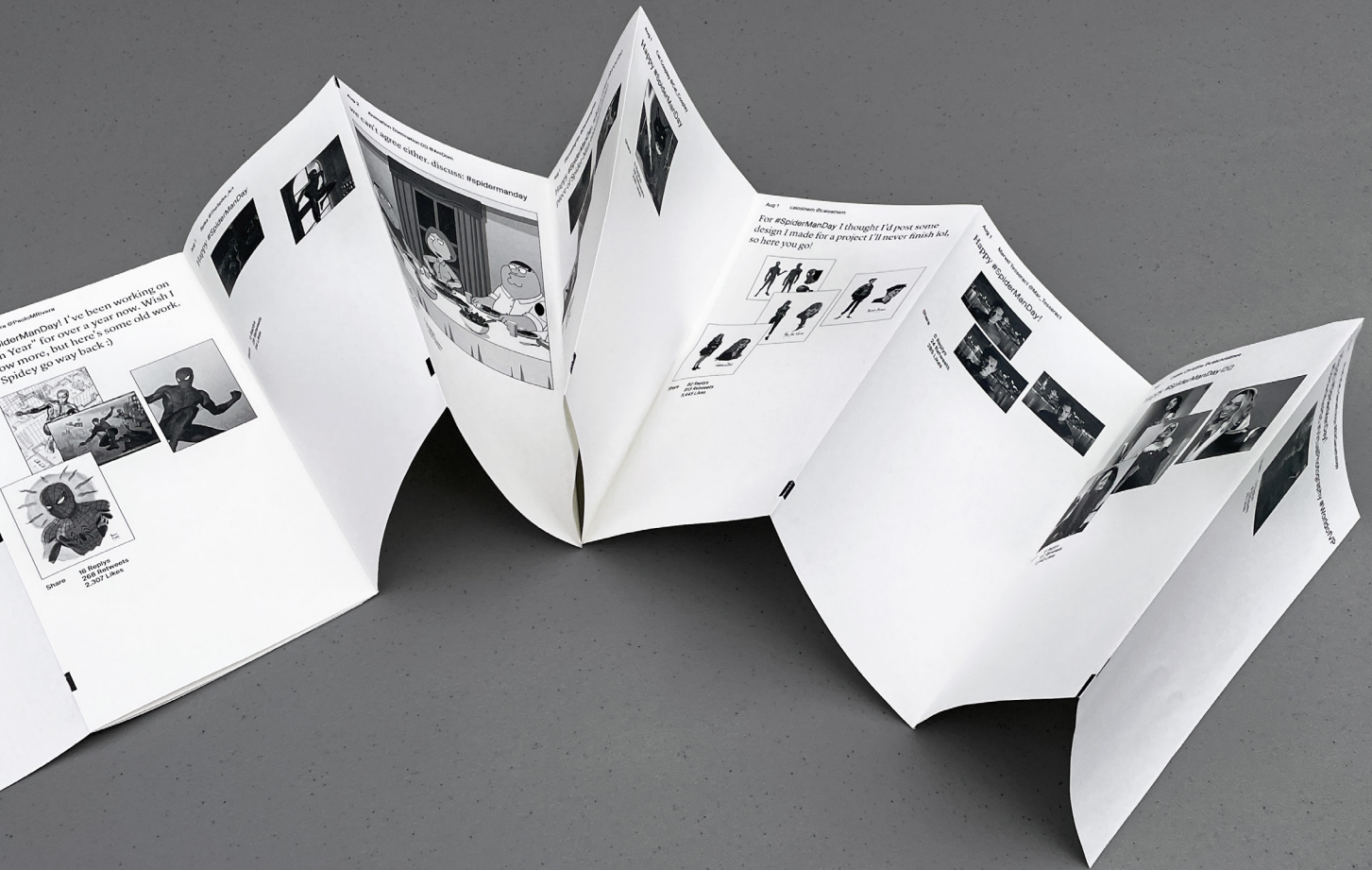
aytona! (wip)

al stage, this is our figure 8 art testing

re we can quickly test new assets

ook in-game!

#indiedev

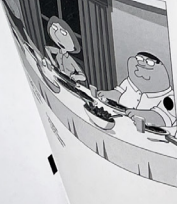


Aug 1 @caiosinem
Happy #SpiderManDay!
I've been working on "Spider-Man Day" for over a year now. Wish I saw more, but here's some old work. Spidey go way back :)



Share 16 Replies 248 Retweets 2,301 Likes

Aug 1 @caiosinem
Happy #SpiderManDay!
we can't agree either. discuss: #spidermanday



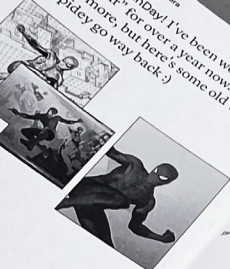
Aug 1 @caiosinem
For #SpiderManDay I thought I'd post some design I made for a project I'll never finish lol, so here you go!



Aug 1 @caiosinem
Happy #SpiderManDay!



Aug 1 @caiosinem
Happy #SpiderManDay!
I've been working on "Spider-Man Day" for over a year now. Wish I saw more, but here's some old work. Me and Spidey go way back :)

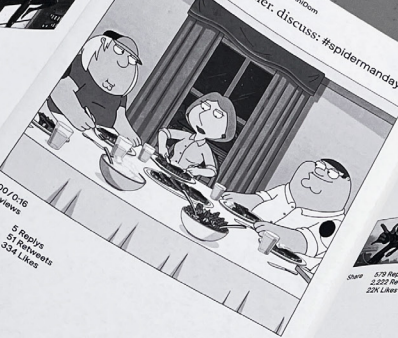


Share 7 Replies 23 Retweets 1,148 Likes

Aug 1 @caiosinem
Happy #SpiderManDay!



Aug 2 @caiosinem
Happy #SpiderManDay!
we can't agree either. discuss: #spidermanday



Share 0 Replies 156 Views 5 Replies 57 Retweets 334 Likes

Aug 1 @caiosinem
Happy #SpiderManDay, what is your favorite piece of Spider-Man entertainment?



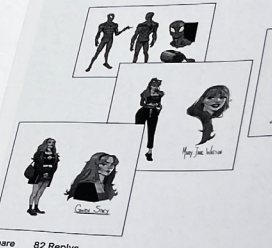
Share 17 Replies 2,223 Retweets 22K Likes

Aug 1 @caiosinem
Happy #SpiderManDay!



Share 0 Replies 24 Retweets 228 Likes

Aug 1 @caiosinem
For #SpiderManDay I thought I'd post some design I made for a project I'll never finish lol, so here you go!



Share 82 Replies 813 Retweets 5,445 Likes

Garfield @Garfield

Lasagna all day every day tho
#NationalLasagnaDay



0:00 / 1:03
19.1K views
Share 59 Replies
427 Retweets
2,087 Likes

Jul 29 RetroNewsNow @RetroNewsNow

Today is #NationalLasagnaDay



GIF
Share 0 Replies
32 Retweets
145 Likes

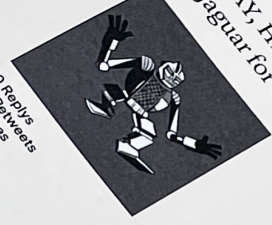
Jul 29

#Natio

2 Replies
7 Retweets
118 Likes

Share

Share
10 Replies
716 Retweets
449 Likes



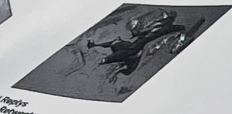
...er @illiana1felger
Y, HERE HE COMES
Jaguar for day 30 of #titanotober2021!

Share
1 Reply
10 Retweets
20 Likes



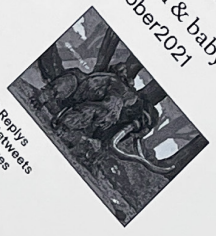
... You'll see the world with...
"LORD OF THE RINGS" he finally gets the love he deserves
#titanotober2021

Share
1 Reply
26 Retweets
57 Likes



... Her Hair - Softest Apprehension
#titanotober2021 Final Wars Cigou

Share
3 Replies
41 Retweets
170 Likes



Oct 8 F ad (Commissions are open) @Pancraptor
Behemoth & baby. ☐☐
#titanotober2021

Share
0 Replies
10 Retweets
39 Likes

... Turning
... and virtual,
... proposing a hybrid
... immaterial space-time,
... that was never meant
... something permanent?
... does the reading
... omies, the project
... itter with fate
... y. Travelling
... t take us?

- 12 AM
- 1 AM
- 2 AM
- 3 AM
- 4 AM
- 5 AM
- 6 AM
- 7 AM
- 8 AM
- 9 AM
- 10 AM
- 11 AM
- 12 PM
- 1 PM
- 2 PM
- 3 PM
- 4 PM
- 5 PM
- 6 PM
- 7 PM
- 8 PM

Jun 19 Thomas Fairchild @Kajjutoptia

Happy Father's Day!
#Godzilla



0:00 / 2:12
498 views

Share 3 Repls
30 Retweets
77 Likes

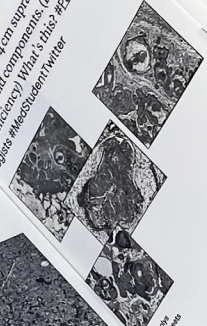
Jul 31 Leon Mackay @leon_mackay

Took a walk yesterday on the Genesee River at Turning Point Park. A challenge for #pathologists: similar to #CountingMitoses, how many #turtles can you find in each picture?



Share 3 Repls
4 Retweets
27 Likes

22-year-old boy had a CTN suppressor lesion
Syst and alk components (Bovine with
pathologic #Mesodent #Titer



3 Repls
4 Retweets
27 Likes

Late night, lights fading. The rain's beating against the windows. Homemade butter cookies straight from the oven. A cup of tea and a few extra clicks on the side (a good combination). Sitting on the couch I wonder how much time we have spent in front of the gloomy screen.

For years our society relied on the printed matter as a communication system. But the days of the letterpress are long gone. The Internet era has taken over and deeply reshaped the way we live and communicate. *Click, scroll down. Click, scroll down.* Over and over again these small gestures and habits have become dominant aspects of our everyday lives. But too many clicks later technology can be a double-edged sword. Even though we now live in a more connected society, the astounding amount of information we meet online can quickly overwhelm us.

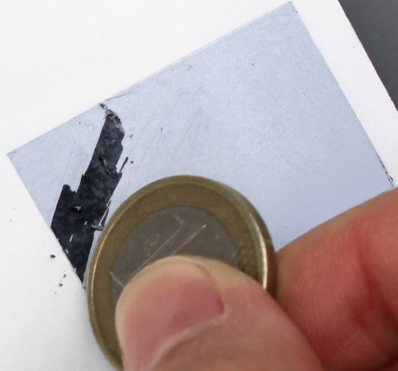
In a world where resources are always growing and expanding the pressure to be up to date comes as a kind of free fall. As we are selectively faced with the information we want to see, the line between reality and *But it's been 30 seconds... Or was it an hour?*

Once inside the filter bubble how aware are we of our own actions? Do we control these systems, or are we manipulating us?

Reflecting on the *clicks into pages* approaches: physical and online social media online experience between What happens when we to become physical Detached from its online experience remain the Navigating around covers an hour of browsing (or perhaps the algorithm from one hashtag to another

Jul 11 Knuckles @rageofFist

#SonicMovie2 final movie vs trailer!
Spot the difference



Share 10 Replys
38 Retweets
243 Likes

vs trailer!



#breastpath
#cytopath
#cytology
#gynpath
#beautyinbenign
#icestorm2022
#beautyinbenign
#icestorm2022
#ItsSkylineTime
#NationalChiliDogDay
#SkylinePartner
#NationalChiliDogDay
#LasagnaDay
#WinItWednesday
#NationalFrenchFryDay
#Daredevil
#SpiderMan
#SpiderManDay

Turning clicks
into pages

#Endesa #Sevilla #tbt #viral #trending #godzilla #gigan #titanotober2021 #kaiju #art #sonic #SonicTheHedgehog #SonicMovie2 #SonicMovie #sonic #sonamy
#SonicTheHedgehog #ShadowTheHedgehog #MariaRobotnik #sonic #videogames #Stray #gaming #gamedev #pixelart #Turtles #Pathologists #PathTwitter
#Pathology #breastpath #cytopath #cytology #gynpath #beautyinbenign #icestorm2022 #beautyinbenign #icestorm2022 #ItsSkylineTime #NationalChiliDogDay
#SkylinePartner #NationalChiliDogDay #NationalLasagnaDay #LasagnaDay #WinItWednesday #NationalFrenchFryDay #Daredevil #SpiderMan #SpiderManDay

Figura 54. Capa do livro.

Figura 55 + Figura 56 + Figura 57. Páginas do livro.

Figura 58. Pormenor tipográfico.

Figura 59 + Figura 60 + Figura 61. Páginas do livro.

Figura 62 + Figura 63. Resultado do mapeamento temporal.

Figura 64. Dupla página do livro.

Figura 65. Página da introdução do livro.

Figura 66 + Figura 67. Pormenores da técnica da "raspadinha" no projeto.

Figura 68. Listagem das *hashtags*.

Figura 69. Lombada do livro.

Conclusões

Este último capítulo constitui uma reflexão sobre os resultados do projeto, onde se discutirá o interesse ou a validade dos mesmos face ao contexto apresentado. Abordar-se-ão também as limitações impostas pelas metodologias adotadas e, subsequentemente, a forma como poderia ser seguido um rumo em contextos futuros.

De forma geral, este foi, sobretudo, um processo de exploração e interpretação cíclico, cujo resultado não surgiu de uma ideia única mas sim de um conjunto delas, que se foram articulando e ajustando ao longo do mesmo (Coutinho, 2011). As várias experiências realizadas, quer ao nível da conceção e produção do objeto editorial quer da própria recolha e análise da informação, foram fundamentais para assimilar um fio condutor — onde o papel de designer se alargou ao de autora, arquivista, editora e produtora (Soulellis, 2019). Nesta perspetiva, apesar do trabalho se ter desenvolvido em torno de uma lógica de composição mais sistemática, existiram também decisões subjetivas e intuitivas, as quais fazem parte de qualquer projeto editorial.

Tempo, memória e experiência

Tendo por base o conceito da hiperligação, o resultado materializa um percurso pelo *Twitter* construído a partir de um sistema idealizado, onde o facto do conteúdo que surge advir do anterior projeta um encadeamento entre a própria informação. Os caminhos que subsequentemente se geram a cada clique vão conduzindo o utilizador dentro da rede, num percurso cujo destino é determinado de forma alheia ao seu controlo. Ainda que o intuito não passe por avaliar o teor da informação, é interessante analisar como uma coisa leva à outra e constatar o quão absurdo as relações que se formam podem ser. Como a partir do ponto de recolha inicial se chega a um outro totalmente díspar, embora todo o caminho que se percorra seja lógico.

O sistema de navegação estabelecido a partir das *hashtags* reflete aqui a natureza deambulatoria e contínua inerente ao universo digital. Há, de certo modo, uma cultura de participação onde o conteúdo produzido pelos diferentes utilizadores, em espaços geográficos e temporais distantes, evidencia a construção de uma narrativa (Eraso & Ortiz, 2007; Fauconnier, 2007). Neste contexto, a publicação pode também ser entendida como uma jornada metafórica, cuja própria estrutura abre espaço a um ato que acontece dentro dela. Cria-se um certo paralelismo entre o movimento gerado pela interatividade da *Web* e o gesto de folhear um livro, onde o leitor, através do virar de página, participa na própria história (Carrión, 1987).

A forma como a audiência se relaciona para com o objeto é, por isso, crucial. Se por um lado, a organização sequencial dos *tweets*, tal qual foram recolhidos, propõe, inevitavelmente, uma ordem de leitura, por outro, as possibilidades narrativas inerentes à forma do livro permitem ao leitor o poder de subverter

as intenções originais, controlando o que ver e quando ver. A publicação funciona, assim, quase como uma hiperligação física, um espaço/arquivo que pode ser consultado de forma não-linear.

Ao mesmo tempo, a natureza inerente às plataformas digitais, como é o caso do *Twitter*, instiga também questões relativas à memória, ao tempo e ao espaço — e, conseqüentemente, à validade temporal da informação (Metahaven, 2018; Shugars et al., 2021). A perda de dados é um risco real, onde, a qualquer momento, o próprio conteúdo deste projeto pode ser excluído ou retirado da rede, tornando-se inacessível. Cada *tweet*, uma vez impresso, deve, por isso, ser visto como um registo da sua “vida” digital, que continua. Por conseguinte, importa pressalvar a periodicidade do trabalho, que viverá sempre no desuso.

Paradoxalmente, ao ser associada a um tempo concreto, a informação preserva algo que, no seu suporte original, seria meramente temporário, resultando num objeto híbrido entre o espaço/tempo material e imaterial (Fauconnier, 2007; Ludovico, 2015). Longe do seu contexto de origem, estabelece-se uma perspetiva sobre o conteúdo que raramente temos a oportunidade de visualizar na prática, pois é evidenciado um volume. Tal como Losowsky (2013) defende, “By occupying space, by having weight and heft, by utilizing smells and tactility as part of their own stories, print have impact” (para.9). Conseqüentemente, reformulam-se os significados e as relações entre a informação, convidando o leitor à criação de novas interpretações.

Entende-se, deste modo, que o meio altera, inevitavelmente, a compreensão da mensagem, pois a forma como esta é disponibilizada em cada um deles possui características e propriedades distintas. Contudo, elas não devem ser entendidas como opostas mas sim complementares. É precisamente na comunhão da multiplicidade de suportes que existem, quer digitais, quer analógicos, que, como aponta Ludovico (2012), se cria valor projetual: “There is no one-way street from analogue to digital; rather, there are transitions between the two, in both directions” (p.153).

Consumo e consciência social

A inviabilidade de catalogar algo que está em permanente mudança evidencia o contraste entre a imutabilidade do papel e a velocidade e fugacidade do fluxo de informação digital (Ludovico, 2015; Muller, 2007). É, no fundo, uma ironia para com a cultura superficial e (super)consumista contemporânea, onde as redes sociais contribuem para uma valorização da abundância. A fácil adesão a estes circuitos por parte da sociedade — que, quer influenciada, quer por iniciativa própria, busca pelo atrativo — tornou-se um hábito tão banal ao dia a dia humano que, maioritariamente, não consciencializamos as nossas ações. Mas o uso excessivo destas ferramentas pode também conduzir ao facilitismo (Greenfield, 2017; Metahaven, 2018; Nogueira, 2020).

A navegação digital é um processo de seleção tendencioso, onde a opacidade algorítmica dificulta a assimilação da sua própria existência. Através da sobrecarga de informação que se gera, as estratégias de comunicação e políticas de dados digitais atuais conduzem o utilizador dentro da rede num percurso sem sentido ou propósito, que o faz esquecer do mundo real para se concentrar num ego virtual (Cheney-Lippold, 2011; Zuboff, 2019). Face a uma inércia e desorientação instantâneas, o conteúdo com o qual ele interage é-lhe configurado por

um meio que o próprio não tem autonomia para controlar. Até que ponto o indivíduo domina de facto a informação? Ou será ele um escravo do sistema?

Sem uma preocupação com a quantidade de ações ou cliques a gerar, cria-se, de certo modo, uma ponte com o “estado de dormência” descrito por Koolhaas (2002), onde o prazer consumista proporcionado pela instantaneidade não permite ao sujeito perceber que ele próprio é a matéria-prima na forma de dados comportamentais. Ou seja, um produto da própria infraestrutura. Se através do centro comercial se demonstra como é que o Design e/ou a estética influenciam o consumidor, equitativamente, a aparência visual da linguagem tecnológica molda, cada vez mais, a forma como acedemos e visualizamos a informação, influenciando, conseqüentemente, o nosso pensamento e compreensão do mundo.

A representação destas ferramentas e canais digitais no projeto metaforiza, em certa medida, o *junkspace* (agora virtual) que rege a modernidade, onde todo o lazer e consumo, já não sendo necessariamente físico, continua a gerar e a acumular os seus vestígios. O intuito não passa por rejeitar o digital mas por reapropriar estes valores como mote para incitar a uma tomada de consciência crítica no leitor, confrontando-o com o seu próprio consumo.

Comparativamente à crítica que é feita nos manifestos (Garland, 1999; Peters et al., 2014; O’Brien, Dharia, & Gaydos, 2020), tão pouco estes novos canais demonstram qualquer preocupação relativa a valores éticos ou morais. Mas se é certo que quer as instituições quer as próprias plataformas sociais têm o seu papel nesta questão, também é certa a necessidade de, enquanto utilizadores, repensarmos os nossos hábitos digitais, de acordo com as nossas prioridades e valores pessoais, bem como perante os recursos disponíveis no ecossistema digital (Harris, 2021).

A intenção é que haja uma capacidade de subverter o jogo, permitindo que a disciplina do Design questione a sociedade e a forma como ela vive e se relaciona com a era da manipulação digital. O projeto não pretende ser uma solução mas um apelo a novas atitudes, tornando claro que o consumo num espaço massificado, construído de forma artificial, é proporcionado para nos levar ao afastamento do real. É um espetáculo que é construído.

Possibilidades futuras

Na era atual, a forma como comunicamos e recebemos informação é assente numa infraestrutura invisível aos nossos olhos, onde se torna difícil perceber a complexidade de um sistema que é intangível. O fenómeno da hiperligação, abordado neste projeto, permite, precisamente, constatá-lo. Perceber como esta poderia funcionar numa publicação física, e posteriormente concebê-la, foi um dos grandes desafios do mesmo.

Face à velocidade exponencial com que o conteúdo é gerado *online*, a *Web* alimenta-se do maximalismo, onde mais é mais. Mais conteúdo, mais consumo. Por oposição, este projeto vive de um conceito de organização, de ordem, que se refletem no próprio *layout* estabelecido. Neste sentido, depreende-se também uma atitude de composição, que abre espaço à exploração de uma vertente mais computacional, entre a automação e o trabalho manual (Soulellis, 2019). Ainda que com essa consciência, a mesma não interessou ao âmbito deste projeto,

não deixando, contudo, de ser uma possibilidade de investigação futura, cujos caminhos não se cingem à plataforma do *Twitter*.

Cruzando a base hipertextual, inerente à navegação digital, com a cultura impressa, as estratégias e métodos adotados podem ser alargados a novos conceitos e narrativas, onde a ideia de página adquire também novas formas e significados, evidenciando-se como um sistema multirrelacional e mutável (Ludovico, 2015). Também a materialidade que o objeto editorial oferece, quer ao nível da impressão, produção ou pós-produção, pode ser re-explorada. Como referido, as decisões tomadas ao longo do projeto nunca foram únicas mas apenas válidas diante de tantas outras, em parte condicionadas por custos e tempo.

Perante uma era em que a comunicação e a nossa compreensão do mundo sofrem constantes mudanças, a relação entre o pixel e o papel é um caminho em expansão, com uma grande abertura de exploração. O desenvolvimento de novas abordagens, formatos ou funções para o Design é uma parte essencial não só ao projeto mas à própria disciplina (Fallaha, 2007). Como entende Lorusso (2014), “The endless “end of the book” and “the future of the book” are two sides of the same coin” (para.4). Não há dúvidas de que, com o passar do tempo, surgirão novos modelos e estratégias. Até onde, fica a questão.

Referências

- Adobe. (2000). *Typography primer*. Retirado em novembro de 2023 de <https://www.dropbox.com/s/mqen9q9wumgo6hm/adobe-type-primer.pdf?dl=0>.
- Arctic Paper. (2013). *Art workshop: The munken guide to uncoated paper*. Gotemburgo: Arctic Paper.
- Austin, T., & Doust, R. (2007). *New media design*. Londres: Laurence King Publishing Ltd.
- Barnbrook, J., Bell, N., Blauvelt, A., Bockting, H., Boom, I., Levrant de Bretteville, S., Bruinsma, M., Cook, S., van Deursen, L., Dixon, C., Drenttel, W., Dumbar, G., Esterson, S., Frost, V., Garland, K., Glaser, M., Helfand, J., Heller, S., Howard, A., ... Wilkinson, B. (1999). First things first manifesto 2000. *Emigre*, 51. [Capa].
- Becker, S. (2017). *Twitter's new typeface: Why it changed and why users aren't happy*. Retirado em outubro de 2023 de <https://www.itsnicethat.com/news/twitter-font-change-sam-becker-brand-union-opinion-typography-graphic-design-040817>.
- Burghardt, M. (2015). Introduction to tools and methods for the analysis of Twitter data. In *10plus1: Living Linguistics*, 1. 74–91.
- Carrion, U. (1987). The new art of making books. In Lyons, J. (ed.). *Artists' books: A critical anthology and sourcebook* (pp. 31–44). Layton: Gibbs M. Smith, Inc. e Peregrine Smith Books.
- Carvalho Bernau. (s.d.). *Lyon text & display*. Retirado em outubro de 2023 de <https://carvalho-bernau.com/lyon>.
- Cheney-Lippold, J. (2011). A new algorithmic identity: Soft biopolitics and the modulation of control. *Theory, Culture & Society*, 28, 6. 164–181. DOI: 10.1177/0263276411424420.
- Correia, V. (2010). O design de comunicação da era digital. In *II Seminário de I&DT: Consolidar o conhecimento, perspectivar o futuro*. Portalegre: Instituto Politécnico de Portalegre.
- Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: Teoria e prática*. Coimbra: Edições Almedina, S. A.
- Cruz, A. (Anfitrião). (2020a, 17 de julho). João Castro (Tae) (n.º 9) [Episódio de podcast áudio]. In *Sumo*. <https://www.sumo-podcast.com/podcasts/e009-joao-castro>.
- Cruz, A. (Anfitrião). (2020b, 27 de fevereiro). Jorge Silva (n.º 5) [Episódio de podcast áudio]. In *Sumo*. <https://www.sumo-podcast.com/podcasts/e005-jorge-silva>.

- Dias, R., Oliveira, R., Martins, F., & Dantas, R. (2019). *O miolo do livro*. Maia: Item-zero Lda e Gráfica Maiadouro S.A.
- Dias, R., Oliveira, R., Martins, F., & Dantas, R. (2021). *A capa do livro*. Maia: Item-zero Lda e Gráfica Maiadouro S.A.
- Duvall, B. (s.d.). *New modernism(s)*. Retirado em fevereiro de 2024 de <https://s3.amazonaws.com/arena-attachments/971567/59952369171204d06a71304eef6272ad.pdf>.
- Eraso, M., & Ortiz, C. (2007). From a univocal to a cacophonous space. In Ludovico, A., & Muller, N. (eds.). *The Mag.net reader 2: Between paper and pixel* (pp. 84-101). Bari: OpenMute.
- Evans, P., & Sherin, A. (2008). *Forms, folds, sizes: All the details graphic designers need to know but can never find*. Beverly: Rockport Publishers.
- Fallaha, N. (2007). I love going to the dentist, and here is why: On the importance and distinct qualities of print in an age of digital media. In Ludovico, A., & Muller, N. (eds.). *The Mag.net reader 2: Between paper and pixel* (pp. 34-39). Bari: OpenMute.
- Fauconnier, S. (2007). Networked readership. In Ludovico, A., & Muller, N. (eds.). *The Mag.net reader 2: Between paper and pixel* (pp. 22-27). Bari: OpenMute.
- Fluckiger, F. (1995). *Understanding networked multimedia: Applications and technology*. Londres: Prentice Hall.
- Garland, K. (1999). First things first. In Bierut, M., Helfand, J., Heller, S., & Poyner, R. (eds.). *Looking closer 3: Classic writings on graphic design*. Nova Iorque: Allworth Press.
- Gonçalves, S. (2010). *Samples para uma publicação paralela*. Retirado em maio de 2024 de <http://reactor-reactor.blogspot.com/2010/07/samples-para-uma-publicacao-paralela.html>.
- Greenfield, A. (2017). *Radical technologies: The design of everyday life*. Brooklyn, Nova Iorque: Verso.
- Harris, S. (Anfitrião). (2021, 2 de fevereiro). The groves of misinformation (n.º 233) [Episódio de podcast áudio]. In *Making Sense with Sam Harris*. <https://wakingup.libsyn.com/233-the-groves-of-misinformation>.
- Helfand, J. (2001). *Screen: Essays on graphic design, new media, and visual culture*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.
- Hochuli, J., & Kinross, R. (1996). *Designing books: Practice and theory*. Londres: Hyphen Press.
- Keutelian, M. (2022). *Best times to post on social media in 2022*. Retirado em julho de 2022 de <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/#twitter-times>.
- Kholeif, O. (2018). *Goodbye, world!: Looking at art in the digital age*. Berlim: Sternberg Press.
- Koolhaas, R. (2002). Junkspace. In *October*, 100. 175-190.
- Lomme, F. (ed.) (2016). *Can you feel it?: Effectuating tactility and print in the contemporary*. Eindhoven: Onomatopee.

- Lorusso, S. (2014). *The post-digital publishing archive: An inventory of speculative strategies*. Retirado em fevereiro de 2024 de <https://p-dpa.net/the-post-digital-publishing-archive-an-inventory-of-speculative-strategies>.
- Losowsky, A. (2013). Introduction. In Klanten, R., Hübner, M., & Losowsky, A. (eds.). *Fully booked: Ink on paper: Design & concepts for new publications* (pp. [Capa]-3). Berlim: Gestalten.
- Ludovico, A. (2012). *Post-digital print: The mutation of publishing since 1894*. Eindhoven: Onomatopée 77.
- Ludovico, A. (2015). Post-digital publishing, hybrid and processual objects in print. Retirado em fevereiro de 2023 de <http://www.post-digital-culture.org/ludovico>.
- Lupton, E. (2004). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors & students*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.
- Lupton, E. (2009). *White space*. Retirado em outubro de 2023 de <https://ellenlupton.com/White-Space>.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- McLuhan, M. (2003). *Understanding media: The extensions of man*. Corte Madera: Gingko Press.
- Metahaven. (2008). *White night before a manifesto*. Retirado em fevereiro de 2024 de <https://frontdeskapparatus.com/files/015.pdf>.
- Metahaven. (2018). *Digital Tarkovsky*. Moscovo: Strelka Press.
- Milroy Maher, D. (2019). *Ines Cox's book looks at designers' relationships with their computer and digital processes*. Retirado em março de 2023 de <https://www.itsnicethat.com/articles/ines-cox-save-publication-graphic-design-080519>.
- Moura, M. (2018). *O design que o design não vê*. Lisboa: Orfeu Negro.
- Müller-Brockmann, J. (2014). *Sistemas de grelhas: Um manual para designers gráficos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Muller, N. (2007). By way of introduction: Some notes on text tactility. In Ludovico, A., & Muller, N. (eds.). *The Mag.net reader 2: Between paper and pixel* (pp. 6-11). Bari: OpenMute.
- Noble, I., & Bestley, R. (2005). *Visual research: An introduction to research methodologies in graphic design*. Lausana: AVA Publishing SA.
- Nogueira, B. (2020). Espaço branco, ecrã preto. In *Nevoazul: Conversas em prol da humanidade*, 3, 12-17.
- O'Brien, M., Dharia, N., & Gaydos, B. (2020). *First things first 2020*. Retirado em outubro de 2022 de <https://www.firstthingsfirst2020.org>.
- Orlowski, J. (Diretor). (2020). *The social dilemma* [Documentário]. Netflix.
- Peters, C., Armstrong, C., Balkan, A., Gold, J., Kalbag, L., Mooij, A., & Sobolewska, A. (2014). *First things first 2014*. Retirado em novembro de 2023 de <https://firstthingsfirst2014.net>.
- Poynor, R. (1999). First Things First Revisited. In *Emigre*, 51, 2-3.
- Ribeiro, N., & Gouveia, L. (2004). Proposta de um modelo de referência para as tecnologias multimédia. In *Revista da Faculdade de Ciência e Tecnologia*. Porto: Universidade Fernando Pessoa. 109-115.

- Ricciardi, D. (2020). *The surface — A contemporary landscape*. Retirado em outubro de 2022 de https://www.koozarch.com/interviews.the-surface-a-contemporary-landscape/?fbclid=IwA-RoELYjOnDXFzSNPJty_AvuMIACANJThCwEAQ_lq_T8K-V4pH7wU-hNoEUs
- Roberts, L., & Thrift, J. (2002). *The designer and the grid*. Hove: RotoVision.
- Rullerova, T. (2015). *Action to surface*. Retirado em maio de 2023 de <https://www.therodina.com/performativedesign>.
- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Senior, D., & Hamerman, S. (2016). Screen life and shelf life: Critical vocabularies for digital-to-print artists' publications. *Art Libraries Journal*, 41, 3. 171-181. DOI: 10.1017/alj.2016.28.
- Shaughnessy, A. (2019). *They said books were dead, they were wrong: Adrian Shaughnessy on a decade of Unit Editions*. Retirado em janeiro 24, 2021 de <https://www.itsnicethat.com/news/opinion-future-of-books-unit-editions-publication-240619>.
- Shugars, S., Gitomer, A., McCabe, S., Gallagher, R. J., Joseph, K., Grinberg, N., Doroshenko, L., Foucault Welles, B., & Lazer, D. (2021). Pandemics, protests, and publics: Demographic activity and engagement on Twitter in 2020. *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 1. 1-68. DOI: 10.51685/jqd.2021.002.
- Soulellis, P. (2019). Search, compile, publish. In Pichler, M. (ed.). *Publishing manifestos: An international anthology from artists and writers*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Stalder, F. (2007). On the differences between open source and open culture. In Ludovico, A., & Muller, N. (eds.). *The Mag.net reader 2: Between paper and pixel* (pp. 72-83). Bari: OpenMute.
- Steyerl, H. (2009). In defense of the poor image. In *e-flux Journal*, 10. 86-92.
- Tuazon, O. (2011). *Making books*. Paris: Paraguay Press.
- Twitter. (s.d.a). *How to tweet*. Retirado em junho de 2022 de <https://help.twitter.com/en/using-twitter/how-to-tweet>.
- Twitter. (s.d.b). *How to use hashtags*. Retirado em junho de 2022 de <https://help.twitter.com/en/using-twitter/how-to-use-hashtags>.
- Twitter. (s.d.c). *Search result FAQs*. Retirado em junho de 2022 de <https://help.twitter.com/en/using-twitter/top-search-results-faqs>.
- Twitter. (s.d.d). *Topics on Twitter*. Retirado em junho de 2022 de <https://help.twitter.com/en/using-twitter/follow-and-unfollow-topics>.
- Twitter. (s.d.e). *Twitter trends FAQ*. Retirado em junho de 2022 de <https://help.twitter.com/en/using-twitter/twitter-trending-faqs>.
- Wheildon, C. (1995). *Type & layout: How typography and design can get your message across — or get in the way*. Berkeley: Strathmoor Press.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Nova Iorque: PublicAffairs.

Lista de figuras

Figura 1 (p.27) *Post-digital publishing archive (P-PDA)* (2012–13), de Silvio Lorusso. Retirada de <https://p-dpa.net>.

Figura 2 (p.27) Dupla página do projeto *Between page and screen* (2012) de Amaranth Borsuk e Brad Bouse. Retirada de <http://www.amaranthborsuk.com/projects/between-page-and-screen-artists-book>.

Figura 3 (p.28) Catálogo *library of the printed web: Collected works 2013–2017*, editado por Paul Soulellis e publicado pelo MoMA em 2017. Retirada de <https://www.apod.li/library-of-the-printed-web>.

Figura 4 (p.29) Dupla página do projeto *The significant savages* (2011), de Grégoire Pujade-Lauraine. Retirada de <https://rvb-books.com/products/gregoire-pujade-lauraine-the-significant-savages-special-edition>.

Figura 5 (p.29) Dupla página do projeto *Occupy Wall Street* (2011), de Andrew LeClair. Retirada de <https://p-dpa.net/work/occupy-books>.

Figura 6 (p.30) Imagem do projeto *No man's land* (2011–13), de Mishka Henner, capturada através do *Google Street View* em Carretera de Gandía, Valencia, Espanha. Retirada de <https://mishkahenner.com/no-man-s-land>.

Figura 7 (p.30) Imagem do projeto *Wikipedia random article collection* (2013), de Lauren Thorson. Retirada de <https://laurenthorson.com/publication/wikipedia-random-article-collection>.

Figura 8 (p.30) Capa do projeto *McNugget* (2013), de Chris Alexander. Retirada de <https://libraryoftheprintedweb.tumblr.com/post/51091452517/alexander-chris-mcnugget-pod-troll-thread>

Figura 9 (p.37) Página inicial do *Twitter* no dia 14 de abril de 2023. Retirada de <https://twitter.com>.

Figura 10 (p.37) “Assuntos do Momento” do *Twitter* no dia 14 de Abril de 2023. Retirada de <https://twitter.com/explore/tabs/trending>.

Figura 11 (p.38) “Assuntos do Momento” do *Twitter* no dia 14 de Abril de 2023. Retirada de <https://twitter.com/search?q=marília>

Figura 12 (p.40) Capa de *A wikipedia reader* (2009), de David Horvitz. Retirada de <https://www.macba.cat/es/obra/a07133-a-wikipedia-reader--editor-david-horvitz>.

Figura 13 (p.45) Primeiras experiências práticas do projeto.

Figura 14 + Figura 15 (p.46) Primeiras maquetes experimentais do projeto.

Figura 16 (p.47) Esboços visuais que exploram a estrutura e mecânica do objeto através da ideia de ligação/divisão.

Figura 17 (p.47) Esboços visuais que exploram a estrutura e mecânica do objeto, trabalhando a ideia de página e acordeão.

Figura 18 + Figura 19 + Figura 20 (p. 48) Esboços visuais de organização e distribuição do conteúdo de um *tweet*.

Figura 21 + Figura 22 (p.49) Esboços visuais que exploram o manuseio em acordeão.

Figura 23 (p.49) Maquetes que exploram o manuseio em acordeão.

Figura 24 + Figura 25 (p.50) Esboço visual do formato do livro.

Figura 26 (p.51) *Tweet* do perfil @preciousways12. Retirada de <https://twitter.com/preciousways12>.

Figura 27 (p.52) Experiências de organização e distribuição da informação na página.

Figura 28 + Figura 29 (p.53) Planificações da grelha na página.

Figura 30 + Figura 31 (p.55) Pormenores da aplicação tipográfica na página.

Figura 32 (p.56) Experiências de composição do conteúdo multimédia na página.

Figura 33 + Figura 34 (p.57) Exemplos de composição do conteúdo multimédia na grelha da página.

Figura 35 + Figura 36 + Figura 37 (p.58) Exemplos de composição do conteúdo multimédia na grelha da página.

Figura 38 (p.59) Exemplo de composição do conteúdo multimédia na página.

Figura 39 (p.59) Exemplo do uso da técnica da “raspadinha” no projeto.

Figura 40 + Figura 41 + Figura 42 (p.60) Maquetes realizadas no desenvolvimento do mapeamento do projeto.

Figura 43 (p.60) Esboços visuais para o mapeamento infográfico do projeto.

Figura 44 + Figura 45 (p.61) Resultados visuais do mapeamento infográfico no projeto.

Figura 46 + Figura 47 + Figura 48 (p.62) Processo de montagem do miolo.

Figura 49 + Figura 50 + Figura 51 (p.63) Experiências de composição, impressão e produção para a capa do livro.

Figura 52 (p.64) Lombada no livro final.

Figura 53 (p.64) Pormenores da capa e contracapa do livro.

Figura 54 (p. 65) Capa do livro.

Figura 55 (p. 65) Páginas do livro.

Figura 56 (p. 66) Páginas do livro.

Figura 57 (p. 67) Páginas do livro.

Figura 58 (p. 67) Pormenor tipográfico.

Figura 59 + Figura 60 (p. 68) Páginas do livro.

Figura 61 (p. 69) Páginas do livro.

Figura 62 (p. 70) Resultado do mapeamento temporal.

Figura 63 (p. 71) Resultado do mapeamento temporal.

Figura 64 (p. 71) Dupla página do livro.

Figura 65 (p. 72) Página da introdução do livro.

Figura 66 + Figura 67 (p. 73) Pormenores da técnica da “raspadinha” no projeto.

Figura 68 (p. 74) Listagem das *hashtags*.

Figura 69 (p. 74) Lombada do livro.

