



Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Faculdade de Arquitetura

Curso de Design Visual

JÉSSICA JANK

DESENVOLVIMENTO DE MATERIAL GRÁFICO
IMPRESSO PARA O CENTRO CULTURAL VILA FLORES

Porto Alegre

2016

JÉSSICA JANK

**DESENVOLVIMENTO DE MATERIAL GRÁFICO
IMPRESSO PARA O CENTRO CULTURAL VILA FLORES**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientador: Prof. Mário Furtado Fontanive

Porto Alegre

2016

Jéssica Jank

DESENVOLVIMENTO DE MATERIAL GRÁFICO
IMPRESSO PARA O CENTRO CULTURAL VILA FLORES

Este Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientador: Prof. Mário Furtado Fontanive

Prof. Mário Furtado Fontanive

Prof^a. Ângela Marx

Prof. Ricardo Sastre

Porto Alegre

2016

RESUMO

O presente trabalho propõe a criação de material gráfico impresso para o espaço cultural Vila Flores. O objetivo é mostrar a importância que o material impresso ainda tem para a divulgação de eventos e locais, além do importante diálogo que deve ocorrer entre esse material, o design visual e o trabalho apresentado nos espaços em questão. Na primeira parte do trabalho, além do planejamento do projeto, são estudados processos de design que possam auxiliar à criação desse material. Também são realizadas pesquisas com usuários e entrevistas com profissionais responsáveis por espaços culturais. Na segunda etapa, ocorre o detalhamento e o desenvolvimento do projeto gráfico.

Palavras-chave: Material gráfico impresso; Design Editorial; Design Gráfico.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Exemplos de materiais gráficos impressos de centros culturais europeus.....	11
Figura 02: Esquema da metodologia de Bruno Munari.....	15
Figura 03: Esquema da metodologia de Bruce Archer.....	17
Figura 04: Esquema da metodologia proposta.....	18
Figura 05: Exemplo de aplicação de <i>layout</i> e <i>grid</i> em um projeto.....	23
Figura 06: Exemplo de <i>grid</i> manuscrito.....	24
Figura 07: Exemplos de <i>grid</i> de colunas.....	25
Figura 08: Exemplo de <i>grid</i> modular.....	25
Figura 09: Exemplo de <i>grid</i> hierárquico.....	26
Figura 10: exemplos de dobras de folder.....	29
Figura 11: formatos de papel ISO.....	32
Figura 12: funcionamento da impressão offset.....	34
Figura 13: Representação do método serigrafia.....	35
Figura 14: Centros culturais mais lembrados pelos usuários.....	39
Figura 15: Como os usuários descobrem os espaços expositivos.....	40
Figura 16: O espaço Vila Flores visto de fora.....	46
Figura 17: Registro do evento Projeto Simultaneidade, realizado em 2013.....	47
Figura 18: Identidade visual do Vila Flores, em sua versão preferencial.....	48
Figura 19: Post divulgando oficina no Vila Flores.....	48
Figura 20: Evento no Facebook Vila Flores.....	49
Figura 21: Post com a programação semanal do espaço.....	49
Figura 22: Site do Vila Flores.....	50
Figura 23: A identidade Visual do Palais de Tokyo e a família tipográfica Palais.....	51
Figura 24: Guia de visitação, folder com a programação e cartazes do Palais de Tokyo.....	52
Figura 25: Catálogos do Programa Educativo da Casa da Música, Porto.....	53
Figura 26: Caderno de Atividades do Teatro Chaillot de Paris, França.....	54
Figura 27: Catálogo com a programação anual do teatro La Colline.....	55
Figura 28: Programação mensal do Trois Baudets.....	55
Figura 29: Folder da exposição “La Photographie Performe” do Centre.....	56
Figura 30: Nuvem de palavras com os conceitos do projeto.....	57
Figura 31: formato escolhido para o folder e ordem das dobras.....	62
Figura 32: <i>Grid</i> do catálogo.....	63

Figura 33: <i>Grid</i> do folder.....	64
Figura 34: Estudo da definição de ordem das seções do catálogo.	65
Figura 35: Estudos para aplicação de imagens no catálogo.	66
Figura 36: Estudos para aplicação de títulos e subtítulos no catálogo.	66
Figura 37: Esboço da programação no folder.....	67
Figura 38: Estudos de diagramação para o folder.....	68
Figura 39: Paleta de cores.....	69
Figura 40: família tipográfica Bariol.....	69
Figura 41: Análise de famílias tipográficas para títulos e subtítulos.....	70
Figura 42: Famílias tipográficas escolhidas.....	71
Figura 43: Utilização das três fontes escolhidas na mesma página.....	71
Figura 44: Família tipográfica Campton Bold.....	72
Figura 45: Famílias tipográficas escolhidas em aplicação no folder.	72
Figura 46: Desenho representativo do espaço Vila Flores.....	73
Figura 47: Padrão de fundo utilizado no catálogo.....	74
Figura 48: Disposição dos títulos no catálogo.....	74
Figura 49: Aplicação do título de seção em uma das páginas do catálogo.....	75
Figura 50: Páginas com imagens na seção dos residentes. Páginas 20-21 e 26-27 do catálogo.....	75
Figura 51: Exemplo de aplicação de texto não-justificado. Páginas 10 e 11 do catálogo.....	76
Figura 52: Seção Espaço, páginas 18 e 19 do catálogo.....	77
Figura 53: páginas da seção de eventos do catálogo.....	77
Figura 54: Páginas de apresentação do projeto Vila Flores.....	78
Figura 55: Primeira alternativa gerada para a capa e contracapa, em formato aberto.....	79
Figura 56: Segunda alternativa gerada para a capa e a contracapa, em formato aberto.....	79
Figura 57: Capa do catálogo.....	80
Figura 58: Contracapa do catálogo.....	80
Figura 59: Sumário do catálogo.....	81
Figura 60: Capa do folder.....	82
Figura 61: Contracapa do folder.....	83
Figura 62: Página da primeira abertura do folder.....	83
Figura 63: um dos módulos da programação do folder.	84
Figura 64: Atividades semanais da programação.	85
Figura 65: Layout final do interior do folder.....	85
Figura 66: ilustração de Marcelo Monteiro, cartaz disponível no interior do folder.....	86
Figura 67: Capa do catálogo.....	87

Figura 68: Páginas 02 e 03 do catálogo.....	88
Figura 69: Sumário, páginas 04 e 05 do catálogo.....	88
Figura 70: Vila Flores, páginas 06 e 07 do catálogo.....	89
Figura 71: História do Vila Flores, páginas 08 e 09 do catálogo.....	89
Figura 72: História do Vila Flores, páginas 10 e 11 do catálogo.....	90
Figura 73: História do Vila Flores, páginas 12 e 13 do catálogo.....	90
Figura 74: Linha do tempo, páginas 14 e 15 do catálogo.....	91
Figura 75: Espaço, páginas 16 e 17 do catálogo.....	91
Figura 76: Espaço, páginas 18 e 19 do catálogo.....	92
Figura 77: Residentes, páginas 20 e 21 do catálogo.....	92
Figura 78: Residentes, páginas 22 e 23 do catálogo.....	93
Figura 79: Residentes, páginas 24 e 25 do catálogo.....	93
Figura 80: Residentes, páginas 26 e 27 do catálogo.....	94
Figura 81: Residentes, páginas 28 e 29 do catálogo.....	94
Figura 82: Residentes, páginas 30 e 31 do catálogo.....	95
Figura 83: Residentes, páginas 32 e 33 do catálogo.....	95
Figura 84: Residentes, páginas 34 e 35 do catálogo.....	96
Figura 85: Eventos, páginas 36 e 37 do catálogo.....	96
Figura 86: Eventos, páginas 38 e 39 do catálogo.....	97
Figura 87: Eventos, páginas 40 e 41 do catálogo.....	97
Figura 88: Eventos, páginas 42 e 43 do catálogo.....	98
Figura 89: Eventos, páginas 44 e 45 do catálogo.....	98
Figura 90: Eventos, páginas 46 e 47 do catálogo.....	99
Figura 91: Eventos, páginas 48 e 49 do catálogo.....	99
Figura 92: Créditos do Vila Flores, páginas 50 e 51 do catálogo.....	100
Figura 93: Contracapa do catálogo.....	100
Figura 94: Capa do folder.....	101
Figura 95: Contracapa do folder.....	102
Figura 96: Primeira abertura do folder.....	103
Figura 97: Segunda abertura do folder.....	104
Figura 98: Frente do folder no formato aberto.....	105
Figura 99: Verso folder formato aberto. Ilustração: Marcelo Monteiro, residente do Vila Flores.....	106

SUMÁRIO

1	PLANEJAMENTO DO PROJETO	11
1.1	INTRODUÇÃO	11
1.2	JUSTIFICATIVA	12
1.3	OBJETIVOS	13
1.3.1	Objetivo Geral.....	13
1.3.2	Objetivos Específicos.....	13
1.4	DELIMITAÇÕES DO TRABALHO	13
1.5	METODOLOGIA.....	14
1.5.1	Metodologia de Bruno Munari.....	14
1.5.2	Metodologia de Bruce Archer	16
1.5.3	Metodologia Proposta.....	18
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1	DESIGN DE INFORMAÇÃO	20
2.2	DESIGN EDITORIAL.....	21
2.2.1	Formato	22
2.2.2	Layout	22
2.2.3	Grid.....	23
2.2.4	Tipografia.....	26
2.2.5	Cor.....	28
2.2.6	Imagens e figuras.....	28
2.3	MATERIAL IMPRESSO	29
2.3.1	Folder.....	29
2.3.2	Cartaz.....	30
2.3.3	Brochura	30
2.4	MATERIAIS, TÉCNICAS E APLICAÇÕES	30
2.4.1	Papel.....	30
2.4.2	Impressão	33
2.4.2.1	Impressão Offset	33
2.4.2.2	Impressão digital	34
2.4.2.3	Serigrafia	35
2.4.2.4	Outros tipos de impressão	35
2.4.3	Acabamento	36

3	PROJETO.....	37
3.1	PÚBLICO-ALVO.....	37
3.2	PESQUISAS E ENTREVISTAS	37
3.2.1	Pesquisa com Usuários.....	37
3.2.2	Entrevista com responsáveis por espaços culturais e artísticos	40
3.2.2.1	Entrevista com a Fundação Iberê Camargo	41
3.2.2.2	Entrevista com Márcio Tavares dos Santos	42
3.2.3	Análise da pesquisa e das entrevistas	44
3.3	DEFINIÇÃO DA TEMÁTICA: SELEÇÃO DE ESPAÇO CULTURAL.....	46
3.3.1	O espaço	46
3.3.2	Análise da programação visual atual e das formas de divulgação do espaço.....	48
3.4	ANÁLISE DE SIMILARES.....	50
3.4.1	Exemplo 01 - Palais de Tokyo	50
3.4.2	Exemplo 02 – Casa da Música	53
3.4.3	Exemplo 03 - Materiais diversos	54
3.5	CONCEITO.....	56
3.6	DEFINIÇÕES DE PROJETO.....	57
3.7	FORMATOS E ESTRUTURA.....	59
3.7.1	Escolha do papel.....	59
3.7.2	Formatos.....	60
3.7.2.1	Formato do catálogo	60
3.7.2.2	Formato do folder	61
3.7.3	Grid.....	63
3.7.3.1	Grid do catálogo	63
3.7.3.2	Grid do folder	63
3.7.4	Diagramação.....	64
3.7.4.1	Diagramação do catálogo	64
3.7.4.2	Diagramação do folder	67
3.8	ELEMENTOS DO PROJETO GRÁFICO	68
3.8.1	Paleta de cores	68
3.8.2	Tipografia.....	69
3.8.3	Imagens	72
3.9	PROJETO GRÁFICO.....	73
3.9.1	Catálogo.....	73
3.9.2	Folder.....	81
3.10	RESULTADO FINAL.....	87

	10
3.10.1 Catálogo.....	87
3.10.2 Folder.....	101
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	107
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	108

1 PLANEJAMENTO DO PROJETO

1.1 INTRODUÇÃO

Porto Alegre possui muitos centros culturais e artísticos: contamos com diversos museus, galerias, espaços artísticos, cinemas, teatros, feiras independentes, cursos de cunho artístico, entre outros. A criação de material gráfico impresso para a divulgação desses eventos na cidade, apesar de existente, é pequena – diferente de outros lugares do mundo, principalmente na Europa, em que o material impresso ainda é utilizado com sucesso (ver figura 01 - mais detalhadamente na seção 3.4). Uma vez já bastante utilizados na cidade, acabaram perdendo espaço depois do crescimento do uso da internet. Atualmente, a promoção desses eventos é feita basicamente através desse meio (sendo a rede social *Facebook* a principal ferramenta) e por “propaganda” boca-a-boca.

Figura 01: Exemplos de materiais gráficos impressos de centros culturais europeus.



Fonte: materiais recolhidos pela autora.

A utilização do espaço virtual para a divulgação de eventos revela uma alteração nos meios de divulgação devido à evolução da tecnologia, influenciando na vida das pessoas: promover tais eventos e alcançar potenciais interessados através da Internet acontece com

facilidade – além de ser gratuito. Apesar disso, a utilização de apenas um meio de comunicação é insuficiente, já que o apelo visual, principalmente através do *Facebook*, é reduzido.

Um dos objetivos do presente trabalho é mostrar que o material gráfico impresso ainda é uma ferramenta válida a ser explorada para a divulgação de eventos artísticos e culturais em Porto Alegre, ajudando, além disso, a servir como registro dos trabalhos realizados na cidade, mesmo diante das vantagens apresentadas pela mídia digital. A revista *Forbes*, em matéria de 2012, destaca entre os motivos para a produção de material impresso ainda permanecer é a tangibilidade do produto e a credibilidade dos conteúdos, além de afirmar que as pessoas leem textos e informações digitais 20 a 30% mais lentamente do que textos em papel impresso (ALSHAALI & VARSHNEY, 2005).

Para nortear o projeto, serão estudados segmentos do design pertinentes ao trabalho, como design informacional, design editorial, além de materiais, técnicas, formas de impressão e formatos possíveis para materiais impressos.

Para validar esses dados e a pertinência do trabalho, fez-se necessária a pesquisa com visitantes de espaços culturais, procurando saber como as informações sobre esses locais e eventos chegam até o usuário em Porto Alegre. Também foram realizadas pesquisas com responsáveis por espaços culturais da cidade, a fim de entender como é pensada a divulgação de eventos na cidade.

Na segunda fase do trabalho, é definido o espaço expositivo em que será realizado o desenvolvimento do projeto: o espaço multicultural Vila Flores. Após a escolha do local, foram realizadas reuniões com responsáveis pelo espaço a fim de que houvesse um diálogo entre o design gráfico e o trabalho realizado no local. A partir disso e dos estudos feitos na primeira etapa do trabalho, foi possível desenvolver as etapas restantes e o desenvolvimento do projeto gráfico.

1.2 JUSTIFICATIVA

Retorno à utilização do material gráfico impresso, baseado em referências de sucesso de centros culturais europeus (ver figura 01), como ferramenta importante de divulgação de eventos e produções artísticas e culturais de Porto Alegre, como forma de aumentar o alcance de público – que atualmente é informado basicamente via Internet. O design gráfico

também complementa esses trabalhos, criando um diálogo estético entre arte (o trabalho exposto, neste caso) e design. O projeto também poderá ajudar na documentação de eventos dos espaços em questão, funcionando dessa forma também como registro das atividades realizadas pelos espaços.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Este trabalho tem, como objetivo principal, desenvolver material gráfico impresso para um espaço cultural de Porto Alegre, demonstrando esse material como importante ferramenta de divulgação.

1.3.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos são:

- a) Realizar pesquisa bibliográfica a fim de nortear o desenvolvimento do projeto;
- b) Realizar pesquisa com usuários e responsáveis por espaços culturais, a fim de compreender o consumo e a produção de informações relacionadas a divulgação de espaços artístico-culturais;
- c) Promover um diálogo entre o design gráfico e o trabalho apresentado pelo espaço;
- d) Desenvolver o projeto gráfico completo de materiais em suporte impresso para um espaço artístico-cultural de Porto Alegre.

1.4 DELIMITAÇÕES DO TRABALHO

O trabalho delimita-se à Porto Alegre, por ter-se percebido na cidade uma tendência a diminuição da divulgação através de materiais impressos. O projeto será pensado unicamente para ser desenvolvido em suporte impresso, atendendo as necessidades que o espaço escolhido apresentar.

1.5 METODOLOGIA

"Cada designer terá de buscar sua própria metodologia para estabelecer a natureza de um design encomendado, classificando-a, medindo-a, anotando-a e estudando-a de maneira que se torne mais enriquecedora para o que realmente importa: sua linguagem própria de design." (FUENTES, 1998, p.30)

Como o design é deduzido de uma ideia, projeto ou plano para a solução de um problema e o ato de design seria, então, dar corpo à ideia e transmiti-la aos outros (LÖBACH 2001), faz-se necessária a utilização de uma metodologia projetual, com o objetivo de solucionar o problema da melhor forma possível. O presente trabalho baseia-se em duas metodologias lineares: a de Bruno Munari e a de Bruce Archer. A primeira foi escolhida por se tratar de uma metodologia genérica, amplamente empregada e de fácil utilização. A segunda, por apresentar uma esquematização que facilita a divisão por etapas necessária para o trabalho.

1.5.1 Metodologia de Bruno Munari

A metodologia de Bruno Munari, clássica no mundo do design, faz-se importante por ser uma metodologia genérica, ou seja, que possa ser aplicada a diferentes tipos de projeto. A partir do estudo de uma metodologia mais flexível, será possível desenvolver uma metodologia de projeto mais específica para o trabalho aqui apresentado. As etapas da metodologia de Munari (2009) são as seguintes:

Figura 02: Esquema da Metodologia de Bruno Munari



Fonte: Adaptado de Munari (2009)

1. Problema

Ponto inicial do projeto, é o que procura-se solucionar.

2. Definição do problema

Nesta etapa são definidos os limites do projetista.

3. Componentes do Problema

Definição detalhada dos limites encontrados na etapa anterior, diminuindo-as à seus componentes.

4. Coleta de dados

Busca por similares e projetos semelhantes já realizados.

5. Análise dos dados

Análise dos dados recolhidos.

6. Criatividade

Começo da geração de ideias para possível solução do problema.

7. Materiais e tecnologias

Escolha dos materiais e tecnologias necessários para a realização do projeto.

8. Experimentação

Experimentação dos materiais e técnicas recolhidas na fase anterior, combinadas com os outros passos já realizados. Nessa fase serão recolhidos novos dados necessários ao projeto.

9. Modelo

Demonstração das possibilidades técnicas ou de materiais do projeto.

10. Verificação

Verificação do funcionamento do projeto, através de testes.

11. Desenhos de construção

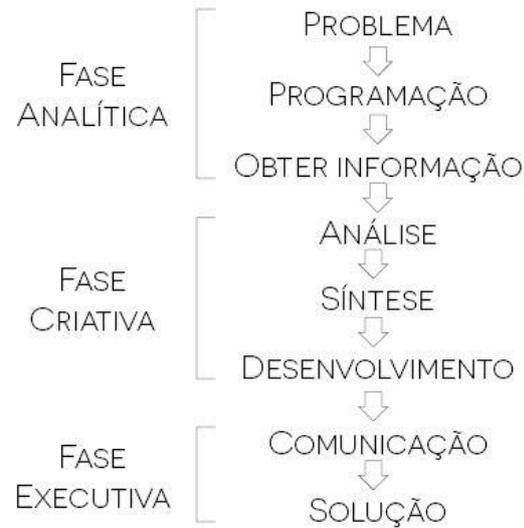
Detalhamento do projeto, utilizando todos os dados pertinentes para o projeto.

12. Solução

1.5.2 Metodologia de Bruce Archer

Método sistemático para designers, publicado durante 1963 e 1964 na revista inglesa Design, essa metodologia divide-se em três fases principais: fase analítica, fase criativa e fase executiva, que são então subdivididas em nove etapas, conforme podemos ver na figura abaixo:

Figura 03: Esquema da Metodologia de Bruce Archer



Fonte: Adaptado de Archer (1963/1964)

Cada fase do projeto pode ser entendida como:

1. Problema

Definição do problema e preparação do programa detalhado.

2. Programação

Obter dados relevantes, preparar especificações e "retroalimentar" o problema (a fase 1).

3. Obter informação

Recolher, classificar e analisar dados.

4. Análise

Preparar especificações de atuação, reavaliar o programa proposto e as estimativas

5. Síntese

Esboços de propostas.

6. Desenvolvimento

Desenvolver desenhos de protótipos: preparar e realizar estudos de validação.

7. Comunicação

Preparar e executar estudos e experimentos que validem o desenho.

8. Solução

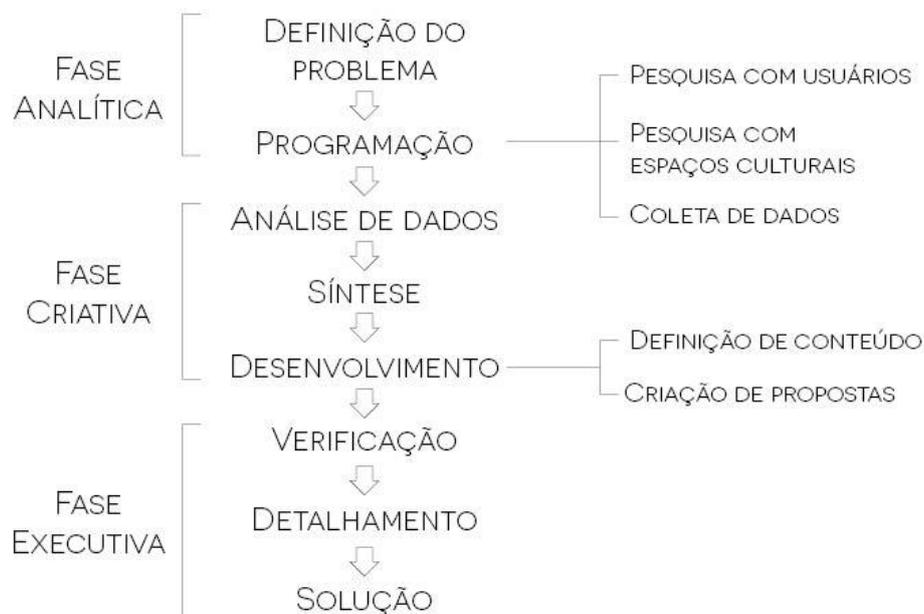
Preparar documentos para a produção.

1.5.3 Metodologia Proposta

"Cada trabalho desenvolvido pede uma solução personalizada e que leve em consideração suas características peculiares. Portanto, o método também deve ser adaptado, a partir de uma estrutura básica, a fim de facilitar o desenvolvimento do projeto em questão." (PANIZZA, 2004)

Baseando-se nas duas metodologias apresentadas anteriormente, foi concebido um método adaptado para o projeto em questão, dividido em três fases, como sugerido por Archer: analítica, criativa e executiva. As subdivisões das fases, porém, são em maior número, aproximando-se do método de Munari. Na figura abaixo, vemos o esquema da metodologia e o seu detalhamento.

Figura 04: Esquema da metodologia proposta



Fonte: Adaptado de Munari (2009) e Archer (1963/1964).

1. Fase analítica

Na fase analítica, será definido o problema e os seus componentes, para na sequência realizar pesquisa com usuários e com responsáveis por espaços culturais, com fins de estudar o público-alvo e o mercado atual. Além disso, serão coletados dados gerais acerca da base teórica do projeto, que inclui métodos, materiais e técnicas de impressão, formatos comumente utilizados e estudo sobre as áreas de design que abrangem a proposta.

2. Fase criativa

Nessa etapa serão analisados os dados coletados na fase anterior, para começar a gerar ideias para alternativas de solução. Será definido o conteúdo e todos os suportes impressos necessários para o êxito do projeto, bem como a criação de propostas para esses materiais e o estudo das técnicas utilizadas.

3. Fase executiva

Essa fase começa com a escolha da melhor alternativa, seguida de seu aperfeiçoamento, detalhamento e especificações, chegando, enfim, à solução final.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta o referencial teórico necessário para o desenvolvimento do projeto. São estudados o Design de Informação, o Design Editorial e a produção concernente ao material gráfico impresso como base de orientação para o projeto.

2.1 DESIGN DE INFORMAÇÃO

Partindo do pressuposto de que um espaço artístico e cultural necessita transmitir diversas informações sobre algum evento ou sobre o próprio espaço (como localização, horário de funcionamento e programação) faz-se necessário o estudo do design de informação.

De acordo com definição do International Institute for Information Design (IIID), Design de Informação é a definição, planejamento e o ato de dar forma ao conteúdo de uma mensagem e ao ambiente em que é apresentado com a intenção de atingir objetivos particulares com relação às necessidades dos usuários. Vollaire (1997) destaca que a particularidade do design de informação é levar em conta o destinatário/receptor da mensagem. A prioridade do design de informação é mudar o foco do que o informante quer dizer para que a informação seja pensada pelo que o usuário quer e precisa e da forma que o usuário quer e precisa disso (LIPTON, 2007).

Entre os princípios do design de informação, podemos destacar: facilitar o aprendizado, prover uma estrutura para a mensagem, com clareza, simplicidade, unidade, assegurando uma alta qualidade visual para a mensagem e limitando o custo total, além de harmonia e proporção (PETTERSSON, 2002). Pensando mais especificamente no “desenho” dessa mensagem que desejamos transmitir, Fuentes (2006) nos lembra que:

"A informação é o conteúdo útil da mensagem; mas isto é, ao mesmo tempo, "conhecimento e competência das políticas culturais", ponto de partida, e não um fim em si mesmo. (...) Portanto, o que diferencia o ato artístico do ato de desenhar é que esse é demandado sempre por uma necessidade de comunicação específica" (FUENTES, 2006)

Considerando apenas a parte do design gráfico no design de informação, segundo Vollaire (1997), podemos entender que toda mensagem gráfica comporta dois componentes essenciais: o componente estético e o componente funcional. E podemos também dividir as

etapas da produção de um conteúdo informacional da seguinte forma, ainda de acordo com o autor:

1. Obtenção de Informação
2. Análise, triagem e hierarquização dessa informação
3. Extração dos fatores principais para tratamento quantitativo ou qualitativo.
4. Diagramação pelo designer dos fatores principais selecionados, procurando coerência no sistema gráfico.
5. Testes de legibilidade/leitabilidade do resultado gráfico criado pelo designer.
6. Planejamento da exploração desse trabalho pelo utilizador.

Porém, mesmo seguindo o passo-a-passo de design de informação, o resultado nunca pode ser medido, pois não é objetivo o suficiente para tal. A subjetividade de interpretação de cada usuário definido no público-alvo é um fator a ser considerado pelo designer (SCARLOT e SCHLEMMER, 2012).

2.2 DESIGN EDITORIAL

Além do design de informação, é necessário um estudo do design editorial para o avanço do projeto. Apesar de ser mais comum ouvir o termo design editorial ligado à produção de livros e catálogos, é de fundamental importância que ele seja também estudado no desenvolvimento de outros materiais que possuam texto, visto que o design editorial “é a aplicação dos conceitos de design gráfico na elaboração da edição visual de produtos de informação”.

Como o objetivo principal do design editorial é a comunicação, todos os elementos que farão parte do projeto deverão ser pensados para que a informação seja transmitida de forma clara e concisa. Para isso, o design editorial oferece uma série de ferramentas que auxiliam nesse processo, que podem ser conferidas nesta seção.

2.2.1 Formato

Atualmente, dispõe-se de várias ferramentas para a criação de material impresso para uma comunicação efetiva. O formato é um dos mais importantes dentre eles, visto que é a presença física da peça – o primeiro fator perceptivo, uma ferramenta que é por muitas vezes subestimada e pouco explorada. O principal a se analisar antes de pensar no formato é a ergonomia: diferentes fins pedem formatos diferenciados (AMBROSE; HARRIS, 2004).

O formato será aqui apresentado pensando-se na criação de três materiais principais: o cartaz, o folder e a brochura. Há alguns formatos mais utilizados para a criação desses materiais (conforme veremos mais detalhadamente na seção 2.3), porém não podemos escolher o formato apenas por serem os mais comuns – é necessário que haja o estudo de diversos fatores que vão acarretar na melhor escolha.

De acordo com Villas-Boas (2010), o formato final do produto é determinado a partir de três fatores: custo, estética e usabilidade. O ideal quando do início do projeto gráfico é ver se as dimensões pretendidas do papel vão se encaixar em formatos padronizados de papel (pensando no cenário de Porto Alegre, os formatos de papel ISO), principalmente se o material pretendido for de grande tiragem. Por vezes, diminuir o trabalho em um ou dois centímetros poderá acarretar em uma significativa economia de papel, deixando o projeto final mais barato.

Já para Ambrose e Harris (2009), a seleção do formato deve ocorrer a partir de considerações como o público-alvo, a natureza das informações e os custos envolvidos. O autor defende a importância de usar a criatividade em formatos fora dos padrões de papel, apesar das implicações de custo, ou em pensar em dobras e formas diferentes de utilizar os padrões impostos, podendo trazer uma diferença significativa para o material em termos de resultado final.

2.2.2 Layout

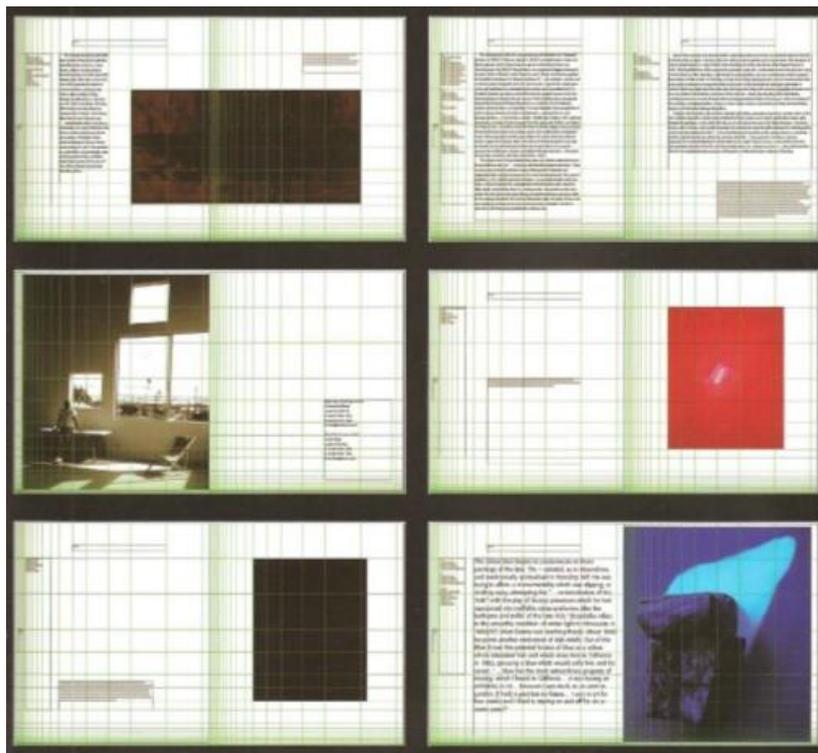
Solucionar visualmente as informações dadas é parte do trabalho do designer, tanto no campo visual quanto organizacional, a fim de comunicar as informações através de imagens e símbolos, textos, títulos e outros dados (SAMARA, 2002). O *layout* é a elaboração de

um plano de projeto dos componentes de uma página, através de esboços e rascunhos, pensando em todos os dados que se quer comunicar. Pode ser melhor definido da seguinte forma:

“*Layout* é o posicionamento dos elementos em uma página. A forma como os elementos são dispostos tem uma grande influência sobre o impacto visual e também sobre a transmissão de informações ao leitor. O *layout* é influenciado pelo material a ser apresentado, pelas preferências do cliente e, naturalmente, pela criatividade do designer (AMBROSE; HARRIS, 2009).”

Assim, uma vez iniciado o projeto gráfico, é fundamental que seja pensado o layout adequado para o projeto a partir das informações que se quer apresentar e do formato escolhido. Juntamente com o *layout* deve ser pensado o *grid*, como veremos na próxima subseção.

Figura 05: Exemplo de aplicação de *layout* e *grid* em um projeto



Fonte: AMBROSE; HARRIS, 2009, p. 47

2.2.3 Grid

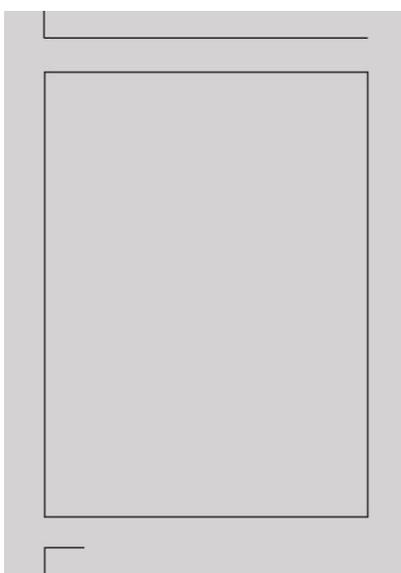
O *grid* é a estrutura criada pelo designer a fim de solucionar graficamente a disposição dos elementos no suporte escolhido. É uma rede de linhas que irão ajudar a alinhar os

elementos em si, a estruturar os espaços em branco e a permitir que as bordas do texto e das imagens sejam percebidas como tão importantes quanto estas (LUPTON; PHILLIPS, 2008). Utilizado juntamente com o *layout*, o *grid* funcionará como um guia para o designer, mesmo que não haja a necessidade de segui-lo à risca.

Separar a estrutura do suporte em um *grid* ajudará a solucionar visualmente a composição do espaço. O designer poderá separar o texto e "encaixá-lo" nessa estrutura criada por ele, bem como as imagens que necessita acomodar. Mas para isso, é preciso criar um *grid* pensando nos problemas que poderão aparecer ao longo do projeto. De acordo com Samara (2002), o *grid* deve começar por uma estrutura básica e depois ser aprimorado. O autor divide essas estruturas básicas em quatro:

- *Grid* manuscrito: o mais simples, é basicamente um grande retângulo que ocupa boa parte da página. Recomendado para projetos em que o maior conteúdo a ser estruturado seja o texto, como livros.

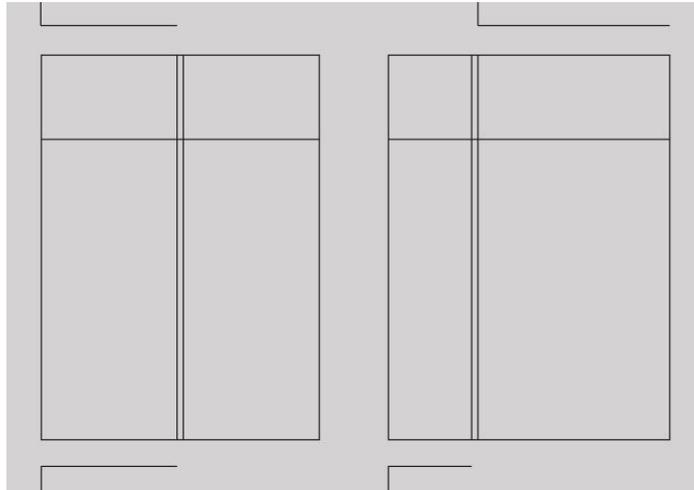
Figura 06: Exemplo de *grid* manuscrito.



Fonte: Adaptado de Samara (2002).

- *Grid* de colunas: como o nome diz, esse tipo de *grid* separa a estrutura em colunas. O interessante dessa forma de estruturação é a possibilidade de fazer diferentes arranjos, adicionando figuras à largura de uma coluna e deixando uma apenas para o texto, por exemplo.

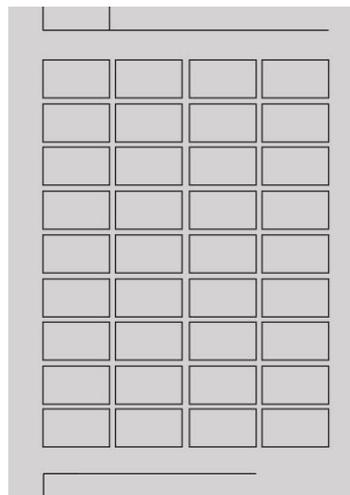
Figura 07: Exemplos de grid de colunas.



Fonte: Adaptado de Samara (2002).

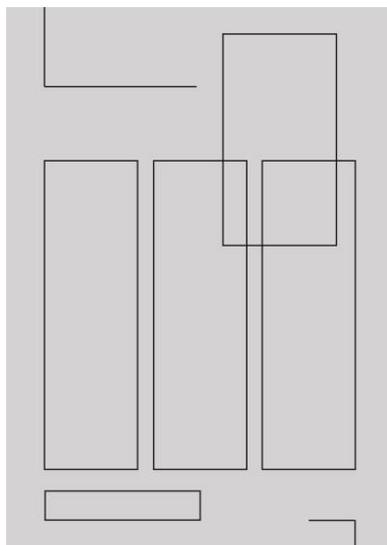
- *Grid* modular: utilizado para projetos mais complexos. É um *grid* de colunas subdividido muitas vezes por linhas horizontais a fim de poder deixar a informação contida mais dinâmica com a utilização de módulos.

Figura 08: Exemplo de grid modular.



Fonte: Adaptado de Samara (2002).

- *Grid* hierárquico: com variação do tamanho de colunas e dos intervalos entre elas, é baseado em uma estruturação intuitiva. Utilizado em projetos em que a informação tenda a variar bastante.

Figura 09: Exemplo de *grid* hierárquico

Fonte: Adaptado de Samara (2002).

2.2.4 Tipografia

Parte essencial do projeto, a tipografia é a forma de representar visualmente o que se quer comunicar. A escolha da fonte ideal ajuda a transmitir a ideia do projeto não só pelo conteúdo do texto, mas também através da forma e do estilo escolhidos, a partir de um estudo do conteúdo e das fontes disponíveis. Como citado por Ambrose e Harris (2009),

“A tipografia dá o tom a uma parte do texto, e a escolha de uma fonte deve considerar se ela é apropriada à mensagem e ao público ao qual será apresentada. Embora não existam regras fixas, a consideração de aspectos técnicos facilita a escolha da fonte.” (AMBROSE; HARRIS, 2009, p. 57)

A escolha da fonte ideal é um processo de muitas etapas. Antes de iniciar a escolha da fonte, há alguns passos que podemos seguir, de acordo com Farias (1998):

- a) Aspectos históricos: além de saber o ano de sua criação, quem foi o autor, é importante saber em que situações que foi mais utilizada, para gerar um contexto histórico de uso da fonte.
- b) Aspectos técnicos:
 - Legibilidade: levar em conta a sua força, o tamanho da fonte, o contraste, o design das letras, a resolução. Se já estiver planejando utilizar a tipografia

em um tamanho grande, por exemplo, analisar se a fonte funciona bem nesta situação.

- Completude e coerência: algumas fontes não possuem todos os caracteres na língua portuguesa. Por isso, é importante checar a fonte para ver se não há nenhum caractere faltante, como o "ç", acentos e pontuação. Além disso, se necessário o uso de itálico e negrito, checar a família para ver se é completa.
- Forma e estrutura: analisar se a fonte oferece as qualidades que se busca transmitir graficamente. Aqui, por exemplo, será analisado se a presença ou não de serifa é favorável ao projeto, se buscamos tipos com mais curvas ou de ângulos mais retos, além da proporção da fonte, sua estrutura e o seu peso.

c) Aspectos conceituais: Analisar a relação da fonte com o projeto, suas imagens e outras fontes utilizadas; se a fonte escolhida é coerente com as demais informações do projeto.

Para aplicações no papel, Suzana e Funk (2008) apontam para a necessidade de análise de mais alguns fatores para a escolha da tipografia:

- A distância do observador em relação ao texto: em um cartaz, por exemplo, a aplicação da tipografia deverá ser de tamanho e proporções diferentes de outros suportes em papel, como o folder;
- O tempo de permanência do usuário em frente ao suporte: é preciso levar em conta se a leitura se dará em uma situação em que o usuário estiver apenas de passagem, ou se será aplicado em um local que ele possa dedicar mais tempo à leitura;
- O objetivo da leitura: definir se o texto em questão serve para o usuário se informar ou então só chamar a atenção para dados específicos, já que esse fator pode interferir no tempo de permanência do usuário;
- O público-alvo: se forem crianças, por exemplo, há a necessidade de uso de tipografia diferente do que seria necessário para um público adulto.

2.2.5 Cor

A cor, além de agregar valor estético ao trabalho, também pode ter funções como organização da informação, dividindo os itens em zonas de cor ou atraindo a atenção para um espaço específico da página (AMBROSE; HARRIS, 2009). Além da impressão em quatro cores, há cada vez mais a possibilidade de explorar o colorido de um projeto, através de cores especiais e tintas do tipo Pantone (o que será melhor explicado na seção 2.3).

Um dos desafios do designer que vai utilizar cores em seu projeto é, no caso da necessidade de criação em mais de um suporte – digital e impresso – fazer com que os dois suportes apresentem cores iguais, já que a resolução e a combinação das cores em uma impressão poderão ter um resultado inferior ao digital, devido a quantidade de cores que dispomos em uma tela de computador.

As cores também podem ser adicionadas ou aprimoradas pelo acabamento, conforme explicaremos mais adiante na seção, através de acabamentos adicionais.

2.2.6 Imagens e figuras

De acordo com Ambrose e Harris (2009), as imagens:

“São elementos gráficos que podem dar vida ao design. Seja como o foco principal de uma página ou como um elemento secundário, são essenciais à comunicação de uma mensagem e à consolidação da identidade visual de um projeto. As imagens desempenham várias funções, desde transmitir a dramaticidade de uma matéria jornalística, resumir e sustentar um argumento apresentado no texto até fornecer uma quebra visual para um bloco de texto ou espaço vazio. Elas são eficazes porque comunicam rapidamente uma ideia ou instrução, fornecem informações detalhadas ou transmitem uma sensação que o leitor pode compreender com facilidade.” (AMBROSE; HARRIS, 2009, p. 127)

A importância do uso de imagem também incide na relação que esta poderá causar como um todo no material gráfico, já que a imagem é sempre percebida em relação com o fundo em que é aplicada. Essa relação figura/fundo pode ser explorada por meio de contrastes, criações de ícones com mais figuras ou até o uso do espaço em branco como alternativa importante para o trabalho (LUPTON; PHILLIPS, 2008).

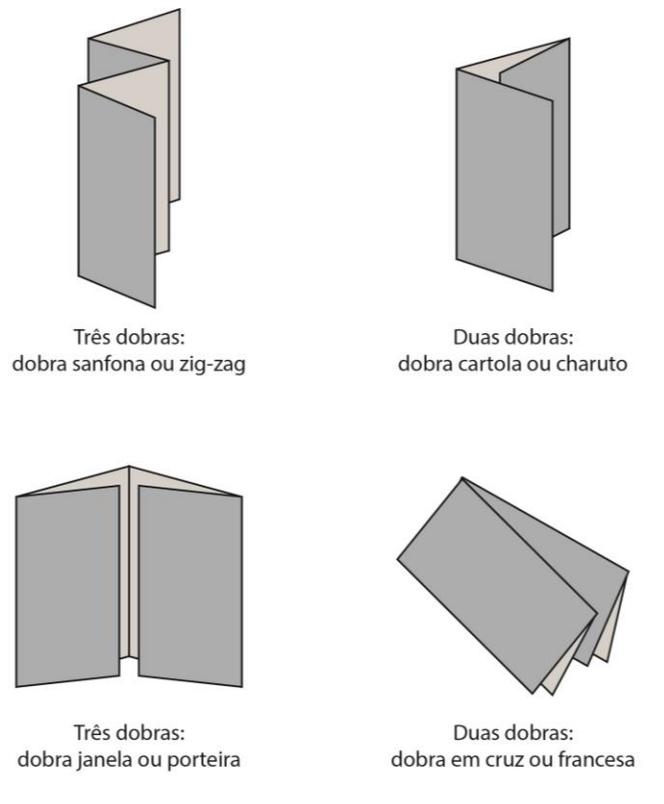
2.3 MATERIAL IMPRESSO

Após o estudo do design de informação e do design editorial, é importante falarmos do material impresso e de suas formas de elaboração foco deste projeto. Nesta seção, disponibilizaremos informações sobre meios de divulgação em papel que têm possibilidade de serem escolhidos para o projeto final: o folder, o cartaz e a brochura.

2.3.1 Folder

O folder, também conhecido como folheto, é um material impresso de pequeno porte, utilizado para divulgar instituições ou serviços. Normalmente produzido com duas ou mais dobras, o folder pode conter maiores informações sobre o que se está divulgando. As gráficas normalmente possuem alguns tipos de dobras padrões (ver figura abaixo), mas, dependendo da tiragem, é possível criar diferentes formatos com dobras especiais.

Figura 10: Exemplos de dobras de folder.



Fonte: Autora.

2.3.2 Cartaz

O cartaz é uma peça gráfica que tem a finalidade de informar e/ou divulgar, através de elementos gráficos como fotografias, imagens, desenhos, ilustrações e tipografia. Quando o cartaz possui somente valor estético, é denominado pôster. É usualmente feito em papel, fixado em paredes, postes e muros.

A função principal do cartaz é passar informações de modo eficiente. Para isso, é importante que atraia a atenção em um curto espaço de tempo e a melhor forma de fazê-lo é através de meios visuais (AMBROSE; HARRIS, 2009).

2.3.3 Brochura

A brochura possui diferentes definições na literatura. No presente trabalho, será definida como sinônimo de livreto, ou seja, um impresso de mais de quatro páginas que não constitui um livro. A sua função é similar a do folder, porém, como dispõe de um maior espaço de utilização, é capaz de transmitir informações mais detalhadas daquilo que se quer comunicar.

2.4 MATERIAIS, TÉCNICAS E APLICAÇÕES

2.4.1 Papel

De acordo com Villas-Boas (2010), há quatro parâmetros para a escolha do papel:

1 - O valor subjetivo, como o diferencial, a beleza ou a textura do papel.

2 - O custo: a tiragem do material e muitas vezes a qualidade pode influenciar muito no custo. A tiragem ou a escolha de um papel especial podem influenciar bastante no preço total do projeto.

3 - A disponibilidade no mercado: Papel couché e offset são de fácil acesso, porém um papel que não seja muito utilizado pode ser difícil de encontrar, acarretando, além de um aumento no custo, um potencial desperdício de tempo no andamento do projeto, caso haja a necessidade de importá-lo.

4 - As restrições técnicas: como alguns processos não permitem o uso de determinados tipos de papel, é necessário saber que o papel escolhido atenderá a todos os requisitos do projeto. Um papel couché muito grosso, por exemplo, pode causar problemas quando for dobrado, sendo desaconselhado para a criação de folders e outros materiais que requeiram dobras.

Mais especificamente, ainda segundo Villas-Boas (2010), devemos levar em consideração, quando da escolha de um papel, certas características que serão fundamentais para uma boa execução do projeto:

- Formação da pasta: a pasta, que pode ser feita por três processos (mecânico, semi-químico e químico) é o elemento mais básico para determinar as propriedades que influem na escolha do papel.

- Revestimento: existem vários tipos, sendo o couché o tipo mais conhecido pelos designers. Além desse, o revestimento pode ser o do papel esmaltado, papéis metalizados e dos autocopiativos. O revestimento precisa ser levado em consideração quando do momento da impressão, pois ele faz a superfície ficar mais lisa, aumentar a opacidade, o brilho, a alvura e melhorar a qualidade final, mas, também exige um pouco mais de cuidado na arte final, pois diminui a resistência e faz com que a secagem do material dure mais tempo.

- Gramatura: a "espessura" do papel precisa ser levada em conta. Um papel de maior gramatura terá mais peso, menos opacidade e maior lombada quando do uso em revistas e impressos. Um papel de menos gramatura será várias vezes mais barato, mas mais maleável, podendo comprometer o resultado final.

- Espessura: a espessura precisa ser levada em conta principalmente quando o projeto em questão seja uma revista ou um livro.

- Opacidade: o material precisa ser mais opaco especialmente quando o produto final é impresso dos dois lados, já que a impressão frente-e-verso em um papel pouco opaco pode causar problemas de legibilidade.

- Grau de colagem: quando houver a necessidade de utilizar cola em material gráfico impresso, é imprescindível saber o grau de colagem do material, para que não haja problemas na hora de finalizar o projeto.

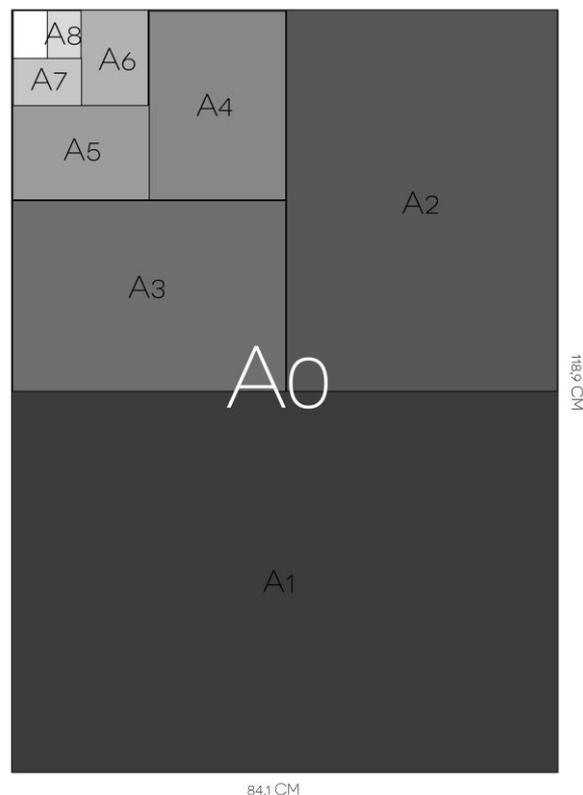
- Lisura e textura: importante principalmente para materiais tangíveis - como folders e folhetos - podendo influenciar na experiência do usuário. Além disso, afeta também a impressão: quanto mais liso o papel, mais nítida será a impressão.

- Alvura e cor: se o papel for branco, melhor o resultado da impressão. Além disso, alguns papéis são aparentemente brancos, porém possuem tinta na sua composição. Isso também deve ser observado quando da escolha do material.

- Direção das fibras: o papel é composto por fibras que se alinham numa mesma direção e que podem influenciar na impressão, na dobradura e no acabamento do material final.

- Formato de fábrica: os papéis mais baratos, atualmente, são os papéis A0 e suas subdivisões, de A1 até A12. O projeto provavelmente sairá mais barato e será mais fácil executá-lo se ele se encaixar em alguma dessas dimensões, visto que, para tamanhos maiores, haverá provavelmente muito desperdício de papel no momento da sua fabricação. O ideal é que o formato final fique abaixo do tamanho A2.

Figura 11: formatos de papel ISO



Fonte: Autora.

2.4.2 Impressão

Uma das fases finais do trabalho é a impressão. Há diversas formas de impressão, sendo as mais comuns, utilizadas normalmente, a impressão offset e a digital. Antes de iniciar esse processo, há alguns fatores que devem ser levados em conta, inclusive, quando se desenvolve a parte criativa do projeto, já que o processo de impressão escolhido pode afetar diretamente o design do projeto. Esses fatores, segundo Villas-Boas (2010), podem ser divididos em:

- As deficiências e vantagens apresentadas no projeto – que serão detalhadas na seção seguinte;
- A tiragem: alguns processos de impressão só são vantajosos para baixas tiragens, tanto pelo preço pelo tempo demandado no processo;
- O custo médio do processo: ligado à quantidade do produto final, é necessário estabelecer a relação custo x benefício antes de escolher o processo de impressão;
- O suporte que será utilizado: alguns processos de impressão não suportam certos tipos de papel. A gramatura também influencia;
- A oferta e a operacionalidade de fornecedores: poderemos achar o processo ideal para o projeto, mas de nada adianta se não há oferta nas redondezas;
- O conhecimento prévio do processo;
- A usabilidade.

Com o estudo desses fatores, poderemos escolher entre variados tipos de impressão. Aqui, depois de feita uma pré-análise do que é apresentado, serão listados os processos que poderão ser utilizados no projeto.

2.4.2.1 Impressão Offset

Processo utilizado para tiragens a partir de mil exemplares, é atualmente um dos mais utilizados. Nesse processo, a tinta é primeiramente aplicada em uma chapa, que atra-

vés de um sistema de cilindros, passará a tinta para uma blanqueta (cilindro de borracha). A blanqueta, com o auxílio de outro cilindro (o de contrapressão), será então pressionada contra o suporte escolhido (papel) resultando na impressão final. Esse processo é repetido dependendo do número de cores, funcionando no modelo CMYK – ciano, magenta, amarelo e preto.

Figura 12: Funcionamento da impressão offset



Fonte: VILLAS-BOAS (2010, p. 63)

A impressão offset é o método indicado para a utilização de cores especiais, como o Pantone ou tintas metálicas. Por ser uma impressão que demanda a utilização de muitos materiais (as chapas serão descartadas após a utilização), possui um preço fixo para isso e por esse motivo é indicado para grandes tiragens.

2.4.2.2 Impressão digital

O processo de impressão digital tem qualidade inferior ao offset, mas, apesar disso, é o mais indicado para pequenas tiragens (até 1000 exemplares). É indicado, também, para trabalhos que necessitam ser realizados rapidamente, já que a preparação da máquina demanda muito menos tempo do que a impressão offset.

A impressão digital é um tipo de impressão eletrográfica, ou seja, processo “baseado na transferência de pigmento para a matriz ou diretamente para o suporte com o uso de eletricidade estática” (VILLAS-BOAS, 2010). Dessa forma, como já citado, utiliza menos material na sua preparação, sendo esse um dos motivos para ser uma opção mais econômica. Além disso, a impressão digital faz com que a impressão seja mais “superficial”, já que no offset, pela pressão realizada, a tinta tende a penetrar melhor o papel.

2.4.2.3 Serigrafia

Processo indicado para pequenas e médias tiragens, a serigrafia é um processo que pode ser realizado tanto mecânica quanto manualmente. O seu processo funciona através da utilização de uma tela como matriz e da aplicação de tinta sobre esta, que após é pressionado com a ajuda de um “rodo”.

Figura 13: Representação do método serigrafia



Fonte: VILLAS-BOAS (2010, p.86)

De acordo com Villas-Boas (2010), as vantagens da utilização desse método são: o baixo custo, a diversidade de texturas que o processo proporciona e a possibilidade de aplicação em diferentes suportes, como tecido, CDs, plástico, lonas, entre outros. É importante salientar aqui que a serigrafia é amplamente utilizada na fabricação de cartazes e pôsteres, um dos possíveis suportes que compõem o projeto.

2.4.2.4 Outros tipos de impressão

Há ainda muitos outros tipos de impressão, como rotogravura, xilografia, flexografia, letterset, índigo, xerografia, plotter – para citar alguns. Porém, a análise dos fatores para a

escolha do tipo de impressão (ver início da seção 2.4.2) acabou excluindo a possibilidade da escolha de alguns desses processos – sendo os principais motivos a tiragem e o custo para o presente trabalho.

2.4.3 Acabamento

Além dos acabamentos básicos que um material impresso necessita – como refile e dobraduras -, existe a possibilidade de aplicação de algum acabamento especial ao material impresso, já que o acabamento pode ajudar a diferenciar o projeto e torná-lo mais atraente tanto graficamente quanto por sua textura. Entre os tipos de acabamento possíveis, aqui citaremos os que tenham alguma possibilidade de uso, a partir dos acabamentos citados por Villas-Boas (2010):

- Refile: é o corte que se faz necessário ao fim do processo, com o objetivo de eliminar as margens e marcas de impressão
- Dobradura: esse processo poderá ser tanto mecânico quanto manual. Entre as dobras mais comuns estão a dobra paralela, a sanfonada e a cruzada.
- Vincagem: necessária para o melhor manejo do produto que tenha dobras.
- Cortes (faca): processo utilizado quando há a necessidade ou o desejo que o material impresso possua uma forma diferente dos formatos convencionais e que não possa ser adequado apenas ao refile.
- Revestimentos: plastificação (para aumento da durabilidade), laminação (principalmente utilizada para dar um tom fosco ao trabalho) e verniz (de máquina, de alto brilho ou U.V.).
- Impressões adicionais: Alto-relevo e baixo-relevo (normalmente aplicada sobre a tipografia, faz com que o material tenha uma imagem elevada ou rebaixada, criando um diferencial e foco para a área escolhida); Hot stamping (aplicação, através do calor, de uma folha metálica ou colorida sobre alguma parte do material) timbragem e relevo americano.

3 PROJETO

3.1 PÚBLICO-ALVO

A definição do público-alvo parte do estudo das pessoas que atualmente frequentam espaços culturais. Como a realização de uma pesquisa desse porte apenas na cidade de Porto Alegre necessitaria de uma estrutura e estudo muito maiores do que os dispostos nesse trabalho, foram buscadas referências de público visitante.

Em relatório disponibilizado pela Organização de Museus e Centros Culturais (OMCC), em 2008, - e aqui falamos especificamente de museus - o público principal é adulto, entre 20 e 59 anos. A pesquisa ainda destaca que o público feminino é o mais assíduo e também existe uma tendência para a pequena visitação por idosos.

Baseando-se nesses dados, podemos diminuir o escopo do público-alvo para jovens adultos e adultos. As classes abrangentes, idealmente, seriam as classes A, B e C. Porém, dependendo do local escolhido e do evento que será apresentado, o público-alvo deverá sofrer alterações e ser aprimorado. Assim, uma melhor definição de público será dada na segunda parte do projeto.

3.2 PESQUISAS E ENTREVISTAS

3.2.1 Pesquisa com Usuários

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa em ambiente virtual (Apêndice 1), divulgada nas redes sociais e enviada por mensagens privadas. A pesquisa se limitava a habitantes de Porto Alegre e visitantes de espaços culturais e artísticos. A realização da pesquisa tinha três objetivos:

- Descobrir como os visitantes de espaços expositivos e culturais em Porto Alegre tomam conhecimento dos eventos e descobrem os espaços que os interessam;

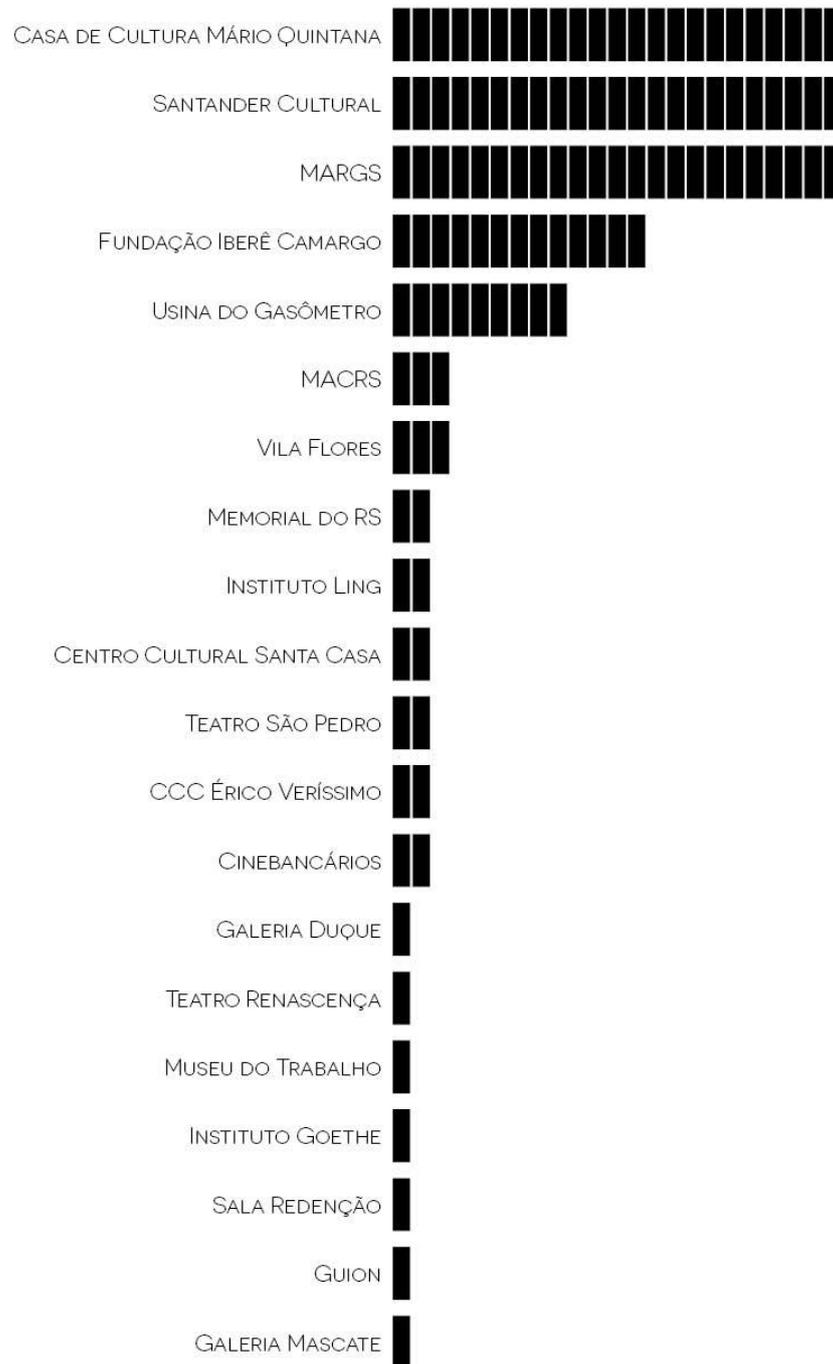
- Validar que a maioria dos porto-alegrenses descobre informação sobre eventos e espaços culturais através da internet;
- Descobrir quais são os nomes que vêm à cabeça dos habitantes da cidade quando perguntados sobre quais espaços culturais que conhecem.

Para atender aos objetivos da pesquisa, foram realizadas apenas três perguntas rápidas, sendo duas objetivas e uma dissertativa, citadas abaixo:

- Você costuma visitar centros culturais e artísticos na cidade de Porto Alegre? Incluindo museus, espaços artísticos, galerias e centros culturais em geral.
- Quais? Cite os que vêm à sua cabeça.
- Como você descobre esses locais e seus eventos?
 - a) Convite de amigos
 - b) Eventos no facebook
 - c) Procuo informações em sites
 - d) Folders, cartazes de divulgação
 - e) Participo da organização/tenho contato com organizadores
 - f) Outro (cite)

A pesquisa obteve 38 respostas; 34 pessoas (89,5%) afirmaram visitar espaços culturais. Quanto aos centros culturais citados, houve um empate no primeiro lugar: Casa de Cultura Mário Quintana, Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS) e Santander Cultural foram os mais citados, com 23 menções. A seguir vem a Fundação Iberê Camargo, com 12 menções e, logo após, a Usina do Gasômetro, com 9. O Museu de Arte Contemporânea do Rio Grande do Sul e a Associação Cultural Vila Flores tiveram 3 menções. Citadas 2 vezes estão o Instituto Ling, o Memorial do Rio Grande do Sul, o Centro Cultural Santa Casa, o Teatro São Pedro, o Centro Cultural CEEE Érico Veríssimo e o Cinebancários. Ainda foram mencionados a Galeria Duque, o Teatro Renascença, o Instituto Goethe, o Museu do Trabalho, a Sala Redenção, o Cinema Guion e a Galeria Mascate.

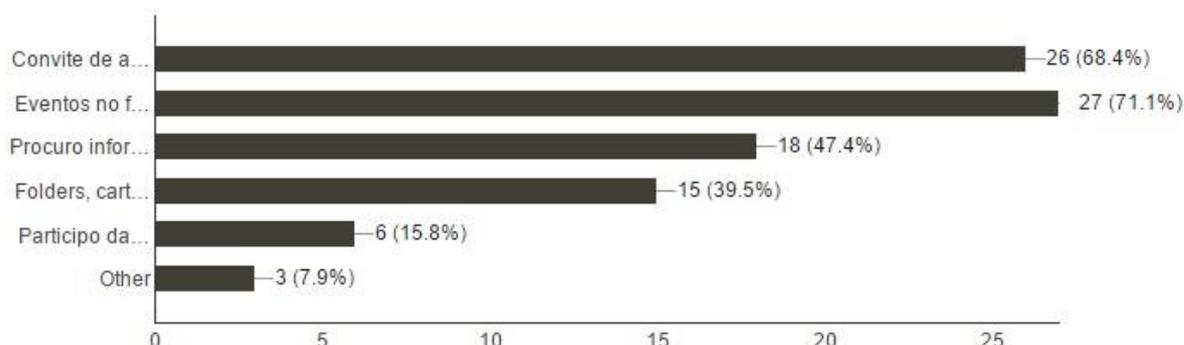
Figura 14: Centros culturais mais lembrados pelos usuários



Fonte: Autora.

Figura 16: Como os usuários descobrem os espaços expositivos

Como você descobre esse locais e seus eventos? (38 responses)



Fonte: Autora.

Através da pesquisa, pode-se perceber que a maioria das pessoas ficam sabendo de espaços culturais e de seus eventos através de divulgação pelo Facebook (27 pessoas, 71,1%). Uma grande parte (26 pessoas, 68,4%) toma conhecimento através de convite de amigos. Dezoito pessoas disseram que procuram informações em sites para saber sobre os eventos (47,4%). Quanto ao foco da pesquisa, os folders e cartazes de divulgação tiveram 15 votos (39,5%). Seis pessoas disseram fazer parte da organização ou ter contato com organizadores (15,8%). Algumas pessoas (3 delas, 7,9%) disseram tomar conhecimento através de outro meio, porém não citaram qual.

3.2.2 Entrevista com responsáveis por espaços culturais e artísticos

A entrevista com responsáveis por espaços culturais e artísticos tinha três objetivos:

- Descobrir como é pensada a divulgação desses espaços atualmente em Porto Alegre;
- Descobrir a opinião, de modo geral, sobre a importância do design no envolvimento com a divulgação de um evento ou do próprio espaço;
- Saber qual a opinião dos espaços quanto à utilização do material impresso: se já é utilizado, se consideram importante, se existiria interesse em utilizá-lo em maior quantidade e para outros fins;

Para atender esses objetivos, foram pensadas as seguintes perguntas:

- Quando da abertura de uma exposição, como é pensada a divulgação?
- Pensando na identidade e na divulgação de um evento, você considera o design importante?
- Você acha que a divulgação através de material impresso é importante?

A entrevista inicialmente seria realizada apenas de modo presencial, a fim de que a conversa pudesse ser incentivada e que fosse mais dinâmica. Porém, devido a disponibilidade dos entrevistados, uma entrevista foi feita por e-mail e a outra presencial, como desejado.

Após algumas tentativas de contato com diversos espaços culturais, foi possível a realização de duas entrevistas. A primeira foi realizada com a Fundação Iberê Camargo, entidade cultural da cidade de Porto Alegre, que está em atividades na cidade desde 1995, e na sede atual – famosa por ter sido projetada pelo renomado arquiteto Álvaro Siza – desde 2008. A instituição foi bastante lembrada nas entrevistas com usuários. A segunda entrevista foi realizada com Márcio Tavares dos Santos, curador-ajunto da 10ª Bienal do Mercosul - evento artístico que acontece em Porto Alegre de dois em dois anos - e ex-diretor do Memorial do Rio Grande do Sul - entidade que também foi lembrada nas entrevistas com usuários.

3.2.2.1 Entrevista com a Fundação Iberê Camargo

Quando da abertura de uma exposição, como é pensada a divulgação?

A divulgação das exposições é feita através da imprensa, site, redes sociais e mailing digital. Com cerca de um mês de antecedência, a assessoria de imprensa começa a divulgação em periódicos, sites e revistas especializadas. No site, são publicadas notícias e o texto do curador. Nas redes sociais, apresentamos a exposição de forma mais genérica, para explorarmos o conteúdo de forma mais elaborada ao longo da exposição.

A cada abertura de exposição realizamos o envio do convite digital para mais de 25 mil contatos que fazem parte do mailing da Fundação. Também realizamos enviamos o con-

vite digital do Encontro para Educadores (evento voltado para professores que acontece em paralelo à abertura da exposição) para cerca de 4 mil contatos. Além disso, produzimos um vídeo com depoimentos dos curadores e artistas que é divulgado através do QR Code impresso nos materiais gráficos e presente nas redes sociais.

Pensando na identidade e na divulgação de um evento, você considera o design importante?

Sim, consideramos o design como parte fundamental da identidade das exposições. A cada nova exposição, é o design que dá face e identidade ao projeto. A identidade visual de uma exposição é como uma marca a qual o público vai associar a imagem da Instituição, o trabalho do(s) artista(s) e a qualidade do trabalho feito pela nossa equipe. Trata-se da primeira comunicação com o público e, por isso, precisa expressar em elementos visuais a imagem da exposição que queremos passar.

Você acha que a divulgação através de material impresso é importante?

Considerando a nossa experiência aqui na Fundação Iberê Camargo, acreditamos que os materiais impressos (catálogo e folder) exercem mais uma função de registro e memória do que divulgação - e são muito importantes nesse sentido. Estes materiais gráficos impressos são distribuídos (vendidos, no caso do catálogo) apenas na Fundação, como um material complementar, informativo e fonte de pesquisa sobre a exposição. Trabalhamos muito com divulgação através de ferramentas digitais e recebemos um bom retorno do público, inclusive no início deste ano substituímos o convite impresso pelo digital.

3.2.2.2 Entrevista com Márcio Tavares dos Santos

Quando da abertura de uma exposição, como é pensada a divulgação?

O processo de construção... uma exposição é a disposição de objetos no espaço para a construção de algum sentido, algum significado. Então eu acho que não tem como a gente pensar na construção de uma exposição sem pensar em todos os aparatos que tomam conta dela, que constroem a totalidade. Desde as legendas de obra, se vai ser mais simples ou mais elaborada e o tipo de linguagem que a gente quer dar para a exposição, os painéis de aber-

tura, banners, folhetos e depois as publicações que podem vir, como catálogos, etc. Então tudo isso tem que ser pensado a partir da linguagem conceitual da exposição, como pontualmente isso se expressa através de uma unidade. Eu acho que é uma coisa que a gente pensa a partir do momento em que a ideia da exposição está concluída, a gente vai pensar sobre isso, como isso vai ser expressado visualmente. Qual é a marca gráfica disso, que vai comunicar o público mais diretamente o que a exposição quer transmitir.

Pensando na identidade e na divulgação de um evento, você considera o design importante?

Claro. O design é fundamental. Eu acho que são elementos que devem cada vez mais estar ligados. Esse afastamento do design e da arte, eu não considero bom nem para um lado e nem para outro, já aproveitando essa entrada acadêmica por outras vias, porque a linguagem que o design permite construir é uma linguagem de comunicação. Obras de arte fundamentalmente são fluxos de comunicação com o público e eventos artísticos são plataformas de construção de diálogo. Sem um bom trabalho de design gráfico a construção disso está fadada a não dar conta, não vai chegar ao ponto que a gente deseja.

Há uma tendência aqui na cidade a evitar utilização do material impresso, apesar de eu saber que vocês (me referindo à Bienal) ainda investem nisso. A maioria dos espaços usa a internet para divulgação. Você acha que o material gráfico impresso é importante?

Eu acho fundamental. Por dois motivos: um, porque quando tu fazes uma exposição em uma galeria, tu não és uma instituição, né, então tu não tens uma responsabilidade com a memória desse conjunto de ações que tu propões para o público. Então, o material gráfico, ele é um documento de registro, ele é um registro: um registro de linguagem, um registro visual, então, ele pressupõe isso. E ele também oferece a possibilidade de tu falares com um outro público, muita gente é “*faceless*”, ou é mais velho, ou... então tu tens que estar no *Facebook*, tu tens que ter material gráfico e eu acho que a linguagem do *Facebook* tem que ser derivada da produção gráfica porque é a produção gráfica que dá a unidade, que constitui o ponto central da ideia daquilo que tu queres comunicar. Óbvio que quando tu transportas isso para outros suportes, isso vai ter que ter uma adaptação, mas eu acho que tudo começa daí. Assim como tem passos para que tu sejas um profissional na construção de uma exposição, na comunicação também. E um desses passos, eu acho que as pessoas não fazem

porque é caro às vezes também, né, porque a arte realmente tem um problema de financiamento, acho que também tem uma relação com isso. Mas eu acho imprescindível que as pessoas possam levar o material, por exemplo, em geral, no *Facebook* as pessoas não estão dispostas a ler um texto sobre a exposição. Então a gente tem a possibilidade do material gráfico de apresentar um conceito para as pessoas e que as pessoas possam levar isso e que elas tenham vontade de fazer essa leitura. Então eu acho que o material impresso tem isso, pela portabilidade, pela unidade gráfica, pela construção visual, pela produção de memória. Isso para um efeito institucional carrega toda uma importância que ainda não está superada. É o mesmo discurso da morte dos livros pelo *Kindle*, etc.... não, não é bem assim. Acho que existe o mundo virtual e o mundo físico e esses mundos tem que estar cada vez mais em um diálogo. A linguagem virtual precisa estar ancorada. Como a exposição é um evento físico – por mais que já tenham agora exposições virtuais, mas é um nicho específico – então tem que ter essa materialidade. Quando tu vais ao encontro dessa exposição, tu vais de corpo físico e tu chegas lá e tu queres receber um programa, entendeu? Então isso também é um receptivo, que é o final que eu queria chegar, que é a gentileza institucional.

3.2.3 Análise da pesquisa e das entrevistas

A partir da pesquisa com usuários, podemos notar que poucas pessoas tomam conhecimento de espaços e eventos culturais a partir de material impresso. Essa informação corrobora a necessidade da defesa de material impresso como elemento de divulgação. Também podemos notar que a tendência entre usuários é lembrar de espaços que já são bem conhecidos do público porto-alegrense, como é o caso da Casa de Cultura Mário Quintana, o Santander Cultural e o Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS).

Além disso, muitas pessoas lembraram de espaços de cinema na cidade como espaço cultural – o que não está incorreto, mas que não será adotado neste trabalho como possível espaço escolhido, visto que a maioria das produções cinematográficas possuem o seu próprio método de divulgação na cidade.

Quanto ao uso de material impresso, podemos perceber pela entrevista concedida que a Fundação Iberê Camargo não utiliza folders, cartazes e brochuras para a sua divulga-

ção. Conforme informado, o único material gráfico que eles produzem – o catálogo - tem o objetivo único de documentação das exposições apresentadas.

Já para Márcio Tavares dos Santos, o material impresso, além da função de documentação, também deve ser utilizado para divulgação, além de suporte de conhecimento para o visitante das exposições, fornecendo maiores informações sobre o que está sendo apresentado.

3.3 DEFINIÇÃO DA TEMÁTICA: SELEÇÃO DE ESPAÇO CULTURAL

O espaço escolhido para a realização do trabalho foi o Vila Flores. Vila Flores é um espaço multicultural situado em um complexo arquitetônico no bairro Floresta, em Porto Alegre, que abriga diversas funções: local para realização de atividades socioculturais (como eventos, feiras, apresentações e exposições); local de trabalho de artistas e empreendedores da área criativa, contando com diferentes residentes no espaço, nas áreas de Arquitetura e Urbanismo, Artes Cênicas e Visuais, Design, Moda e Música; ambiente de aprendizado, promovendo cursos, oficinas, seminários, entre outros.

Fig. 16: O espaço Vila Flores visto de fora. Fotografia: Pablo Urquiza Chaves.



Fonte: Acervo Vila Flores.

3.3.1 O espaço

Com a finalidade de realizar um trabalho que represente o espaço em seu todo, é necessário que conheçamos o local e o seu funcionamento. O espaço é formado por 3 edificações – dois prédios e um galpão, com um espaço central (o pátio). Apesar de o projeto no espaço ser recente, ele é localizado em um complexo arquitetônico histórico: construído nos anos 20 para servir como “casas de aluguel”, ele estava servindo como ocupação irregular até 2010, quando foi herdado pelos irmãos Antonia Chaves Barcellos Wallig e João Felipe Chaves Barcellos Wallig. Aos poucos, com a ideia de transformá-lo em um centro de cultura, o espaço foi aberto para que a comunidade da área e demais interessados pudessem “dar

vida” ao local, construindo de forma colaborativa um local de convívio com a realização de atividades culturais. Em 2014, foi criada a Associação Cultural Vila Flores e também surgiram os primeiros residentes do espaço: estúdios de arquitetura, design, artes visuais, música, teatro, gastronomia, moda, empreendedorismo social e audiovisual compõe o local.

O espaço é dividido da seguinte forma: cada residente possui seu próprio espaço – uma sala em um dos dois prédios principais. Além disso, há os espaços de convívio, comum a todos os residentes e eventualmente abertos para o público em geral: o galpão multiuso (que abriga exposições, apresentações, encontros, etc.), o pátio (utilizado para encontros ao ar livre, principalmente para grandes eventos) e o miolo (espaço educativo, destinado para reuniões, palestras, etc). O complexo está em constante reforma, com um projeto arquitetônico realizado em etapas através de captação de recursos.

É importante destacar a importância do trabalho colaborativo no Vila Flores: todos os residentes são responsáveis pelo espaço e são incentivados a criar trabalhos em parceria – são comuns no espaço eventos com atividades propostas por mais de um residente.

Figura 17: Registro do evento Projeto Simultaneidade, realizado em 2013, um dos primeiros eventos do espaço. Na fotografia vemos à direita o galpão, no centro o pátio e a esquerda o prédio da Rua São Carlos. Fotografia – Lauro Rocha.



Fonte: Acervo Vila Flores

3.3.2 Análise da programação visual atual e das formas de divulgação do espaço

Para a continuidade do trabalho, foi necessário um estudo sobre a programação visual do espaço Vila Flores e também de que forma é feita a divulgação, a fim de compreender de que forma o espaço se apresenta atualmente. A identidade visual do Vila Flores (Fig. 18) foi criada recentemente por um estúdio de design contratado, e é formada por símbolo, lettering e frase com os três eixos norteadores do espaço: educação, cultura e negócios. De acordo com o manual da marca, a identidade visual, composta por 4 cores, tem a intenção de que cada uma das cores represente um dos eixos.

Figura 18: Identidade visual do Vila Flores, em sua versão preferencial.



Fonte: Vila Flores

Pelo Facebook, são divulgados eventos, oficinas e cursos através de posts com imagens (figura 19) e pela ferramenta de eventos do site (figura 20). Em ambos os casos, a identidade visual aparece somente como ilustração e não como suporte para a programação visual. Alguns elementos da marca são utilizados em postagens com a programação do espaço, postados semanalmente, como podemos ver na figura 21.

Figura 19: Post divulgando oficina no Vila Flores.



Fonte: Facebook Vila Flores

Figura 20: Evento no Facebook Vila Flores.



Fonte: Facebook Vila Flores

Figura 21: Post com a programação semanal do espaço.

16 a 21 de maio no VILA FLORES	
SEG	18h-19h30 Aula de Kung Fu com João Bertoncello 19h30-21h Aula de Capoeira com Jônatas da Costa (Projete Liberdade Capoeira) 19h30-21h30 Percurso de estudos sobre Filosofia da Diferença com Juliane Farina
TER	14h-19h Vem na Terça! O Vila Flores está aberto para visitação 14h-17h Curso Venda Seu Peixe com a ONG Mulher em Construção 14h-17h ConvexoLab Vila Flores com a Escola Convexo 18h30-19h45 Aula de Yoga com Renata de Aguiar (ArmaZen Yoga) 19h-21h30 Educação em Direitos Humanos: Aprender com as Diferenças com GEST-IN
QUA	17h-19h Palestra sobre Empreendedorismo Social com Cassio Aoqui da ponteAponte 18h-19h30 Aula de Kung Fu com João Bertoncello 19h30-21h Aula de Capoeira com Jônatas da Costa (Projete Liberdade Capoeira)
QUI	18h30-19h45 Aula de Yoga com Renata de Aguiar (ArmaZen Yoga)
SEX	8h30-10h30 Creative Mornings POA com Ana Emilia Cardoso
SÁB	9h-18h Workshop Next Citizens com a Pulsar 16h-21h 1º Festival Anual da Zona de Inovação Sustentável

mais informações em www.vilaflores.wordpress.com/agenda

Fonte: Facebook Vila Flores.

No site é possível encontrar diversas informações a respeito do espaço: os projetos realizados, os residentes do espaço, a agenda de atividades, entre outros. O site é em formatação em estilo blog (wordpress) e a identidade visual aparece no cabeçalho da página sobre uma fotografia do espaço (figura 22).

Figura 22: Site do Vila Flores.



Fonte: Site Vila Flores (2016).

Além do Facebook e do Site, a divulgação do espaço e dos eventos que lá ocorrem também é feita pelos residentes e pelos seus canais e por divulgação boca-a-boca. Há também divulgação através da imprensa – o local já teve várias reportagens divulgadas sobre o espaço em geral e também sobre a sua agenda.

3.4 ANÁLISE DE SIMILARES

Neste capítulo são citadas algumas referências de espaço e projeto para o trabalho. Como o projeto é sobre um centro de cultura com uma grande abrangência de temas, foram escolhidos como exemplos alguns museus e centros culturais com programação visual sólida e que desenvolvam diversos tipos de material gráfico impresso. Além disso, são mostrados alguns materiais recolhidos pela autora que foram inspiração para o desenvolvimento deste trabalho.

3.4.1 Exemplo 01 - Palais de Tokyo

O Palais de Tokyo é um museu de arte contemporânea em Paris, França. O museu desenvolve diversos materiais gráficos, mas aqui será dado destaque para o guia de visita-ção, o folder com a programação e os cartazes desenvolvido pelo espaço. Todos os materiais foram pensados a partir da identidade visual do local (figura 23), concebido pelo estúdio de

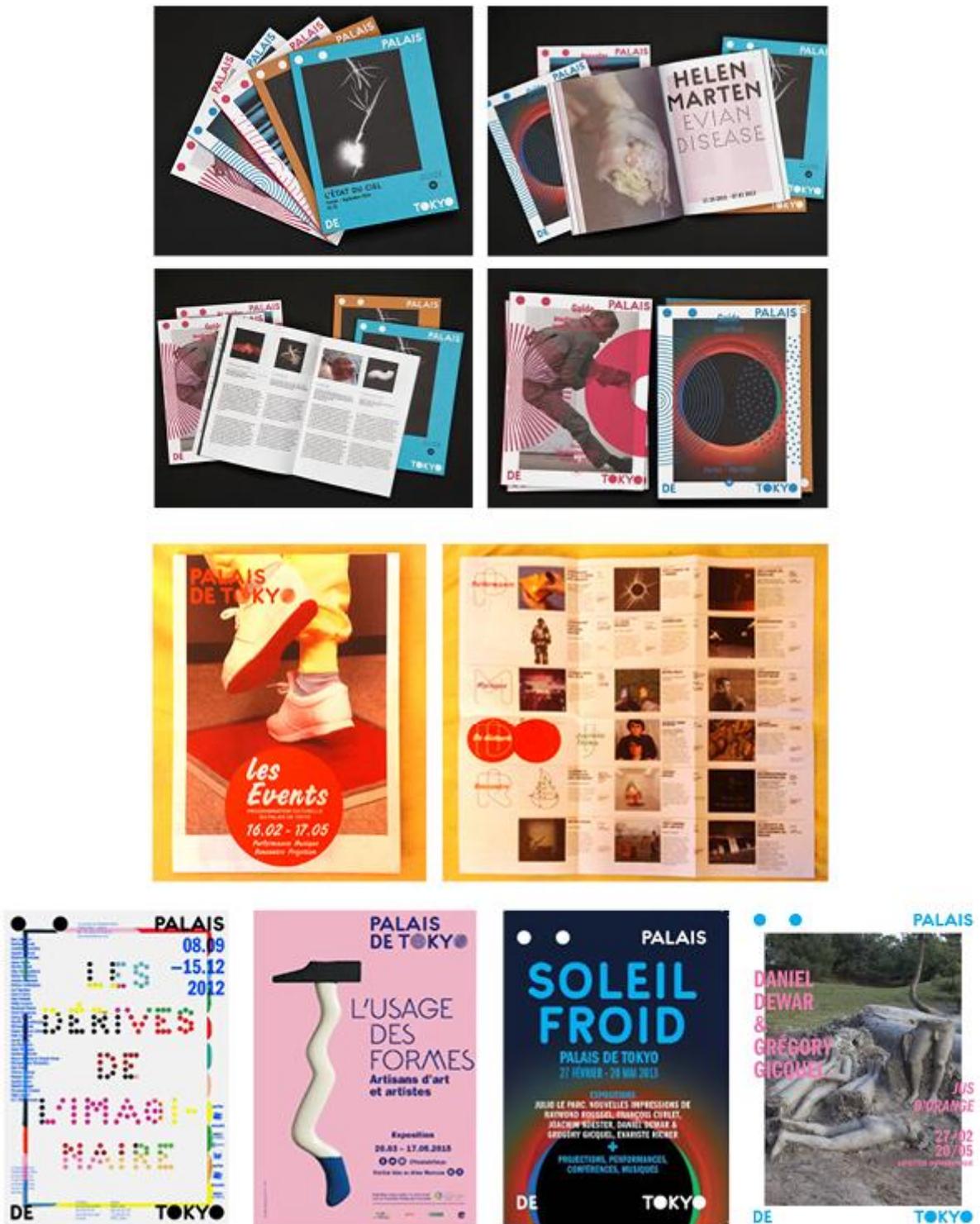
design francês Helmo, que desenvolveu uma tipografia com variações para diferentes aplicações – já pensando na diversidade de materiais a desenvolver para o espaço.

Figura 23: A identidade Visual do Palais de Tokyo e a família tipográfica *Palais*, desenvolvida pelo estúdio francês Helmo.



Fonte: página web do estúdio Helmo.

Figura 24: Guia de visitação, folder com a programação e cartazes desenvolvidos para o Palais de Tokyo.



Fontes: página web do Palais de Tokyo, página web do estúdio Helmo e material recolhido pela autora.

O guia e o folder com a programação têm o formato de 15 x 19 cm e são feitos em papel offset 120g/m³ (o folder aberto possui o formato de 44 x 42 cm). Os cartazes possuem

tamanhos variados, dependendo do local de aplicação. Eles são distribuídos para serem aplicados em espaços culturais e comerciais (como livrarias, por exemplo). Eles são aplicados também em algumas paradas de ônibus da cidade de Paris.

A criação de material a partir da identidade visual favorece a pregnância da marca. Porém, pode enfraquecer o conteúdo das exposições e eventos que ocorrem no local, as deixando como um elemento secundário e não como a atração principal do espaço.

3.4.2 Exemplo 02 – Casa da Música

A Casa da Música é uma sala de espetáculos da cidade de Porto, em Portugal. Como referência para este trabalho, foi escolhido o conjunto de catálogos com a programação anual educativa do espaço, escolha feita dois motivos: por possuir mais de um setor (Serviço Educativo, Concertos, Eventos) e por ter sido indicado como referência por uma das gestoras do Vila Flores.

Figura 25: Catálogos do Programa Educativo da Casa da Música, Porto. Design de Sara Westermann e Rafael Oliveira.



Fonte: Portfolio de Sara Westermann, disponível na internet.

O material é dividido por setores do programa educativo da Casa da Música: cada um dos cinco catálogos destaca a programação de um dos setores, que são divididos por cores. Os catálogos são feitos em papel offset, e no seu interior se utilizam de tipografia e muitas cores para dar destaque para os conteúdos. Diferentemente do material visto no exemplo anterior, neste não há alguma conexão com a identidade visual do espaço.

3.4.3 Exemplo 03 - Materiais diversos

O Teatro Nacional de Chaillot, na França, lança sua programação anual em um pequeno caderno, como pode ser visto na figura 26. A capa do material é feito em papel couché e seu interior em papel offset. O interessante desse material é o uso de cores reduzidas para todo o material. No fim do caderno há páginas em branco para anotações.

Figura 26: Caderno de Atividades do Teatro Chaillot de Paris, França.



Fonte: material recolhido pela autora.

O teatro nacional de La Colline, localizado em Paris, França, disponibiliza a sua programação anual em um pequeno catálogo. O destaque desse material vai para as cores, que são chamativas em todo o catálogo e para o acabamento, que tem a costura exposta.

Figura 27: Catálogo com a programação anual do teatro La Colline.



Fonte: material recolhido pela autora.

O material desenvolvido para o Trois Baudets - sala de concerto de Paris, França - se destaca pelo formato: ele é feito no formato de meia A4, cortado no sentido vertical. O material serve para promover a programação mensal do espaço e também para explicar o funcionamento do local.

Figura 28: Programação mensal do Trois Baudets.



Fonte: Material recolhido pela autora.

O folder desenvolvido para o Centre Photographique d'Ile de France, localizado em Pontault-Combault, desenvolvido exclusivamente para divulgação da exposição "La Photographie Performe". O diferencial deste material é a possibilidade de, quando aberto, utilizá-lo como cartaz.

Figura 29: Folder da exposição “La Photographie Performe” do Centre Photographique d’Ile de France.



Fonte: material recolhido pela autora.

3.5 CONCEITO

Após as pesquisas, estudos e análises feitas neste trabalho, podemos definir o conceito do projeto. A partir da análise feita do espaço, as seguintes palavras-chave surgiram:

- a) Colaboração: palavra que não poderia faltar por ser o princípio do Vila Flores, a colaboração aparece aqui mais como conceito teórico do que visual;
- b) Atemporalidade: A história do Vila Flores é um fator muito importante no conceito do local, porém a ideia que se desenvolve no espaço é contemporânea. Assim, é importante que se faça um balanceamento, garantindo que tanto o clássico quanto o moderno estejam presentes no projeto;
- c) Adaptabilidade: o espaço foi projetado e utilizado como casa-de-aluguel e após quase 100 anos sofreu diversas mudanças. É interessante que o projeto consiga mostrar em alguma característica esse potencial de adaptabilidade do espaço.

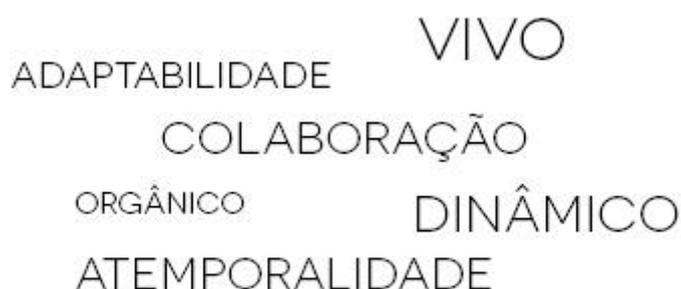
O mesmo estudo de palavras-chave foi feito após a análise da identidade visual, resultando nos seguintes termos:

- a) Orgânico: na identidade visual nota-se uma tendência para o orgânico - formas arredondadas e gestuais fazem parte da marca – é interessante que apareçam da mesma forma nos materiais produzidos;
- b) Dinâmico: o símbolo dá a ideia de movimento, energia;

- c) Vivo: seguindo a mesma linha da dinamicidade e da adaptabilidade, é importante que o trabalho mostre a energia do espaço Vila Flores, bem retratado em sua identidade visual.

Para melhor visualização das palavras-chave, foi criada uma ilustração no formato nuvem de palavras, que podemos ver na figura 30. Com o conceito estabelecido, podemos iniciar o detalhamento do projeto em si.

Figura 30: Nuvem de palavras com os conceitos do projeto.



Fonte: Autora.

3.6 DEFINIÇÕES DE PROJETO

Antes de iniciar a etapa de desenvolvimento de projeto, serão feitas algumas definições a fim de facilitar o processo. O Vila Flores possui muito conteúdo relacionado ao local – história do complexo, residentes, eventos – por isso, é preciso que haja uma seleção do conteúdo que será abordado nos materiais a serem desenvolvidos, fazendo uma triagem do que possui mais importância para aparecer em um material impresso. A partir de reunião com os responsáveis pelo espaço, foi constatado que uma das principais dificuldades em reuniões e apresentações era sintetizar o significado e explicar a abrangência do projeto Vila Flores. Assim, foram escolhidos os tópicos mais relevantes que deveriam constar no projeto. São eles:

- a) Definição do projeto do local: uma breve introdução com uma visão geral do espaço e como é o seu funcionamento;
- b) História: as mudanças no local desde a sua construção em 1924, passando pela alteração das funções do espaço até a criação do Vila Flores – abordagem da arquitetura e da influência do local na região que ocupa;
- c) Mapa do espaço: auxílio visual para a compreensão rápida do espaço - onde estão localizados os espaços de convívio e cada um dos residentes;
- d) Residentes: apresentação dos residentes do local e as atividades que eles exercem;
- e) Associação Vila Flores: como funciona a gestão do local;
- f) Eventos e Projetos: registros de eventos que foram realizados ou são realizados periodicamente e projetos do espaço;
- g) Programação do local: cursos, atividades, eventos, oficinas, palestras, etc.
- h) Linha do tempo: ilustração das mudanças do espaço durante os anos – resumo visual da história do local;

As informações necessárias para a criação do conteúdo a partir dos tópicos foram conseguidas através de apresentações, matérias e conteúdo digital já existentes do Vila Flores, que foram passadas por diferentes responsáveis pelo projeto. Além disso, houve também um processo colaborativo com alguns dos residentes para a adequação de material para o presente trabalho.

A programação do espaço é um dos fatores que mudam constantemente e tem algumas adaptações de última hora. Sendo assim, seria interessante que o catálogo – como material mais definitivo – não tenha a programação anual ou semestral do Vila Flores, já que dessa forma poderia acontecer de o material ficar desatualizado depois de algum tempo. Para melhor aproveitamento, foi definido que o material a ser desenvolvido contaria com a programação mensal podendo aumentar para bimestral ou trimestral, caso acontecer de em algum período o espaço possuir pouca programação.

Após a escolha dos tópicos do conteúdo do projeto, foi preciso um estudo para escolha dos meios impressos que melhor apresentariam o material desenvolvido. Assim, foram definidos dois formatos:

Catálogo: o catálogo trará o maior número de informações do Vila Flores, servindo como material de apresentação do local. Como a programação do Vila Flores sofre diversas alterações, o catálogo abrangerá os tópicos que forem mais definitivos, como a história e a apresentação dos residentes. Ele poderá ser utilizado para divulgação interna e externa, ou seja, distribuído para o público geral para que tenham conhecimento do espaço e também para interessados em participar do Vila Flores como residentes ou promovendo algum evento. O catálogo também auxiliará os gestores em apresentações em participações em seminários e feiras (o que já vem acontecendo atualmente). Além disso, serve como registro histórico, um dos itens buscados desde o início do trabalho.

Folder/Cartaz: o folder trará a programação do espaço. Como citado anteriormente, a programação do Vila Flores sofre constantes alterações, por isso, não é possível defini-la com um grande intervalo de tempo, tornando não viável a criação de folder com programação semestral ou anual. Assim, o folder trará a programação mensal. Com a ideia de tornar o folder mais dinâmico e aproveitando a grande capacidade criativa dos residentes do espaço Vila Flores, foi pensado em um folder/cartaz. Assim, em cada mês, a parte interna do folder trará uma ilustração ou arte diferente de algum dos residentes do espaço. Essa escolha faz com que o folder se torne mais funcional, além de divulgar o trabalho dos artistas residentes no espaço. Outro atrativo é que os folders poderão ser colecionados e reutilizados, aumentando assim a vida útil do material.

3.7 FORMATOS E ESTRUTURA

3.7.1 Escolha do papel

Foco deste trabalho, a escolha do papel correto para obter bons resultados visuais é fundamental. São levados aqui em consideração os parâmetros definidos por Villas-Boas

(2010), mencionados no capítulo 2.4 deste trabalho: O valor subjetivo (diferencial, beleza, textura) do papel, o custo, a disponibilidade no mercado e as restrições técnicas.

Um dos papéis mais utilizados para o tipo de trabalho proposto neste projeto – tanto catálogos quanto folders – é o papel *couché*. O papel *couché* preenche uma série de requisitos do trabalho – é barato, facilmente encontrado e de fácil manuseio. Porém foi descartado por se afastar da estética buscada para o produto final, já que o papel *couché* possui uma aparência plástica e brilho (mesmo o *couché* fosco após a impressão possui certo brilho).

Outro papel considerado foi o papel reciclado (ou reciclato), por alinhar-se esteticamente com a temática do projeto. Se fosse escolhido, seria necessário pensar sua utilização em todo o desenvolvimento gráfico, já que este tipo de papel tende a modificar as cores na impressão, por não ser de cor branca. Por questões orçamentárias, esse papel também foi descartado: a sua utilização impediria de que os produtos finais fossem produzidos em grandes tiragens.

Por fim, foi escolhido o papel off-set para este trabalho. O papel off-set, apesar de simples, correspondia a todos as características buscadas no projeto: é de baixo-custo, a sua textura é compatível com a estética e ele é de cor branca (o que melhora o resultado pós-impressão). Também é importante, tanto para o catálogo quanto para o folder, que a cor não passe de um lado da folha para o outro. Para garantir que isso não aconteça, a gramatura escolhida foi a de 120 g/m³, o que também permitirá que o material seja maleável e de fácil manuseio.

3.7.2 Formatos

3.7.2.1 Formato do catálogo

A partir da definição do conteúdo, foi possível definir o formato do catálogo. O estudo inicial para essa definição foi feito a partir de análise rápida das fotografias que poderiam ser utilizadas no catálogo, onde foi constatada que em sua grande maioria eram fotografias horizontais. Assim, a fim de que a diagramação fosse mais simples e de que as fotografias ganhassem mais destaque, dois formatos pareciam mais propícios para o catálogo: o formato horizontal (largura maior que altura) e o formato quadrado.

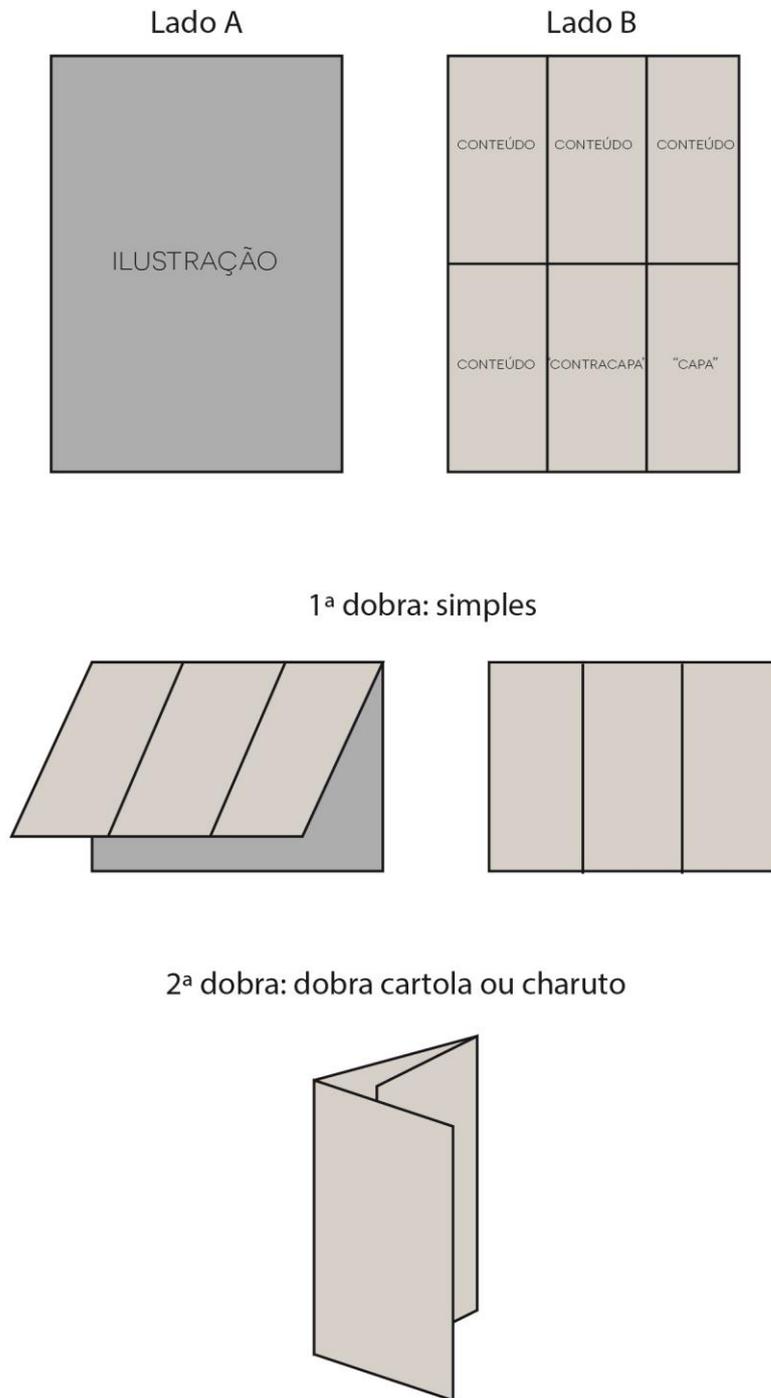
O formato horizontal é de menor custo que o quadrado, por aproveitar mais papel, mas também é de pior manuseio, já que quando é feito em papel maleável tende a dobrar na mão do leitor. Assim, visando a melhor circulação do material, o formato escolhido foi o quadrado e, após pesquisa com gráficas para saber as melhores dimensões para que houvesse aproveitamento de papel, pode-se chegar ao formato de 18x18cm.

3.7.2.2 Formato do folder

Depois de definido o conteúdo do folder, foi possível definir o formato. Mais uma vez, foi necessário levar a questão orçamentária em consideração. Isso, mais o uso que ele terá como cartaz, fez com que o formato selecionado seja o A3 (297 x 420mm) quando aberto. Isso faz com que o custo baixe consideravelmente, já que assim não será necessária a utilização de faca de corte para o modelo. Além disso, também faz com que as ilustrações dos residentes se adaptem melhor as dimensões do folder, visto que muitos artistas desenhavam em papéis com formato de fábrica.

Assim, em um dos lados da folha A3, estará a ilustração que servirá como cartaz. Do outro, o conteúdo, no caso a programação mensal do Vila Flores. Nessa parte, o campo para a diagramação é dividido em outras 6 partes, sendo que dessas uma servirá como capa e outra como contracapa, conforme podemos visualizar na figura 31. A dobra escolhida é uma das dobras clássicas, conhecida como dobra cartola ou charuto. Esse tipo de dobra também fará com que o custo do projeto fique baixo.

Figura 31: formato escolhido para o folder e ordem das dobras.



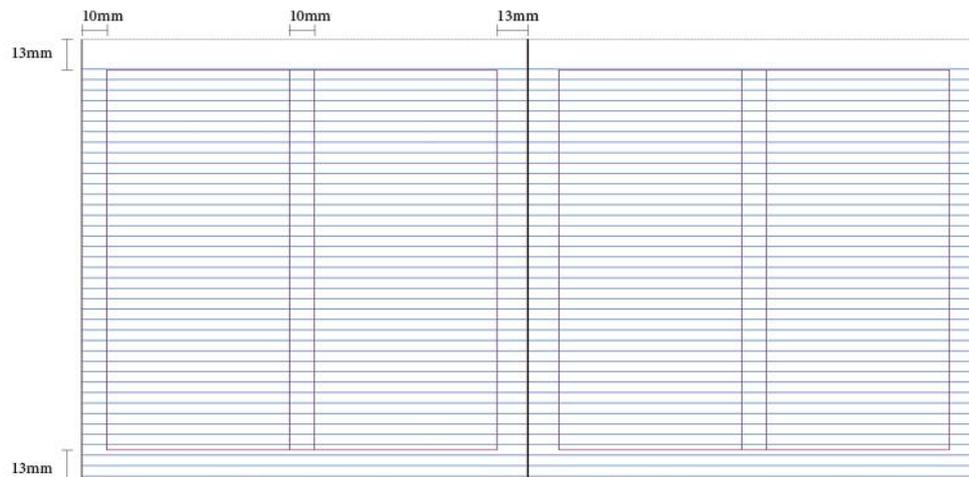
Fonte: Autora.

3.7.3 Grid

3.7.3.1 Grid do catálogo

O desenvolvimento do *grid* foi pensado a fim de que ele não oferecesse rigidez ao projeto, já que a estética buscada no catálogo é mais orgânica. Isso, mais o fato de o catálogo possuir potencialmente muitas imagens a serem dispostas, fez com que o *grid* escolhido seja o modelo *grid* de colunas. Como a dimensão do catálogo é de um tamanho relativamente pequeno (18 x 18 cm), o *grid* terá 2 colunas (figura 32): mais colunas nesse formato poderiam prejudicar a legibilidade na parte textual. As linhas de base servem como entrelinhas para o texto e também como *grid* para as imagens.

Figura 32: Grid do catálogo.

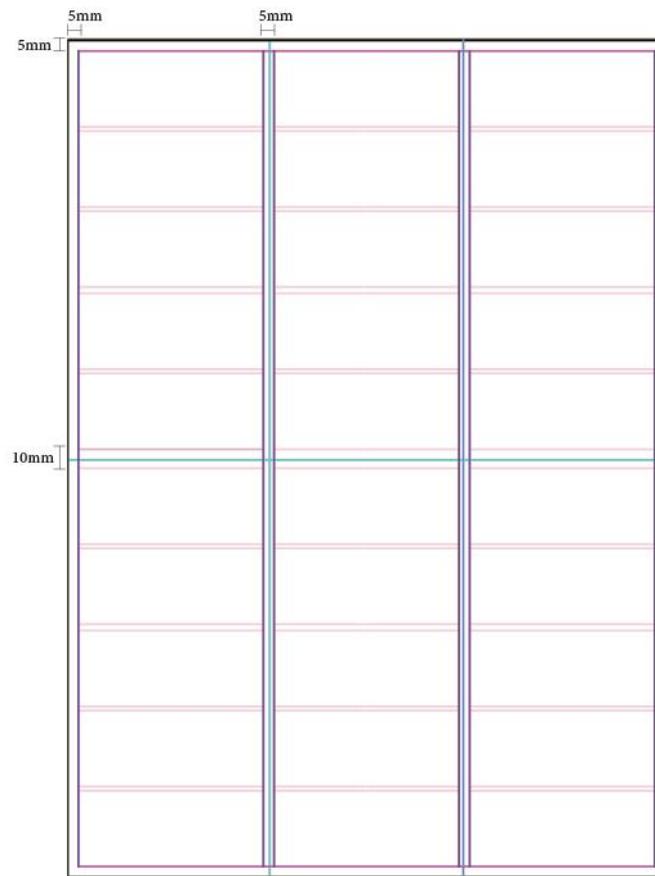


Fonte: Autora.

3.7.3.2 Grid do folder

Para o folder, o *grid* escolhido foi o modular. Os módulos fazem com que a informação nesse *grid* seja apresentada de forma mais dinâmica, o que é ideal para a apresentação de programação. Os módulos foram divididos em 5 por página, pensando no número de programações propostas para o local.

Figura 33: grid do folder.



Fonte: Autora.

3.7.4 Diagramação

3.7.4.1 Diagramação do catálogo

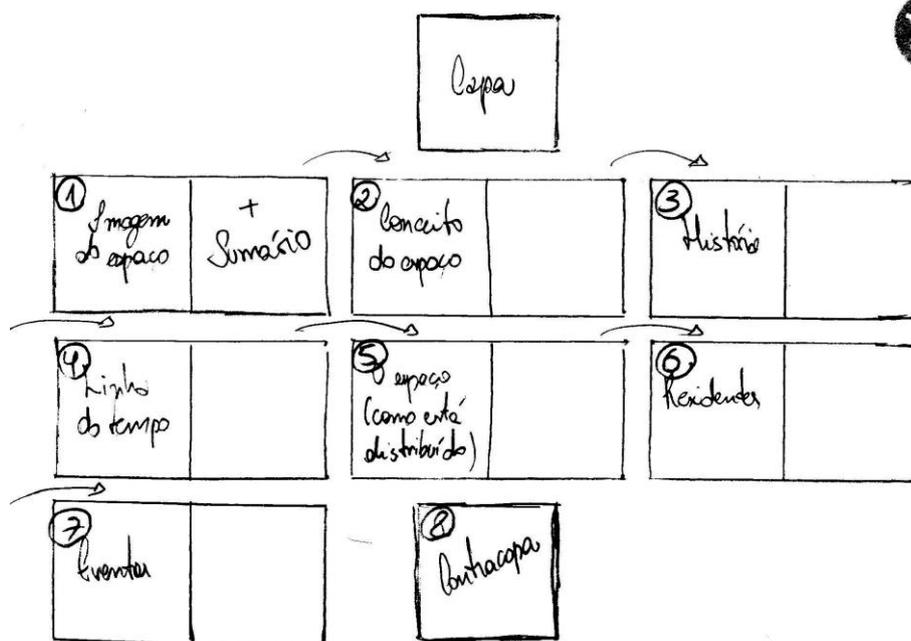
Com a definição do *grid* é possível começar a pensar na diagramação do catálogo. O primeiro passo é definir a ordem das informações. A ordem, que pode ser conferida na figura 34, foi pensada a partir da experiência do leitor e estabelecida da seguinte forma:

- Apresentação do Vila Flores: traz o conceito do local – uma apresentação inicial para que o leitor entenda o que faz o Vila Flores e de que trata o catálogo.

- História: depois de ser apresentado ao centro cultural e seu conceito, o leitor entenderá a importância histórica e arquitetônica do espaço.

- Linha do tempo: após ler sobre a história, a linha do tempo resume graficamente as modificações que aconteceram no espaço.
- Espaço: depois das informações sobre o complexo em si, o leitor é apresentado ao interior do prédio – como ele é dividido e ocupado.
- Residentes: após o leitor ter “entrado no prédio”, ele descobre quem o ocupa – quem são os residentes do espaço. Nessa sessão terá maior destaque a Associação Cultural Vila Flores, gestora do espaço, para que o leitor entenda como o espaço é gerenciado.
- Eventos: por fim, o leitor é apresentado as atividades que ocorrem no local.

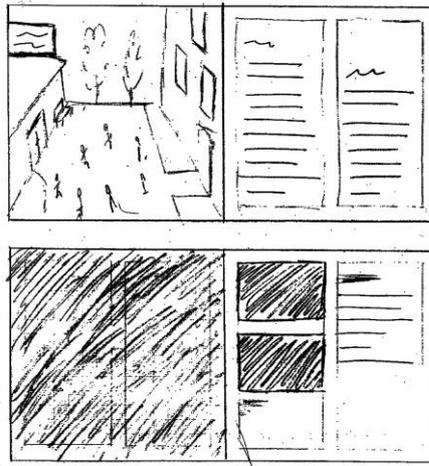
Figura 34: Estudo da definição de ordem das seções do catálogo.



Fonte: Autora.

Após feita essa divisão, foi possível começar a pensar em como cada seção seria trabalhada na página. O estudo começa a partir do posicionamento das imagens. Foi definido que elas poderiam ser aplicadas em diferentes formatos, mas correspondendo ao *grid*, visando gerar uma mancha agradável. Alguns estudos podem ser visualizados na figura 35.

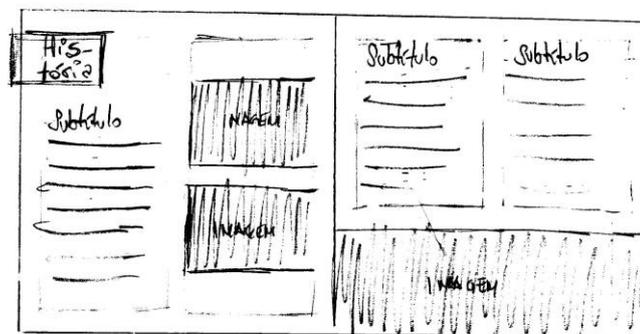
Figura 35: Estudos para aplicação de imagens no catálogo.

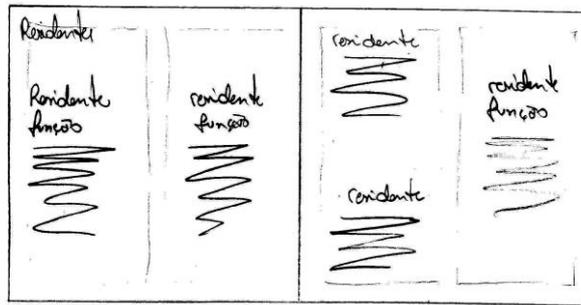


Fonte: Autora.

A grande maioria das seções do catálogo possuem título e subtítulo – sendo o título o tema da seção. Assim, foi definido que todas as páginas apresentariam o título da seção, eliminando assim a necessidade de páginas de abertura, o que reduz o número de páginas do catálogo. Essa decisão também auxilia para a criação de uma unidade no catálogo, já que todas as páginas terão o mesmo elemento gráfico. Os subtítulos aparecem acompanhando os textos, auxiliando na definição da mancha gráfica da página. Os estudos para títulos e subtítulos podem ser conferidos na figura 36.

Figura 36: Estudos para aplicação de títulos e subtítulos no catálogo.



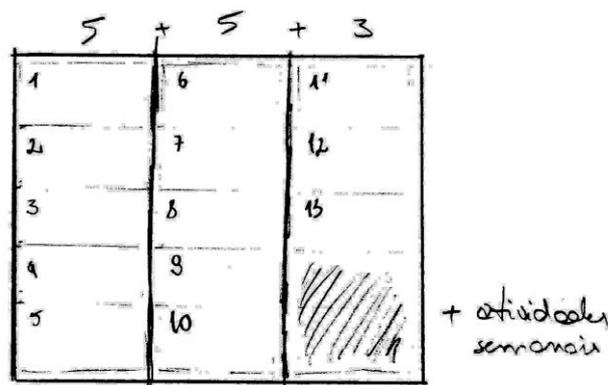


Fonte: Autora.

3.7.4.2 Diagramação do folder

O folder possui duas diagramações diferentes, uma na parte externa e outra na parte interna. Na parte interna, como já citado, será disposta a programação. A programação escolhida para ser utilizada no folder foi a programação real do mês de junho do espaço Vila Flores. A diagramação foi pensada a partir de um estudo sobre essa programação: a quantidade de eventos do mês foi dividida por 3 – número de colunas disponíveis para isso no folder, a fim de que fosse possível dispô-los dentro dos módulos do *grid* criado. Como o mês possuía 13 eventos, mais algumas atividades que tem espaço semanalmente no Vila Flores, elas foram distribuídas em 5 atividades na primeira e segunda página, seguidas de três atividades na página seguinte mais as atividades semanais. A estrutura é melhor compreendida na figura 37, onde foi feito um esboço da distribuição no material.

Figura 37: Esboço da programação no folder.



Fonte: Autora.

Cada atividade foi separada pelos pontos em comum, que eram: o dia, o dia da semana, o título da atividade, o tipo de atividade, breve descrição da atividade, o local de realização dentro do espaço e o horário. Após foram feitos esboços de alternativas para melhor adequação dentro dos módulos do *grid*, conforme podemos ver na figura 38.

Figura 38: Estudos de diagramação para o folder.



Fonte: Autora.

Após um estudo das alternativas, a escolhida foi a terceira da imagem, por acreditar que ela apresenta de forma mais clara as informações da programação além de ficar mais harmônica quando aplicada mais de uma vez em uma página.

3.8 ELEMENTOS DO PROJETO GRÁFICO

3.8.1 Paleta de cores

Como foi optado pelo desenvolvimento do projeto com aproveitamento da identidade visual, a paleta de cores escolhida foi a definida no manual de Identidade Visual do Vila Flores. A utilização das cores da identidade visual no projeto aumenta a pregnância e reforça a marca.

Figura 39: Paleta de cores.



Fonte: Manual de Identidade Visual Vila Flores.

Entretanto, no manual de identidade visual do Vila Flores, as três primeiras cores da figura 39 são utilizadas para definir cada um dos eixos norteadores do espaço (educação, cultura e negócios). Essa divisão não será utilizada nos materiais aqui desenvolvidos, a fim de possibilitar mais liberdade no projeto gráfico.

3.8.2 Tipografia

Para o catálogo, foram escolhidas 3 famílias tipográficas: uma para texto, uma para os títulos e outra para os subtítulos. Para os textos, a família tipográfica escolhida foi a Bariol (figura 40), indicada como fonte de apoio no manual de identidade visual do Vila Flores. Como a ideia prévia à escolha já era a de utilizar uma fonte sem serifa com tipos mais arredondados, a Bariol acabou por se mostrar a escolha ideal para o projeto por ser uma fonte de boa legibilidade, com um traço simples e limpo, como podemos observar na figura 40.

Figura 40: família tipográfica Bariol.

Bariol 11pt
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Fonte: Autora.

Para os títulos e subtítulos, foi feito um teste visual com as famílias tipográficas, buscando duas características: uma fonte com bom peso (impactante) e uma fonte mais gestual. Após uma busca por fontes com essas características, elas foram dispostas na mesma página para serem comparadas, como podemos ver na figura 41.

Figura 41: Análise de famílias tipográficas para títulos e subtítulos.

Fontes com peso	Fontes orgânicas
ROUNDS BLACK TESTE VILA FLORES	BELLFORT ROUGH TESTE VILA FLORES
NOVEL SANS TESTE VILA FLORES	PEIXE FRITO TESTE VILA FLORES
GENTONA EXTRABOLD TESTE VILA FLORES	TT COTTONS LIGHT TESTE VILA FLORES
CAMPTON BOLD TESTE VILA FLORES	THIN PRESS TESTE VILA FLORES
NOVECENTO MEDIUM TESTE VILA FLORES	<i>MISTRAL</i> <i>TESTE VILA FLORES</i>
LULO CLEAN TESTE VILA FLORES	TEKTON TESTE VILA FLORES

Fonte: Autora.

Após análise, foram escolhidas as fontes Lulo Clean e TT Cottons. A primeira, pela sua estrutura e força – ideal para títulos de abertura. A segunda, por ser uma fonte mais orgânica e delicada, compatível com o conceito estabelecido para o projeto.

Figura 42: Famílias tipográficas escolhidas.

LULO CLEAN 12 PT
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
0123456789

TT COTTONS LIGHT 12 PT
 ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 0123456789

Fonte: Autora.

As três famílias tipográficas juntas criam um balanço para a página, conforme mostra a figura 43: a fonte Lulo Clean tem maior peso, garantindo destaque para o topo da página; os subtítulos são apresentados em uma fonte mais gestual, garantindo coerência com o conceito do trabalho; e na parte textual, a leitura é facilitada com o uso de uma fonte sem serifa moderna e de boa legibilidade.

Figura 43: Utilização das três fontes escolhidas na mesma página.



Fonte: Autora.

Para o folder, a fonte Lulo Clean foi substituída pela fonte Campton Bold, vista na análise de fontes na figura 41. Isso foi feito pois as informações do folder são dispostas em um tamanho menor. Sendo assim, a fonte Lulo Clean, por possuir grande impacto e um *ker-ning* mais espaçado, acabava criando vários pontos de atenção na página, o que acarretava em um ruído visual. A fonte Campton Bold resolve o problema, pois é uma fonte com bom peso mas mais compacta que a fonte Lulo Clean, o que faz com que ela seja ideal para aplicação em um tamanho reduzido.

Figura 44: Família tipográfica Campton Bold.

Campton Bold 12 pt
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Fonte: Autora.

Figura 45: Famílias tipográficas escolhidas em aplicação no folder.

CINEMA
03 } **CINECLUBE**
AMEIXA
 Ihit esciente es plicabo. Aquam, int.
 Imaioriam nonsequid ea inimolu ptatiunture delibus qui Et
 omniet, sunt autatur? Qui officatur sed eatus abore es quibus

Fonte: Autora.

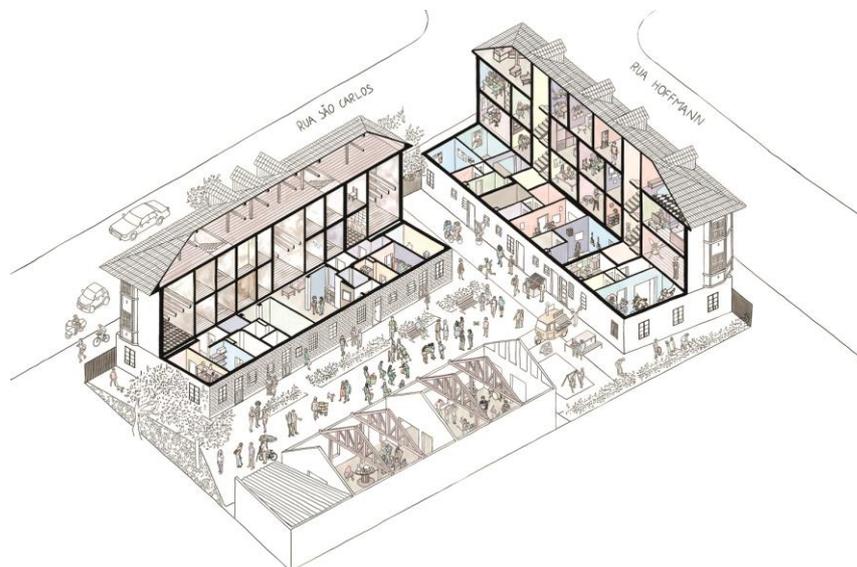
3.8.3 Imagens

As imagens do catálogo são fotografias do acervo do Vila Flores. O espaço possui um grande número de registros fotográficos que foram disponibilizados para o trabalho, tanto do local quanto de eventos lá realizados. As fotografias servem como complemento para os textos e também como elementos visuais para o catálogo.

Além das fotografias, o espaço também disponibilizou alguns desenhos da estrutura do prédio (figura 46), criados pelos residentes do estúdio de arquitetura Goma Oficina. Esses

desenhos são utilizados para localizar o leitor do catálogo no espaço Vila Flores, facilitando a compreensão deste.

Figura 46: Desenho representativo do espaço Vila Flores.



Fonte: Acervo Vila Flores. Crédito do desenho: Goma Oficina.

3.9 PROJETO GRÁFICO

Nesta seção são explicadas detalhadamente as escolhas do projeto gráfico para o catálogo e para o folder. Em ambas as subseções, o conteúdo está ordenado da maneira em que foi produzido.

3.9.1 Catálogo

As páginas do catálogo são desenhadas uma a uma. Mesmo assim, fez-se necessário o uso de alguns elementos que criassem uma certa padronização, fazendo com o que o catálogo possuísse uma unidade gráfica. Um dos recursos utilizados para criar essa unidade foi a utilização de um padrão de fundo (figura 47). Esse padrão foi feito usando marcas de tinta e textura de papel de desenho, criando um fundo que parecesse mais antigo, para depois misturando com a utilização da tipografia moderna e colorida, alinhando-se assim à estética buscada no projeto.

Figura 47: Padrão de fundo utilizado no catálogo.



Fonte: Autora.

Como determinado nos estudos de diagramação, o título da seção aparece em todas as duplas de páginas. Foi determinado que o posicionamento desse título fosse na parte superior esquerda, pois no padrão de leitura ocidental esse é o ponto em que o leitor primeiro direciona o olhar em uma página. Posicionando o título nesse local, o leitor consegue identificar facilmente o assunto.

O título da seção aparece na família tipográfica Lulo Clean, sempre hifenizado (figura 48). Essa definição foi feita por fins estéticos, para criar uma harmonização com o formato da página (quadrada). Além disso, foi criado um retângulo em torno do título, para criar ainda mais destaque para a região. A cor dos títulos e dos retângulos são alternadas de acordo com a seção. Dessa forma, a padronização da fonte e do formato cria uma unidade para o catálogo e a alteração de cor faz com que ele não fique repetitivo.

Figura 48: Disposição dos títulos no catálogo.

**HIS-
TÓRIA**

Fonte: Autora.

Figura 49: Aplicação do título de seção em uma das páginas do catálogo.



Fonte: Autora.

Como as imagens disponibilizadas para o catálogo tinham os mais variados formatos, elas são utilizadas diferentemente em cada página, sendo coerentes dentro do assunto e com o *layout* buscado. Imagens que mereciam mais destaque ocupam uma página inteira, e as que apenas servem como referência são apresentadas em menor tamanho. Na seção dos residentes, por exemplo, em que haviam muitas imagens em formato de tríptico, foram feitos dois layouts diferentes utilizando 3 trípticos, conforme podemos ver na figura 50.

Figura 50: Páginas com imagens na seção dos residentes. Páginas 20-21 e 26-27 do catálogo.

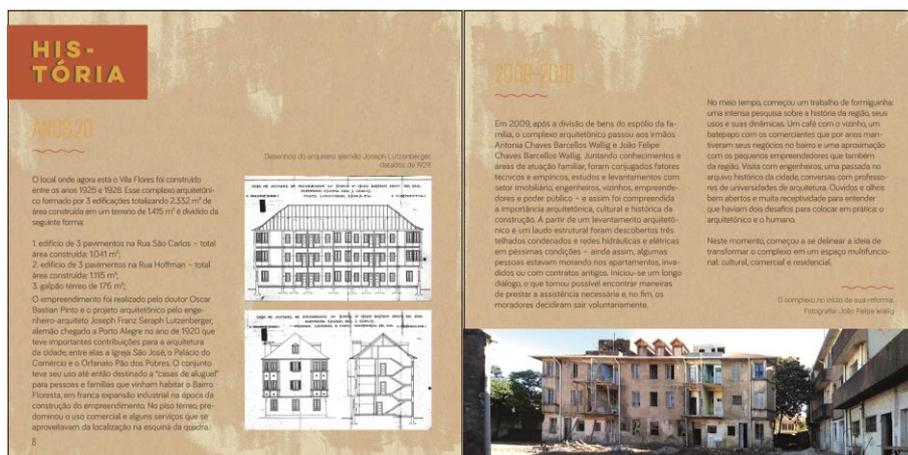




Fonte: Autora.

Para o texto, foi escolhido utilizar o alinhamento não-justificado. O texto justificado, apesar de deixar as bordas mais nítidas, deixa a estrutura da página mais rígida e demarcada. O alinhamento não-justificado cria bordas irregulares e, acompanhado dos subtítulos na tipografia TT Cottons, deixa a página mais fluída e com uma mancha mais orgânica, alinhando-se assim com a temática do projeto., como podemos ver na figura 51, em uma das páginas da seção da história do Vila Flores. Para fortalecer essa ideia, também foi adicionado um pequeno traço colorido abaixo do subtítulo, criando assim mais um elemento gráfico de cor que acompanha mais subtítulos durante o catálogo.

Figura 51: Exemplo de aplicação de texto não-justificado. Páginas 10 e 11 do catálogo.

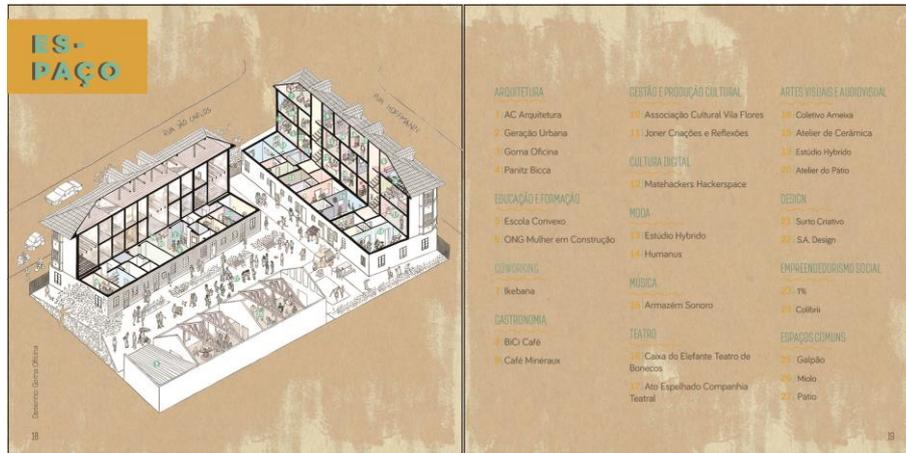


Fonte: Autora.

Na seção Espaço do catálogo, em que são utilizados desenhos da Vila Flores a fim de explicar a estrutura do local, as informações foram dispostas sem obedecer ao *grid* criado

para o catálogo, a fim de organizar da melhor maneira a informação. Aqui, por se tratarem apenas de nomes, o conteúdo textual é apresentado em três colunas, dando maior aproveitamento para a ocupação da página, como podemos ver na figura 52.

Figura 52: Seção Espaço, páginas 18 e 19 do catálogo.

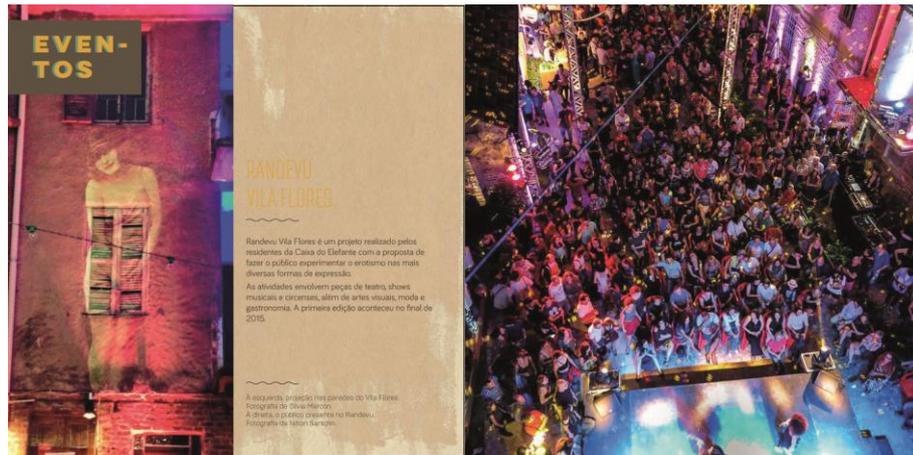


Fonte: Autora.

Na seção de eventos, onde grande parte do conteúdo eram fotografias, estas ganham um destaque maior e são em sua maior parte sangradas na página. Alguns registros aparecem em imagens menores, seguindo o *grid* do catálogo, como podemos ver na página 53.

Figura 53: páginas da seção de eventos do catálogo.





Fonte: Autora.

Para a página de apresentação do Vila Flores, foi feita uma separação de tópicos pelos pólos norteadores do espaço: educação, cultura e negócios. Cada tópico é apresentado com uma cor, no mesmo estilo dos títulos de abertura, criando uma página colorida e atrativa para apresentar o projeto, como podemos ver na figura 54.

Figura 54: Páginas de apresentação do projeto Vila Flores.



Fonte: Autora.

Para a capa e contracapa, foram geradas algumas alternativas. Uma das ideias era utilizar somente a paleta de cores e aplicação da marca, conforme a figura 55. Apesar das cores atrativas visualmente, essa ideia foi descartada por não representar muito bem o espaço e também por ser considerada fraca como proposta gráfica.

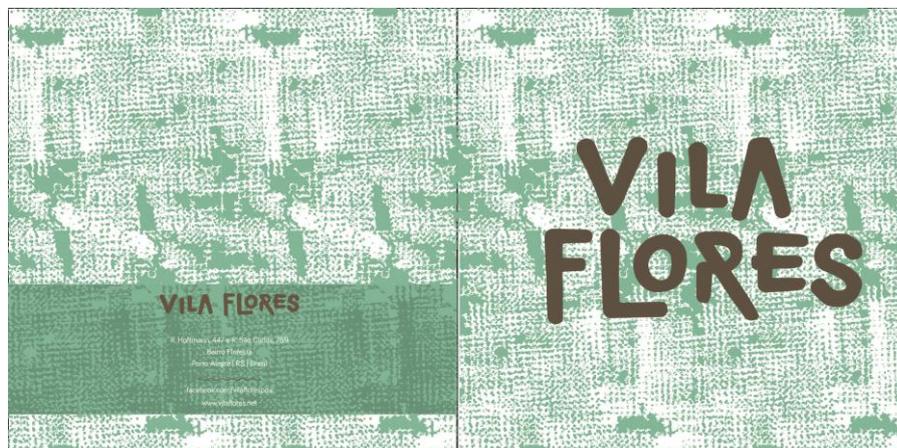
Figura 55: Primeira alternativa gerada para a capa e contracapa, em formato aberto.



Fonte: Autora.

Outra alternativa foi a de usar um padrão com manchas, na tentativa de representar o conceito artístico do espaço. Mais uma vez, a ideia acabou sendo descartada por não ser atrativa visualmente e também por ser considerada insuficiente como representação do espaço.

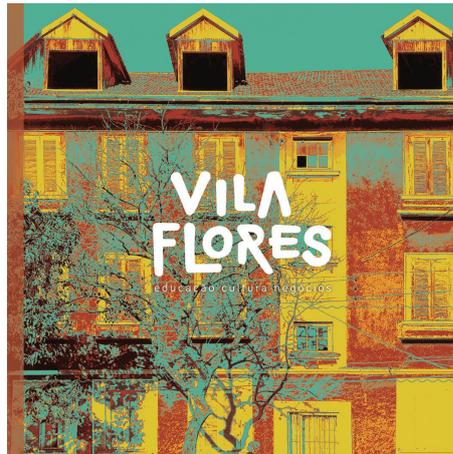
Figura 56: Segunda alternativa gerada para a capa e a contracapa, em formato aberto.



Fonte: Autora.

Com o objetivo de destacar a arquitetura do prédio e auxiliar no processo de pregnância da identidade visual, foi utilizada uma fotografia de um dos prédios do complexo Vila Flores, que foi manipulada digitalmente para obter as cores do espaço. Sobre a imagem, é aplicado o logotipo do Vila Flores em sua versão horizontal, sem símbolo e com o slogan, conforme podemos ver na figura 57.

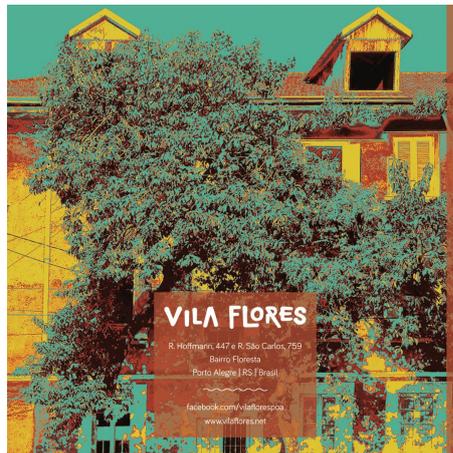
Figura 57: Capa do catálogo.



Fonte: Autora.

Essa imagem é aplicada na extensão da capa e contracapa. Na contracapa, sobre a imagem, é aplicado o lettering do logotipo e informações básicas do espaço, como endereço e páginas da internet, pensando na possibilidade de o material ser disponibilizado como material de divulgação. A capa e a contracapa ficam assim, coerentes com o projeto e representam bem o espaço, que sempre busca em sua divulgação valorizar a arquitetura do local.

Figura 58: Contracapa do catálogo.



Fonte: Autora.

Por fim, para a criação do Sumário, foi utilizada uma fotografia do espaço. A ideia era valorizar mais uma vez a arquitetura do local. Sobre essa imagem, foi utilizada a tipografia utilizada no interior do catálogo nos títulos de seção para a numeração e a tipografia dos subtítulos para os títulos de seção, sendo dispostas em uma linha horizontal no centro das páginas, como podemos ver na figura 59.

Figura 59: Sumário do catálogo.

A imagem mostra o sumário do catálogo sobre uma fotografia de um edifício residencial sob um céu azul. O texto 'SUMÁRIO' está no canto superior esquerdo em um retângulo amarelo. Abaixo dele, há cinco colunas com títulos e números de páginas em verde: 'VILA FLORES' (6), 'HISTÓRIA' (8), 'LINHA DO TEMPO' (14), 'ESPAÇO' (16) e 'RESIDENTES' (20). À direita, 'EVENTOS' (36) é apresentado em uma fonte maior e mais proeminente.

SUMÁRIO					
VILA FLORES	HISTÓRIA	LINHA DO TEMPO	ESPAÇO	RESIDENTES	EVENTOS
6	8	14	16	20	36

Fonte: Autora.

3.9.2 Folder

O desenvolvimento do layout do folder começou pela capa. A ideia de criação para a capa foi uma capa que chamasse a atenção, sem precisar utilizar muita informação. Para isso, foi escolhido dar destaque apenas para o nome do espaço e a que fim o folder se destina, no caso a programação de junho. Foi utilizada a cor amarela com aplicação sobre um padrão de tinta, pensando na possibilidade de, futuramente, utilizar uma cor para cada mês, criando um padrão estético para o folder.

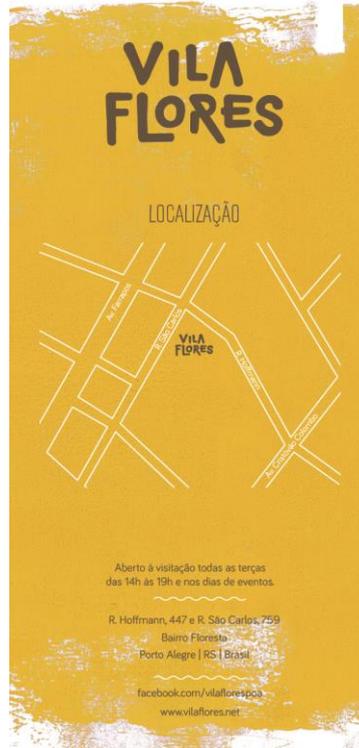
Figura 60: Capa do folder.



Fonte: Autora.

Depois de criada a capa, foi pensada a disposição das informações que ainda precisavam constar na parte externa do folder. O destaque da contracapa é o pequeno mapa, que foi disposto no centro da página, seguido de algumas informações para a localização e endereços web. O padrão de fundo com a cor amarela se estende da capa passando pela contracapa, chegando até a página que aparece na primeira abertura. Nessa página, foi utilizada uma imagem do Vila Flores e uma pequena explicação sobre o local, pensando na possibilidade de utilizar o folder de programação como material de divulgação.

Figura 61: Contracapa do folder.



Fonte: Autora.

Figura 62: Página da primeira abertura do folder.



Fonte: Autora.

Para a programação, que, como visto na definição de formato, aparece após a segunda abertura do folder, foram utilizados alguns elementos gráficos do catálogo, como as linhas de separação de texto. Para o layout, foi pensada a criação de um módulo, que depois pode ser repetido para as outras atividades, conforme proposto na seção 3.7.4.2 deste trabalho. O módulo apresenta, de forma clara a data em que é realizado o evento. Após, com diferenciação de cor, o primeiro item é o tipo de atividade a que o evento se refere. Na sequência, com destaque, o nome da atividade, seguida por uma breve descrição do evento. Foram desenvolvidos ícones para de forma fácil e clara.

Figura 63: um dos módulos da programação do folder.



Fonte: Autora.

Na página, ainda era preciso criar uma diferenciação para a programação que é realizada semanalmente. Assim, foi eliminado as datas e dado destaque para o dia da semana (figura 64). Como o evento não necessitava de descrição, foi possível ocupar um espaço reduzido da página, conforme podemos ver na figura 65.

Figura 64: Atividades semanais da programação.

ATIVIDADES SEMANAIS

<p>SEGUNDAS E QUARTAS</p> <p>KUNG FU João Bertoncello 🕒 18h às 19h30</p>	<p>CAPOEIRA Jônatas da Costa 🕒 19h30 às 21h</p>	
<p>TERÇAS</p> <p>CONVEXO LAB Escola Convexo 🕒 14h às 17h</p>		
<p>TERÇAS E QUINTAS</p> <p>YOGA Renata de Aguiar 🕒 18h30 às 19h45</p>		

Fonte: Autora.

Figura 65: Layout final do interior do folder.

<p>SAB 03 CINECLUBE AMEIXA Sessão de cinema no Atelier do Coletivo Ameixa com 2 curtas do diretor pernambucano Kleber Mendonça Filho Recife Frio e Eletrodoméstica. Após bate-papo e discussão. 📍 Atelier do Coletivo Ameixa 🕒 19h30</p>	<p>DOM 05 1º FESTIVAL DA ZIS POA Networking, música ao vivo, atividades sustentáveis, bebidas e alimentação saudável - promovido pela Zona de Inovação Sustentável de Porto Alegre. 📍 Pátio 🕒 16h às 21h</p>	<p>SAB 18 JARDINS DIVERTIDOS Esta palestra dará início ao futuro curso Criando Jardins Divertidos, com o agrônomo paisagista e fotógrafo Paulo Backes que abordará assuntos como planejamento e preparo do solo, identificação de espécies e seus ambientes, plantio e cuidados finais, como podas e manutenções. 📍 Pátio 🕒 9h</p>									
<p>SAB 04 APRENDER BRINCANDO: BOLHAS GIGANTES DE SABÃO Organizado e coordenado pela GESTIN em parceria com a Associação Cultural Vila Flores, destina-se a crianças, jovens estudantes e demais interessados em aprender conceitos do cotidiano através de experimentos interativos. 📍 Pátio 🕒 9h30 às 12h</p>	<p>TER 07 EDUCAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS: APRENDER COM AS DIFERENÇAS Atividade promovida por GESTIN, em parceria com a Associação Cultural Vila Flores, este curso destina-se a professores, gestores, acadêmicos e demais interessados em discutir a Educação em Direitos Humanos na perspectiva cultural, política, social e ética. 📍 Miolo 🕒 19h às 21h30</p>	<p>SAB 18 OFICINA DE CALEIDOSCÓPIO A captura do instante e a beleza das coisas efêmeras! Atividade promovida por Luciane Delacroix do Ateliê Lírico. 📍 Miolo 🕒 15h</p>									
<p>SAB 04 3º GERAENCONTRO: ARTE E TRABALHO A partir do desejo da criação de mais espaços de convívio e de trocas com a cidade, a GerAção POA - Oficina Saúde e Trabalho, construiu um momento para produzir encontros e promover expressão artística e cultural. 📍 Pátio e Galpão 🕒 9h30 às 12h</p>	<p>SAB 10 + 11 IMERSÃO EM CURADORIA Imersão em três módulos organizado pela curadora e crítica de arte Gabriela Motta. 📍 Ikebana Coworking 🕒 Sexta das 19h às 22h 🕒 Sábado das 10h às 13h e 15h às 18h</p>	<p>SAB 25 ARRAIAL VILA FLORES Comidinhas e bebidas típicas, brincadeiras para todas as idades, música, exposição de Artes Visuais e claro, fogueiral 📍 Pátio 🕒 14h às 22h</p>									
<p>SAB 04 GRUPO DE ESTUDOS: AUDIOVISUAL E ARTE CONTEMPORÂNEA Ideias e conceitos que permeiam a produção contemporânea são estudados e apresentados a partir da exibição de obras de artistas contemporâneos brasileiros e obras emblemáticas. Promovido por Marcelo Gobatto do Coletivo Ameixa. 📍 Atelier do Coletivo Ameixa 🕒 10h às 13h30</p>	<p>SEG 13 PERCURSO DE ESTUDOS EM FILOSOFIA DA DIFERENÇA Atividade promovida pela psicoterapeuta Juliane tagliani Faria, propõe auxiliar na composição de espaços de crítica, resistência e rachadura dos territórios da subjetividade contemporânea, do conhecimento e das micropolíticas. 📍 Ikebana Coworking 🕒 19h30</p>	<p style="text-align: center;">ATIVIDADES SEMANAIS</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <p>SEGUNDAS E QUARTAS</p> <p>KUNG FU João Bertoncello 🕒 18h às 19h30</p> </td> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <p>CAPOEIRA Jônatas da Costa 🕒 19h30 às 21h</p> </td> <td style="width: 33%;"></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>TERÇAS</p> <p>CONVEXO LAB Escola Convexo 🕒 14h às 17h</p> </td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>TERÇAS E QUINTAS</p> <p>YOGA Renata de Aguiar 🕒 18h30 às 19h45</p> </td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p style="text-align: right; font-size: small;">NO VERSO: obra de Marcelo Monteiro, residente do Estúdio Hybrido.</p>	<p>SEGUNDAS E QUARTAS</p> <p>KUNG FU João Bertoncello 🕒 18h às 19h30</p>	<p>CAPOEIRA Jônatas da Costa 🕒 19h30 às 21h</p>		<p>TERÇAS</p> <p>CONVEXO LAB Escola Convexo 🕒 14h às 17h</p>			<p>TERÇAS E QUINTAS</p> <p>YOGA Renata de Aguiar 🕒 18h30 às 19h45</p>		
<p>SEGUNDAS E QUARTAS</p> <p>KUNG FU João Bertoncello 🕒 18h às 19h30</p>	<p>CAPOEIRA Jônatas da Costa 🕒 19h30 às 21h</p>										
<p>TERÇAS</p> <p>CONVEXO LAB Escola Convexo 🕒 14h às 17h</p>											
<p>TERÇAS E QUINTAS</p> <p>YOGA Renata de Aguiar 🕒 18h30 às 19h45</p>											
<p>SAB 04 OFICINA DE SHIBARI COM JANTAR Shibari - arte japonesa de amarrar. Temas como confiança e entrega, empatia e comunicação, a miríade de sensações entre aconchego e desconforto, o equilíbrio entre relaxamento e presença e, enfim, prazer e sintonia. Atividade promovida por Klara Luhmen e Debora Herjean. 📍 Ikebana Coworking e Café Minéraux 🕒 15h às 22h</p>	<p>SEG 17 WORKSHOP FOTOGRAFIA DE MODA MÓDULO 1: EDITORIAL Workshop com foco no Editorial de Moda, ferramenta vital no portfólio de todo fotógrafo, produtor, styling, maquiador, estilista e estudante. Promovido por Diego Schmidt Jr. e Lu Trenta. 📍 Miolo 🕒 9h às 18h</p>										

Fonte: Autora.

Depois da segunda abertura do folder, temos acesso ao cartaz (figura 66), uma ilustração concedida por Marcelo Monteiro, residente do espaço Vila Flores. Conforme já mencionado, a ideia é que cada mês traga uma ilustração de diferentes artistas que fazem parte do Vila Flores.

Figura 66: ilustração de Marcelo Monteiro, cartaz disponível no interior do folder.



Fonte: Autora.

3.10 RESULTADO FINAL

3.10.1 Catálogo

Figura 67: Capa do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 68: Páginas 02 e 03 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 69: Sumário, páginas 04 e 05 do catálogo.



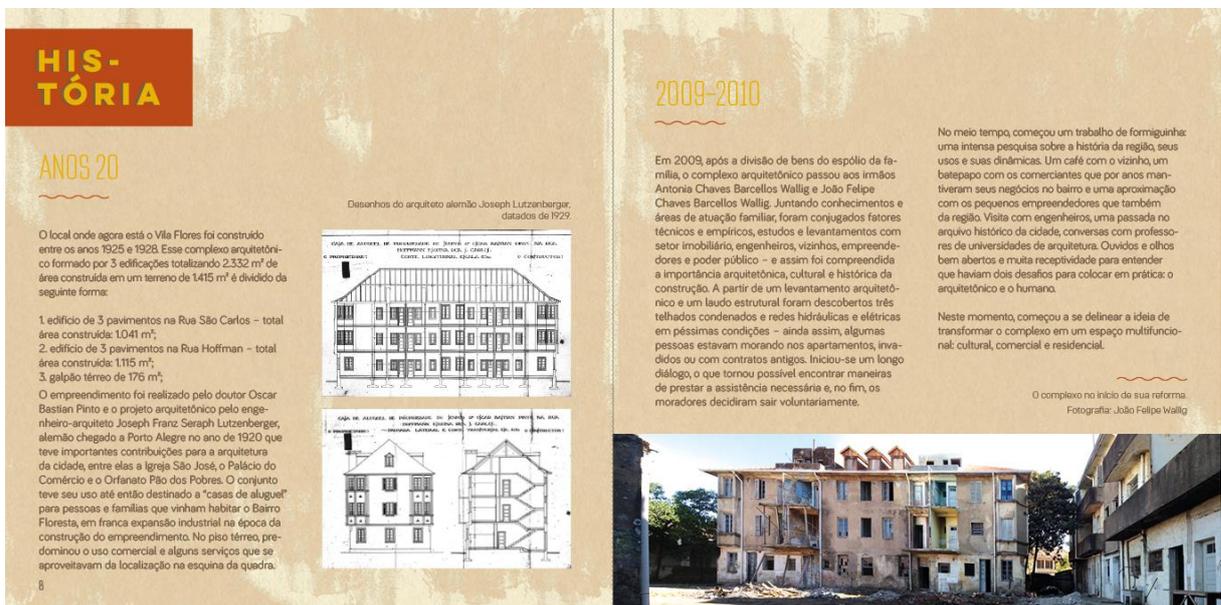
Fonte: Autora.

Figura 70: Vila Flores, páginas 06 e 07 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 71: História do Vila Flores, páginas 08 e 09 do catálogo.



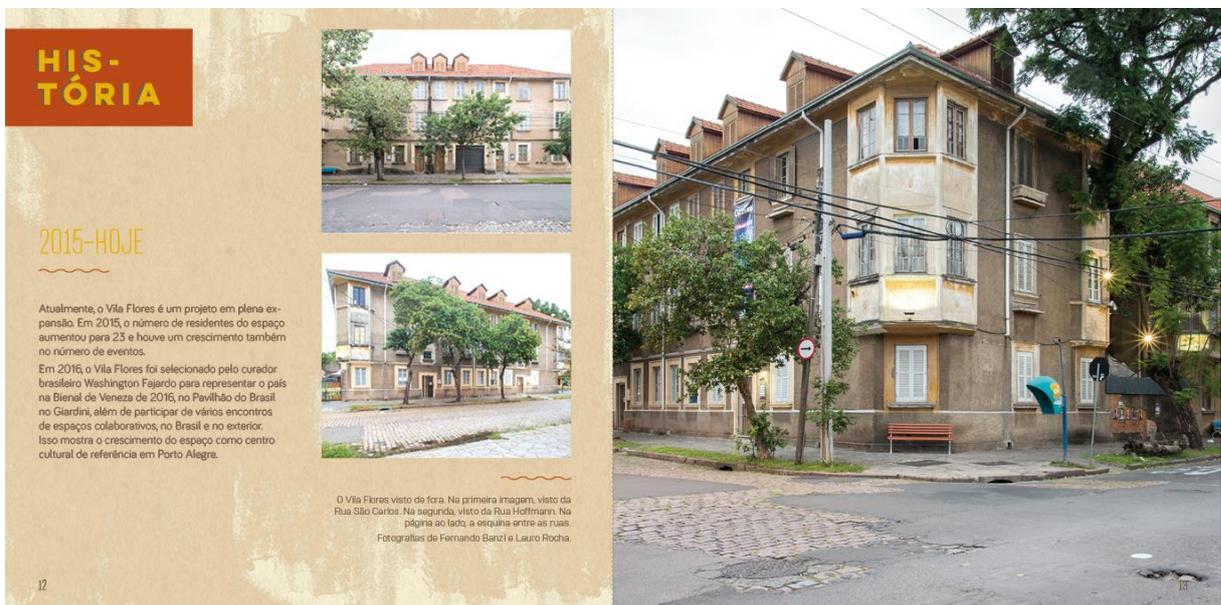
Fonte: Autora.

Figura 72: História do Vila Flores, páginas 10 e 11 do catálogo.



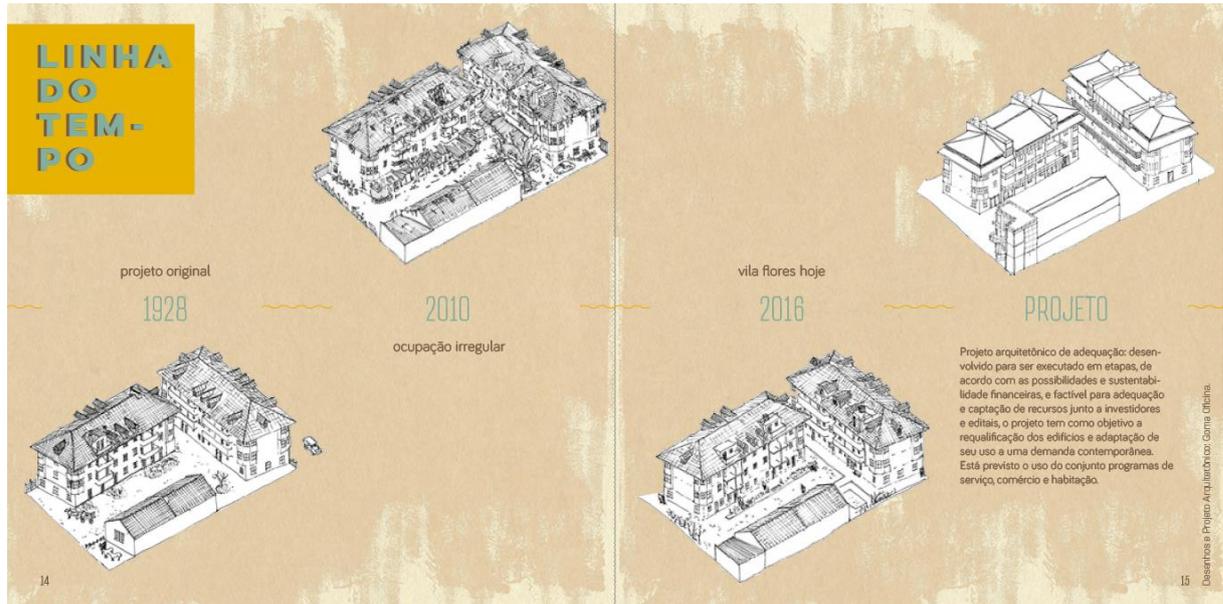
Fonte: Autora.

Figura 73: História do Vila Flores, páginas 12 e 13 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 74: Linha do tempo, páginas 14 e 15 do catálogo.



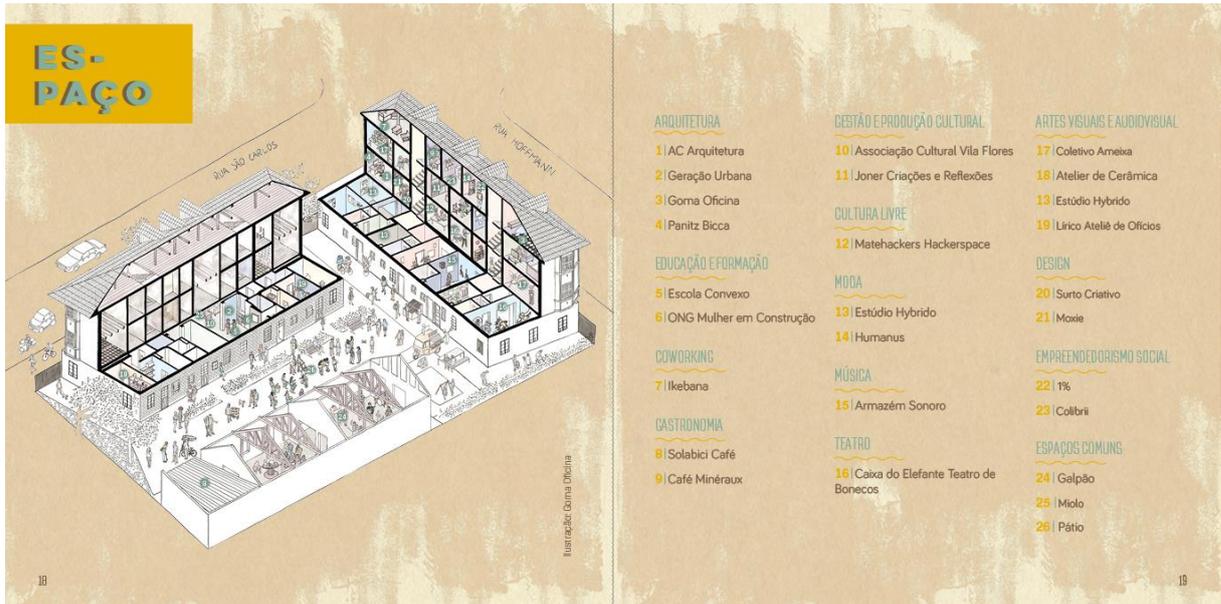
Fonte: Autora.

Figura 75: Espaço, páginas 16 e 17 do catálogo.



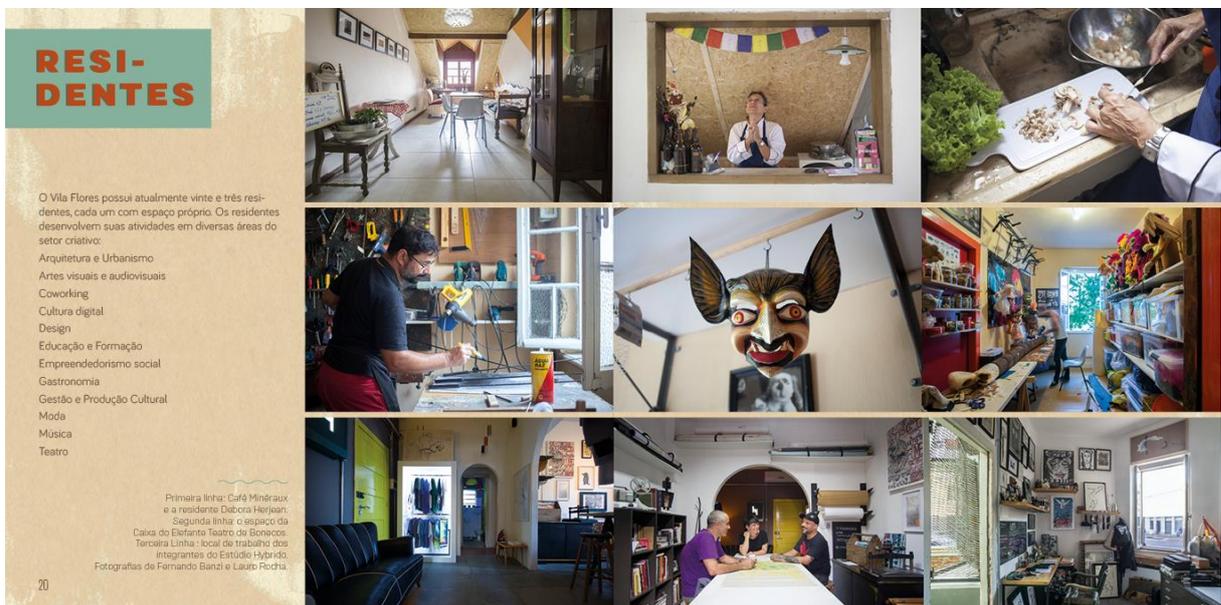
Fonte: Autora.

Figura 76: Espaço, páginas 18 e 19 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 77: Residentes, páginas 20 e 21 do catálogo.



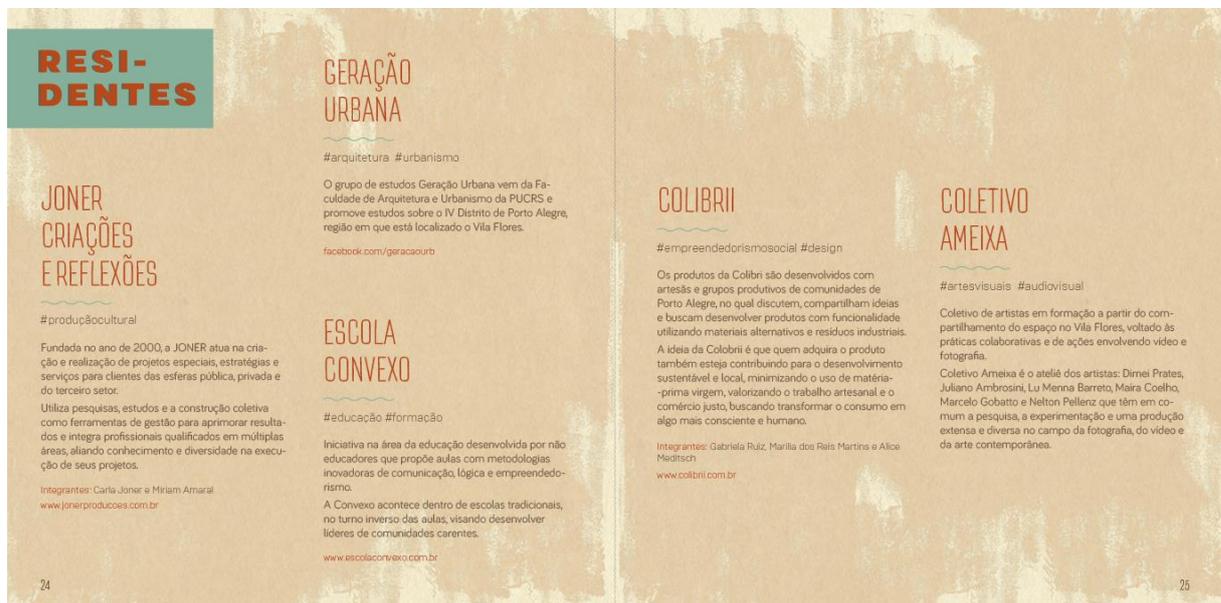
Fonte: Autora.

Figura 78: Residentes, páginas 22 e 23 do catálogo.



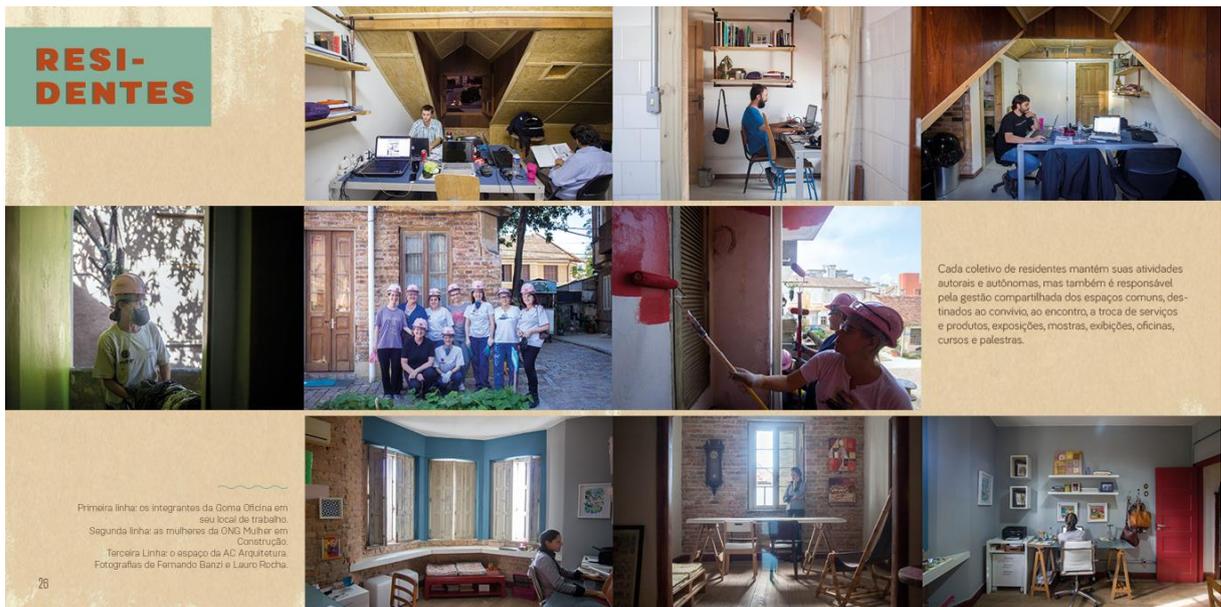
Fonte: Autora.

Figura 79: Residentes, páginas 24 e 25 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 80: Residentes, páginas 26 e 27 do catálogo.



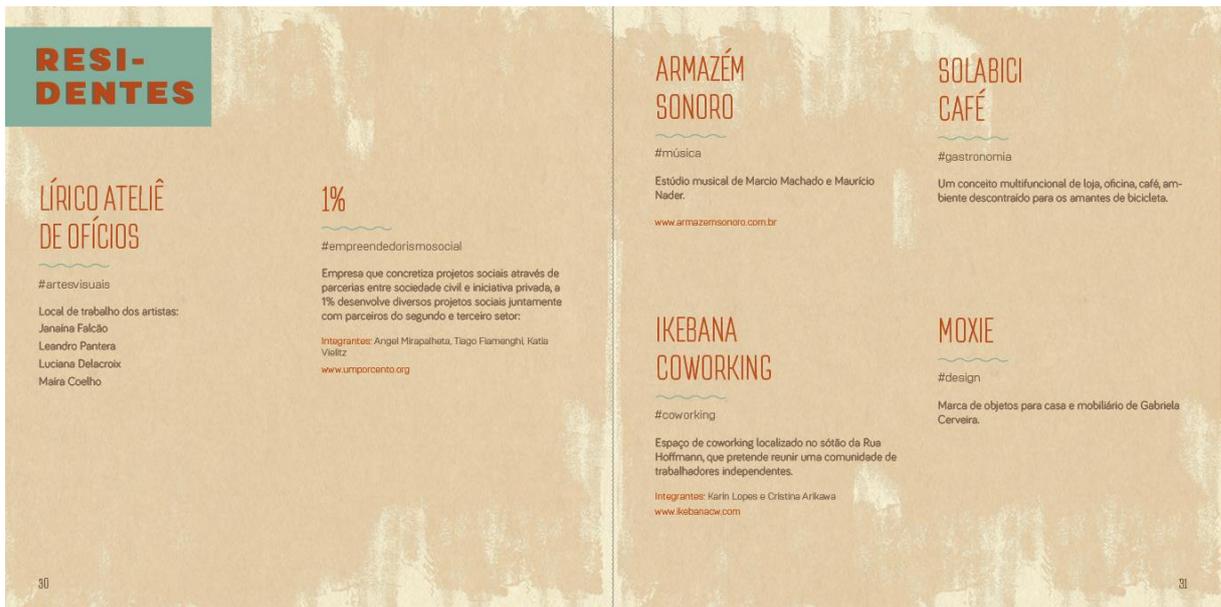
Fonte: Autora.

Figura 81: Residentes, páginas 28 e 29 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 82: Residentes, páginas 30 e 31 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 83: Residentes, páginas 32 e 33 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 84: Residentes, páginas 34 e 35 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 85: Eventos, páginas 36 e 37 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 86: Eventos, páginas 38 e 39 do catálogo.



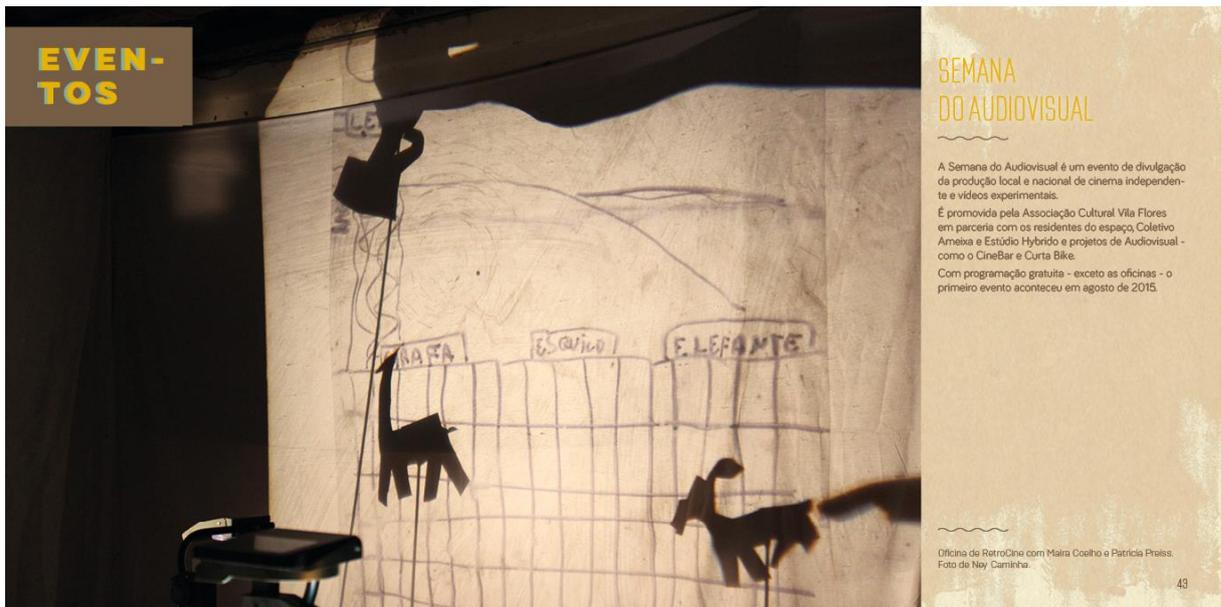
Fonte: Autora.

Figura 87: Eventos, páginas 40 e 41 do catálogo.



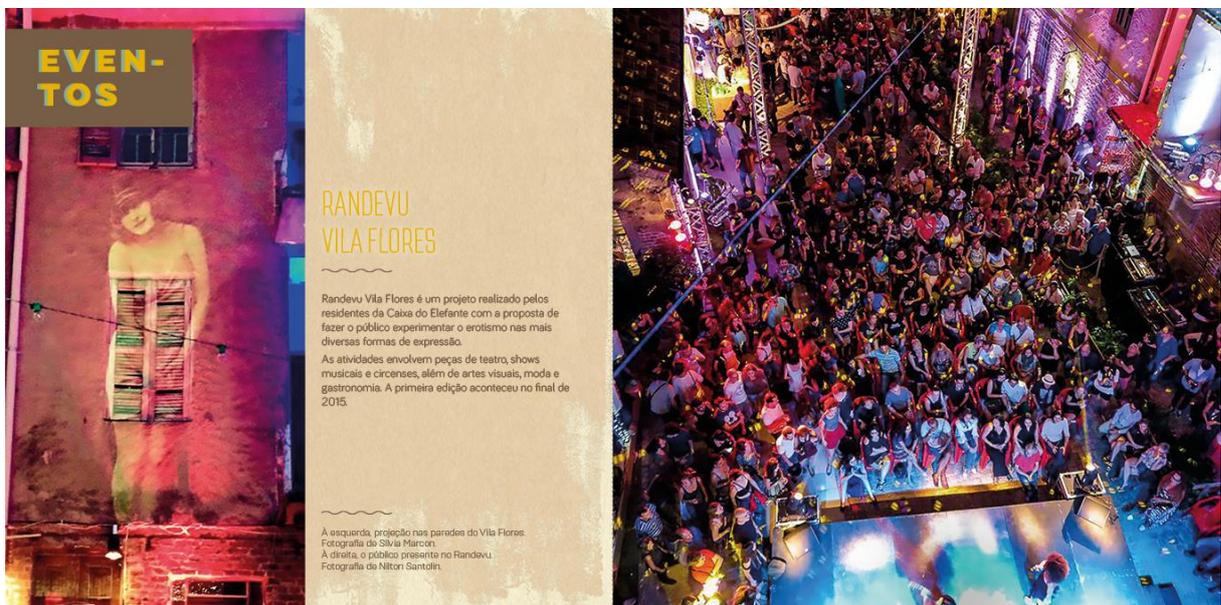
Fonte: Autora.

Figura 88: Eventos, páginas 42 e 43 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 89: Eventos, páginas 44 e 45 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 90: Eventos, páginas 46 e 47 do catálogo.



Fonte: Autora.

Figura 91: Eventos, páginas 48 e 49 do catálogo.



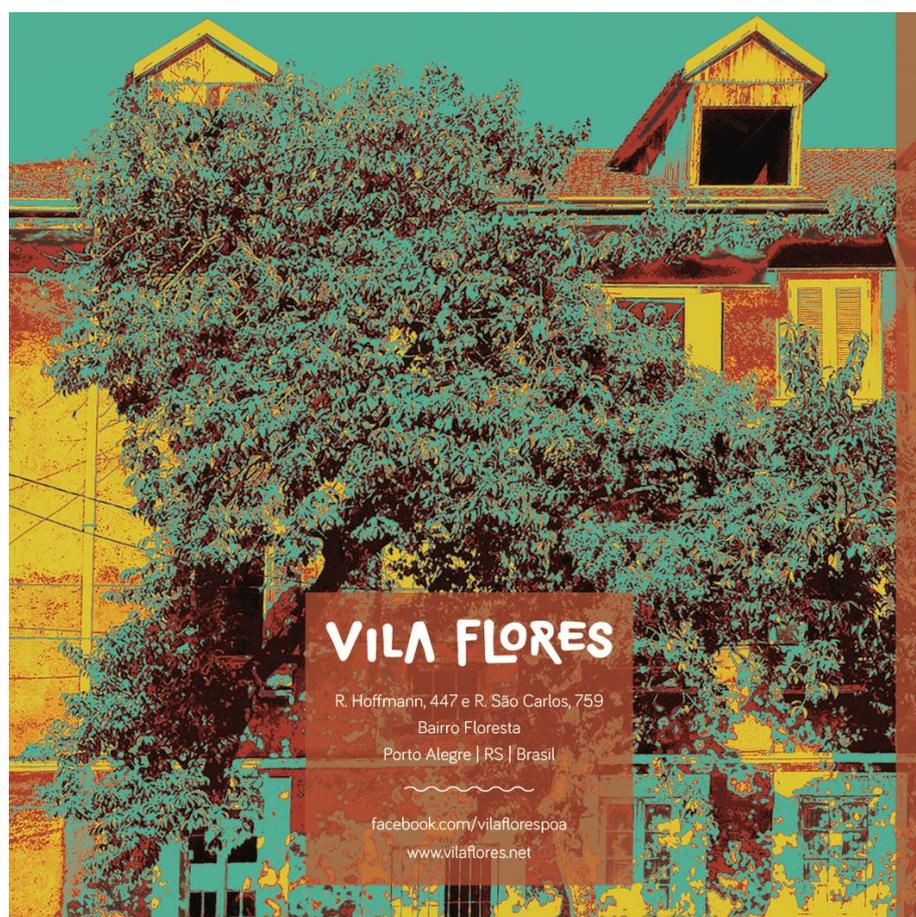
Fonte: Autora.

Figura 92: Créditos do Vila Flores, páginas 50 e 51 do catálogo.



Fonte: Autora.

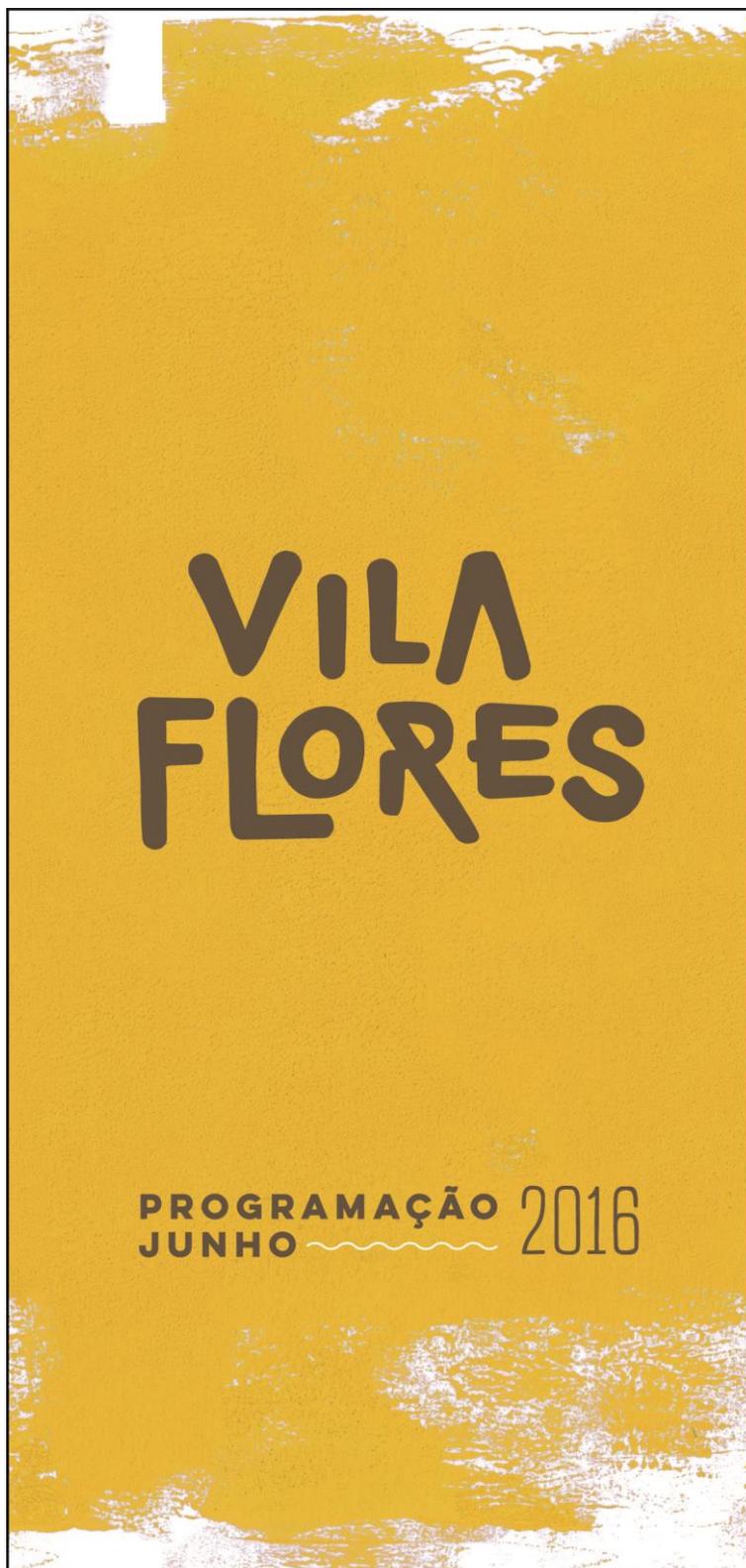
Figura 93: Contracapa do catálogo.



Fonte: Autora.

3.10.2 Folder

Figura 94: Capa do folder.



Fonte: Autora.

Figura 95: Contracapa do folder.



Fonte: Autora.

Figura 96: Primeira abertura do folder.

SEX 03 CINEMA
CINECLUBE AMEIXA

Sessão de cinema no Atelier do Coletivo Ameixa com 2 curtas do diretor pernambucano Kleber Mendonça Filho: Recife Frio e Eletrodoméstica. Após bate-papo e discussão.

📍 Atelier do Coletivo Ameixa ⌚ 19h30

SAB 04 OFICINA
APRENDER BRINCANDO: BOLHAS GIGANTES DE SABÃO

Organizado e coordenado pela GESTIN em parceria com a Associação Cultural Vila Flores, destina-se a crianças, jovens estudantes e demais interessados em aprender conceitos do cotidiano através de experimentos interativos.

📍 Pátio ⌚ 9h30 às 12h

SAB 04 EVENTO
3º GERAENCONTRO: ARTE E TRABALHO

A partir do desejo da criação de mais espaços de convívio e de trocas com a cidade, a GerAção POA - Oficina Saúde e Trabalho, construiu um momento para produzir encontros e promover expressão artística e cultural.

📍 Pátio e Galpão ⌚ 9h30 às 12h

SAB 04 OFICINA
GRUPO DE ESTUDOS: AUDIOVISUAL E ARTE CONTEMPORÂNEA

Ideias e conceitos que permeiam a produção contemporânea são estudados e apresentados a partir da exibição de obras de artistas contemporâneos brasileiros e obras emblemáticas. Promovido por Marcelo Gobatto do Coletivo Ameixa.

📍 Atelier do Coletivo Ameixa ⌚ 10h às 13h30

SAB 04 OFICINA
OFICINA DE SHIBARI COM JANTAR

Shibari - arte japonesa de amarrar. Temas como confiança e entrega, empatia e comunicação, a miríade de sensações entre aconchego e desconforto, o equilíbrio entre relaxamento e presença e, enfim, prazer e sintonia. Atividade promovida por Klara Lühmen e Debora Herjean.

📍 Ikebana Coworking e Café Minéraux ⌚ 15h às 22h

VILA FLORES



Fotografia: Fernando Banzi e Lauro Rocha

Situado na Rua São Carlos esquina com a Rua Hoffmann, no bairro Floresta, em Porto Alegre, o conjunto, construído entre os anos 1925 e 1928 pelo engenheiro-arquiteto José Franz Seraph Lutzenberger, é um complexo arquitetônico formado por 3 edificações e um pátio em um terreno de 1.415 m2. As edificações estão listadas no Inventário do Patrimônio Cultural de Bens Imóveis do Bairro Floresta, classificadas como imóveis de Estruturação e situadas em Área de Interesse Cultural de Porto Alegre.

Atualmente, o espaço abriga diversas funções: local para a realização de atividades socioculturais (coordenadas pela Associação Cultural Vila Flores), espaço de trabalho de artistas e empreendedores criativos (os residentes) e ambiente de aprendizado. O projeto arquitetônico, elaborado pela Goma Oficina, ainda prevê, futuramente, apartamentos para moradia temporária, loja, cafeteria e memorial.

Fonte: Autora.

Figura 97: Segunda abertura do folder.

<p>SAB 03 CINECLUBE AMEIXA</p> <p>Sessão de cinema no Atelier do Coletivo Ameixa com 2 curtas do diretor pernambucano Kleber Mendonça Filho: Recife Frio e Eletrodoméstica. Após bate-papo e discussão.</p> <p>Atelier do Coletivo Ameixa 19h30</p>	<p>DOM 05 FESTIVAL 1º FESTIVAL DA ZIS POA</p> <p>Networking, música ao vivo, atividades sustentáveis, bebidas e alimentação saudável - promovido pela Zona de Inovação Sustentável de Porto Alegre.</p> <p>Pátio 16h às 21h</p>	<p>SAB 18 PALESTRA JARDINS DIVERTIDOS</p> <p>Esta palestra dará início ao futuro curso Criando Jardins Divertidos, com o agrônomo paisagista e fotógrafo Paulo Backes que abordará assuntos como planejamento e preparo do solo, identificação de espécies e seus ambientes, plantio e cuidados finais, como podas e manutenções.</p> <p>Pátio 9h</p>									
<p>SAB 04 OFICINA APRENDER BRINCANDO: BOLHAS GIGANTES DE SABÃO</p> <p>Organizado e coordenado pela GESTIN em parceria com a Associação Cultural Vila Flores, destina-se a crianças, jovens estudantes e demais interessados em aprender conceitos do cotidiano através de experimentos interativos.</p> <p>Pátio 9h30 às 12h</p>	<p>TER 07 CURSO EDUCAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS: APRENDER COM AS DIFERENÇAS</p> <p>Atividade promovida por GESTIN, em parceria com a Associação Cultural Vila Flores, este curso destina-se a professores, gestores, acadêmicos e demais interessados em discutir a Educação em Direitos Humanos na perspectiva cultural, política, social e ética.</p> <p>Miolo 19h às 21h30</p>	<p>SAB 18 OFICINA OFICINA DE CALEIDOSCÓPIO</p> <p>A captura do instante e a beleza das coisas efêmeras! Atividade promovida por Luciane Delacroix do Ateliê Lírico.</p> <p>Miolo 15h</p>									
<p>SAB 04 EVENTO 3º GERAENCONTRO: ARTE E TRABALHO</p> <p>A partir do desejo da criação de mais espaços de convívio e de trocas com a cidade, a Geração POA - Oficina Saúde e Trabalho, construiu um momento para produzir encontros e promover expressão artística e cultural.</p> <p>Pátio e Galpão 9h30 às 12h</p>	<p>SAB 10 + SAB 11 CURSO IMERSÃO EM CURADORIA</p> <p>Imersão em três módulos organizado pela curadora e crítica de arte Gabriela Motta.</p> <p>Ikebana Coworking Sexta das 19h às 22h Sábado das 10h às 13h e 15h às 18h</p>	<p>SAB 25 FESTA ARRAIAL VILA FLORES</p> <p>Comidinhas e bebidas típicas, brincadeiras para todas as idades, música, exposição de Artes Visuais e claro, fogueiral!</p> <p>Pátio 14h às 22h</p>									
<p>SAB 04 OFICINA GRUPO DE ESTUDOS: AUDIOVISUAL E ARTE CONTEMPORÂNEA</p> <p>Ideias e conceitos que permeal a produção contemporânea são estudados e apresentados a partir da exibição de obras de artistas contemporâneos brasileiros e obras emblemáticas. Promovido por Marcelo Gobatto do Coletivo Ameixa.</p> <p>Atelier do Coletivo Ameixa 10h às 13h30</p>	<p>SEG 13 OFICINA PERCURSO DE ESTUDOS EM FILOSOFIA DA DIFERENÇA</p> <p>Atividade promovida pela psicoterapeuta Juliane Tagliani Faria, propõe auxiliar na composição de espaços de crítica, resistência e rachadura dos territórios da subjetividade contemporânea, do conhecimento e das micropolíticas.</p> <p>Ikebana Coworking 19h30</p>	<p>ATIVIDADES SEMANAIS</p> <table border="0"> <tr> <td>SEGUNDAS E QUARTAS</td> <td>KUNG FU João Bertancesso 18h às 19h30</td> <td>CAPOEIRA Jônatas da Costa 19h30 às 21h</td> </tr> <tr> <td>TERÇAS</td> <td colspan="2">CONVEXO LAB Escola Convexo 14h às 17h</td> </tr> <tr> <td>TERÇAS E QUINTAS</td> <td colspan="2">YOGA Renata de Aguiar 18h30 às 19h45</td> </tr> </table>	SEGUNDAS E QUARTAS	KUNG FU João Bertancesso 18h às 19h30	CAPOEIRA Jônatas da Costa 19h30 às 21h	TERÇAS	CONVEXO LAB Escola Convexo 14h às 17h		TERÇAS E QUINTAS	YOGA Renata de Aguiar 18h30 às 19h45	
SEGUNDAS E QUARTAS	KUNG FU João Bertancesso 18h às 19h30	CAPOEIRA Jônatas da Costa 19h30 às 21h									
TERÇAS	CONVEXO LAB Escola Convexo 14h às 17h										
TERÇAS E QUINTAS	YOGA Renata de Aguiar 18h30 às 19h45										
<p>SAB 04 OFICINA OFICINA DE SHIBARI COM JANTAR</p> <p>Shibari - arte japonesa de amarrar. Temas como confiança e entrega, empatia e comunicação, a miríade de sensações entre aconchego e desconforto, o equilíbrio entre relaxamento e presença e, enfim, prazer e sintonia. Atividade promovida por Klara Luhmen e Debora Herjean.</p> <p>Ikebana Coworking e Café Minéraux 15h às 22h</p>	<p>SEX 17 OFICINA WORKSHOP FOTOGRAFIA DE MODA MÓDULO 1: EDITORIAL</p> <p>Workshop com foco no Editorial de Moda, ferramenta vital no portfólio de todo fotógrafo, produtor, styling, maquiador, estilista e estudante. Promovido por Diego Schimidt Jr. e Lu Trenta.</p> <p>Miolo 9h às 18h</p>	<p>NO VERSO: obra de Marcelo Monteiro, residente do Estúdio Híbrido.</p>									

Fonte: Autora.

Figura 98: Frente do folder no formato aberto.

PROGRAMAÇÃO 2016

VILA FLORES

Aberto à visitação todas as terças
das 14h às 19h e nos dias de eventos.

R. Hoffmann, 447 e R. São Carlos, 759
Barro Floresta | RS | Brasil
Porto Alegre | RS | Brasil
facebook.com/vilaflorespa
www.vilaflores.net



LOCALIZAÇÃO

VILA FLORES

Atualmente, o espaço abriga diversas funções: local para a realização de atividades socioculturais (coordenadas pela Associação Cultural Vila Flores), espaço de trabalho de artistas e empreendedores criativos (os residentes) e ambiente de aprendizado. O projeto arquitetônico, elaborado pela Gomda Onçena, ainda prevê, futuramente, apartamentos para moradia temporária, loja, cafeteria e memorial.

Situado na Rua São Carlos esquina com a Rua Hoffmann, no bairro Floresta, em Porto Alegre, o conjunto, construído entre os anos 1925 e 1928 pelo engenheiro-arquiteto José Franz Seraph Lutzenberger, é um complexo arquitetônico formado por 3 edificações e um pátio em um terreno de 1415 m². As edificações estão listadas no Inventário do Patrimônio Cultural de Bens Imóveis do Barro Floresta, classificadas como Imóveis de Estruturação e Sitadas em Área de Interesse Cultural de Porto Alegre.



Fotografia: Fernando Banzil e Laurio Rocha

VILA FLORES

03 CINEMA
CINECLUBE AMEIXA

Sessão de cinema no Atelier do Coletivo Ameixa com 2 curtas do diretor pernambucano Kleber Mendonça Filho: Recife Frio e Eletrodoméstica. Após bate-papo e discussão.

Atelier do Coletivo Ameixa 19h30

04 OFICINA
APRENDER BRINCANDO: BOLHAS GIGANTES DE SABÃO

Organizado e coordenado pela GESTIN em parceria com a Associação Cultural Vila Flores, destina-se a crianças, jovens estudantes e demais interessados em aprender conceitos do cotidiano através de experimentos interativos.

Pátio 9h30 às 12h

04 EVENTO
3º GERAENCONTRO: ARTE E TRABALHO

A partir do desejo da criação de mais espaços de convívio e de trocas com a cidade, a GerAção POA - Oficina Saúde e Trabalho, construiu um momento para produzir encontros e promover expressão artística e cultural.

Pátio e Galpão 9h30 às 12h

04 OFICINA
GRUPO DE ESTUDOS: AUDIOVISUAL E ARTE CONTEMPORÂNEA

Ideias e conceitos que permeiam a produção contemporânea são estudados e apresentados a partir da exibição de obras de artistas contemporâneos brasileiros e obras emblemáticas. Promovido por Marcelo Gobatto do Coletivo Ameixa.

Atelier do Coletivo Ameixa 10h às 13h30

04 OFICINA
OFICINA DE SHIBARI COM JANTAR

Shibari - arte japonesa de amarrar. Temas como confiança e entrega, empatia e comunicação, a miríade de sensações entre aconchego e desconforto, o equilíbrio entre relaxamento e presença e, enfim, prazer e sintonia. Atividade promovida por Klara Luhmen e Debora Herjean.

Ikebana Coworking e Café Minéreaux 15h às 22h

05 FESTIVAL
1º FESTIVAL DA ZIS POA

Networking, música ao vivo, atividades sustentáveis, bebidas e alimentação saudável - promovido pela Zona de Inovação Sustentável de Porto Alegre.

Pátio 16h às 21h

07 CURSO
EDUCAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS: APRENDER COM AS DIFERENÇAS

Atividade promovida por GESTIN, em parceria com a Associação Cultural Vila Flores, este curso destina-se a professores, gestores, acadêmicos e demais interessados em discutir a Educação em Direitos Humanos na perspectiva cultural, política, social e ética.

Miolo 19h às 21h30

10 CURSO
IMERSÃO EM CURADORIA

Imersão em três módulos organizado pela curadora e crítica de arte Gabriela Motta.

Ikebana Coworking Sexta das 19h às 22h
Sábado das 10h às 13h e 15h às 18h

13 OFICINA
PERCURSO DE ESTUDOS EM FILOSOFIA DA DIFERENÇA

Atividade promovida pela psicoterapeuta Juliane tagliani Faria, propõe auxiliar na composição de espaços de crítica, resistência e rachadura dos territórios da subjetividade contemporânea, do conhecimento e das micropolíticas.

Ikebana Coworking 19h30

17 OFICINA
WORKSHOP FOTOGRAFIA DE MODA MÓDULO 1: EDITORIAL

Workshop com foco no Editorial de Moda, ferramenta vital no portfólio de todo fotógrafo, produtor, styling, maquiador, estilista e estudante. Promovido por Diego Schimidt Jr. e Lu Trento.

Miolo 9h às 18h

18 PALESTRA
JARDINS DIVERTIDOS

Esta palestra dará início ao futuro curso Criando Jardins Divertidos, com o agrônomo paisagista e fotógrafo Paulo Backes que abordará assuntos como planejamento e preparo do solo, identificação de espécies e seus ambientes, plantio e cuidados finais, como podas e manutenções.

Pátio 9h

18 OFICINA
OFICINA DE CALEIDOSCÓPIO

A captura do instante e a beleza das coisas efêmeras! Atividade promovida por Luciane Delacroix do Ateliê Lírico.

Miolo 15h

25 FESTA
ARRAIAL VILA FLORES

Comidinhas e bebidas típicas, brincadeiras para todas as idades, música, exposição de Artes Visuais e claro, fogueiral!

Pátio 14h às 22h

ATIVIDADES SEMANAIS

SEGUNDAS E QUARTAS	KUNG FU João Bertoncello 18h às 19h30	CAPOEIRA Jônatas da Costa 19h30 às 21h
TERÇAS	CONVEVO LAB Escola Convexo 14h às 17h	
TERÇAS E QUINTAS	YOGA Renata de Aguiar 18h30 às 19h45	

NO VERSO: obra de Marcelo Monteiro, residente do Estúdio Híbrido.

Fonte: Autora.

Figura 99: Verso do folder no formato aberto. Ilustração: Marcelo Monteiro, residente do Vila Flores.



Fonte: Autora.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ideia do trabalho surgiu quando se reparou que Porto Alegre possuía vários centros culturais e que mesmo assim não tínhamos nenhum material gráfico impresso de referência. Diante da hegemonia da mídia digital, houve um abandono desse tipo de material na cidade. O trabalho buscou, assim, demonstrar a importância do material gráfico impresso para divulgação e documentação de espaços culturais da cidade.

A escolha do espaço para o trabalho, o Vila Flores, foi ideal e motivadora para o projeto, já que o espaço, apesar de estar localizado em um complexo histórico, é relativamente recente e há nele a necessidade de criação tanto de materiais de divulgação quanto de documentação. Além disso, o entusiasmo com o projeto e a disponibilidade dos responsáveis do Vila Flores fez com que o trabalho fosse desenvolvido com mais facilidade. A participação e a colaboração dos responsáveis foi vital para a conclusão deste projeto.

Outro fator determinante para um bom desenvolvimento de projeto foi a pesquisa bibliográfica. A partir dela pode-se encontrar vários facilitadores para o trabalho, identificando possibilidades de criação e referências gráficas.

O catálogo e o folder conseguiram ser desenvolvidos de acordo com a temática proposta, criando um material atrativo para o espaço. O resultado que se obteve reflete os conceitos previamente estabelecidos, o que é transparecido através dos elementos gráficos utilizados. Acredita-se, dessa forma, que o projeto tenha atingido os seus objetivos iniciais e demonstrado a relevância do material gráfico impresso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Fundamentos de design criativo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Formato**. Barcelona: Parramón, 2004.
- ARCHER, L. Bruce. **Systematic Method for Designers**. Design Magazine, 1963 - 1964 em DUBBERLY, Hugh. How do you design? A compendium of Models. São Francisco: Dubberly Design Office, 2004.
- FUENTES. Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Editora Rosari, 2006.
- FUNK, Suzana; SANTOS, Ana Paula dos. **A importância da tipografia na história e na comunicação** em Actas de Diseño, v. 5, p. 125-135, 2008
- LIPTON, R. (2007). **The Practical Guide to Information Design**. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc
- LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos Fundamentos do Design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- PETTERSSON, Rune. **Information Design. An introduction**. Philadelphia, USA: John Benjamins Publishing Company, 2002.
- PORTAL VITRUVIUS. Vila Flores. Um processo arquitetônico: ressignificação, coletividade e aprendizado. **Projetos**, São Paulo, ano 16, n. 184.01, Vitruvius, abr. 2016. <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/projetos/16.184/6015>.
- SCARIOT, Cristiele; SCHLEMMER, André. **Sobre a objetividade prática do Design da informação** in Anais do 2º Gampi Plural, Edição 2012.
- VILLAS-BOAS, André. **Produção Gráfica para Designers**. Teresópolis: 2AB, 2010.
- VOLLAIRE, Louis. **Le design d'information** em Communication et langages, nº112, 1997. pp. 35-50.

Apêndice 1

Pesquisa virtual com usuários



Visita a Centros Culturais e Artísticos em Porto Alegre

Pesquisa realizada para o Trabalho de Conclusão de Curso I em Design Visual.

***Obrigatório**

Você costuma visitar centros culturais e artísticos na cidade de Porto Alegre? *
Incluindo museus, espaços artísticos, galerias e centros culturais em geral

Sim

Não

Quais?
Cite os que vêm à sua cabeça.

Sua resposta _____

Como você descobre esse locais e seus eventos?

Convite de amigos.

Eventos no facebook.

Procuo informações em sites.

Folders, cartazes de divulgação.

Participo da organização/tenho contato com organizadores.

Outro: _____