

ANA FILIPA DE ARAÚJO CRISTINA

prática de
projecto
integrada
em
estúdio
de design

2009/2010

MESTRADO EM DESIGN,
COMUNICAÇÃO E MULTIMÉDIA



ESAD
ESCOLA SUPERIOR
DE ARTES E DESIGN
MATOSINHOS

ANA FILIPA DE ARAÚJO CRISTINA

ESAD - MATOSINHOS

**PRÁTICA DE PROJECTO
INTEGRADA EM
ESTÚDIO DE DESIGN**

MESTRADO EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO E MULTIMÉDIA
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E DESIGN, MATOSINHOS

ORIENTADORA MARGARIDA AZEVEDO
CO-ORIENTADORA CRISTINA GUTIERREZ

2009/2010

**PRÁTICA DE PROJECTO
INTEGRADA EM
ESTÚDIO DE DESIGN**

MESTRADO EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO E MULTIMÉDIA
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E DESIGN, MATOSINHOS

ORIENTADORA MARGARIDA AZEVEDO
CO-ORIENTADORA CRISTINA GUTIERREZ

AGRADECIMENTOS

A realização deste documento coloca-nos perante o reconhecimento de que alguém veio em nosso auxílio, cuja generosidade suscita o aprazimento pelos demais. Confronta-nos a consciência de que o percurso jamais poderia ter sido desenvolvido sozinho. Tenho, por isso, como dever fazer uma série de agradecimentos.

O meu primeiro agradecimento vai para a Professora Margarida Azevedo cujos conhecimentos aliados ao seu rigor, atenção e amizade foram decisivos para o desenvolvimento deste Relatório. Agradeço à Escola Superior de Artes e Design e aos devidos docentes que me proporcionaram uma formação de excelência. Agradeço aos meus pais que investiram nessa formação. Uma palavra de gratidão à Professora Maria da Luz pela sua disponibilidade e conhecimento partilhado. Aos meus colegas e em particular ao Nuno Ramalhão, pelo apoio incondicional manifestado, assim como à Ana Filipa Dias, Joana Santos e Inês Torres pela preocupação e amizade reveladas. E aos demais amigos e familiares que não estando citados, de uma forma ou de outra sempre me estimularam.

resumo

palavras-chave

PALAVRAS-CHAVE

DESIGN GRÁFICO, IDENTIDADE,
EMBALAGEM, EDITORIAL,
TIPOGRAFIA, TIPOGRAFIA
EXPERIMENTAL

A realização do Relatório de Estágio, inserido no plano de Mestrado em Design de Comunicação e Multimédia da Escola Superior de Artes e Design – Matosinhos (ESAD – Matosinhos), tem por base a descrição dos acontecimentos e actividade profissional desenvolvida durante o período de Estágio em colaboração com o Estúdio Gutierrez y Ortega sediado em Valência – Espanha, assim como a actividade projectual realizada pela frequência de unidades curriculares (UCs) na Escola d'Art i Superior de Disseny de València (EASD – València), que garantiu a creditação necessária para a execução do grau de Mestre. Este documento pretende ser detalhado, garantindo um entendimento dos projectos em que estive envolvida no decorrer do estágio, elaborando uma análise crítica face ao mesmo.

No processo vão ser apresentados projectos compreendidos nos núcleos criativos de Design Gráfico, Editorial, Tipografia, Poster, Identidade Corporativa, Web e Embalagem. O Estágio teve como objectivo implementar a prática projectual e a aplicação dos conhecimentos teóricos envolventes a essa prática a situações de ambiente real de projecto em contexto empresarial. Neste sentido, possibilitou também adquirir experiência organizacional e profissional, tendo a oportunidade de fazê-lo numa realidade cultural diferente que permitiu o contacto e assimilação de uma nova cultura de projecto.

abstract

key words

KEY WORDS

GRAPHIC DESIGN, IDENTITY,
PACKAGING, EDITORIAL,
TIPOGRAPHY, EXPERIMENTAL
TIPOGRAPHY

The accomplishment of the Internship Report, incorporated in the plan of Communication Design and Multimedia Master, Escola Superior de Artes e Design – Matosinhos (ESAD – Matosinhos), is based on the description of events and work performed during the probationary period in collaboration with the Studio Gutierrez y Ortega, headquartered in Valencia – Spain, as well as the project activities performed by the attendance of curricular units (CUs) at Escola d'Art i Superior de Disseny de València (EASD – València), which granted the accreditation required for the implementation of Master degree. This document is intended to be detailed ensuring an understanding of the projects I was involved in during the Internship, elaborating a critical analysis of the same.

In the process will be presented projects involving creative themes, such as Graphic Design, Editorial, Printing, Poster, Corporate Identity, Web Design and Packaging. The Internship aimed at implementing the project practice and application of theoretical knowledge linked to situations of real project environment in a business context. It also allowed the acquisition of professional and organizational experience, having the opportunity to do so in a different cultural reality which allowed the contact and assimilation of a new culture of project.

resumen

palabras clave

PALABRAS CLAVE

DISEÑO GRÁFICO, IDENTIDAD,
ENVASE, EDITORIAL, TIPOGRAFÍA,
TIPOGRAFÍA EXPERIMENTAL

La realización del Informe de Prácticas, insertado en el plan de estudios de Maestría en Diseño de Comunicación y Multimedia, Escola Superior de Artes e Design – Matosinhos (ESAD – Matosinhos), tiene por base la descripción de los acontecimientos y actividad profesional desarrollada durante el periodo de prácticas en colaboración con el Estudio Gutierrez y Ortega ubicado en Valencia - España, así como la actividad proyectual realizada por la asistencia a asignaturas en la Escuela d'Art i Superior de Disseny de València (EASD – València), que garantizó la acreditación necesaria para la ejecución del grado de Mestre. Este documento pretende ser detallado, garantizando la comprensión de los proyectos en que estuve involucrada durante las Prácticas, elaborando un análisis crítica sobre las mismas.

En el proceso van a ser presentados proyectos comprendidos en los núcleos creativos de Diseño Gráfico, Editorial, Tipografía, Cartel, Identidad Corporativa, Web Diseño y Envase. Las Prácticas tuvieron como objetivo implementar la actividad proyectual y la aplicación de los conocimientos teóricos de esa actividad conectados a situaciones de ambiente real de proyecto en contexto empresarial. De esta forma, posibilitaron también la adquisición de experiencia organizacional y profesional, teniendo la oportunidad de hacerlo en una realidad cultural diferente que permitió el contacto y asimilación de una nueva cultura de proyecto.

índice

PÁGINA 16	INTRODUÇÃO, ENQUADRAMENTO DO ESTÁGIO	
	CAPÍTULO I	20
PÁGINA 21	GUTIERREZ Y ORTEGA, ESTÚDIO DE DESIGN	
	PROJECTO CARSI	30
	PROJECTO OASIS, TERMIGO	34
	PROJECTO UBITECH	36
	PROJECTOS SAZONAI	37
	PROJECTO GUTIERREZ Y ORTEGA	38
	OUTROS PROJECTOS	41
PÁGINA 44	EL GRANO GEOMÉTRICO, PARTICIPAÇÃO EM CONCURSO	
PÁGINA 51	ESCUELA DE ARTE Y SUPERIOR DE DISEÑO DE VALENCIA	
	TIPOGRAFÍA Y MAQUETACIÓN	59
	ETIQUETA CLÁSICA DE VINO	60
	TIPOGRAFÍA GESTUAL	64
	TIPO LIJADORA	66
	VPOR2 & ÍPSILON	68
	LA LETRA DIBUJADA	74
	TALLER DE PUBLICACIÓN PERIODICA IMPRESA	77
	PINWENOS	78
	CAPÍTULO II	82
PÁGINA 83	PROJECTOS, PROYECTOS	
PÁGINA 182	CONCLUSÃO	
PÁGINA 188	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	

introdução enquadramento do estágio

O PRESENTE ESTÁGIO, INTEGRADO NO ÂMBITO DO PLANO DE ESTUDOS DO MESTRADO EM DESIGN DO NÚCLEO DE ESPECIALIZAÇÃO COMUNICAÇÃO E MULTIMÉDIA DA ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E DESIGN – MATOSINHOS, TEVE COMO PRINCIPAL PROPÓSITO IMPLEMENTAR O PROJECTO INDIVIDUAL DE FORMAÇÃO NAS ÁREAS DE DESIGN GRÁFICO, EDITORIAL, TIPOGRAFIA, CARTAZ, IDENTIDADE CORPORATIVA, WEB DESIGN E EMBALAGEM.

ESTE CICLO DE ESTUDOS FOI REALIZADO NA ÍNTEGRA NA CIDADE DE VALÊNCIA (ES), ATRAVÉS DE ACORDOS BILATERAIS, MANTENDO UMA LIGAÇÃO CONSTANTE E ACTIVA ENTRE AMBAS AS PARTES: A ESAD – MATOSINHOS E AS ENTIDADES DE ACOLHIMENTO. O MESTRADO EM DESIGN DA ESAD – MATOSINHOS ESTÁ ESTRUTURADO EM DOIS ANOS (120 ECTS). O 4º ANO DO CURSO DE LICENCIATURA, REALIZADO NA MESMA INSTITUIÇÃO, POSSIBILITOU A CREDITAÇÃO DE 54 ECTS DO 1º ANO DO CURSO DE MESTRADO. DE MODO A REUNIR OS RESTANTES 66 ECTS DO PLANO DE ESTUDOS CONDUCENTE AO GRAU DE MESTRE, O PROCESSO FOI INSTITUÍDO EM DUAS ETAPAS DE FORMAÇÃO: UM ESTÁGIO, QUE CONTEMPLADO NA UC DE PROJECTO/ RELATÓRIO DE ESTÁGIO/ DISSERTAÇÃO, SE CONCRETIZOU EM AMBIENTE LABORAL - COM INÍCIO A 6 DE NOVEMBRO DE 2009 E TERMINO A 5 DE FEVEREIRO DE 2010, COM A CARGA HORÁRIA DE 30 HORAS SEMANAIS (NUM TOTAL DE 414 HORAS) - E QUE APÓS A REALIZAÇÃO DA PROVA FINAL (DEFESA E DISCUSSÃO DO RELATÓRIO DE ESTÁGIO) PERMITIRÁ OBTENÇÃO DOS SEUS 48 ECTS; E A FREQUÊNCIA DE AULAS NA ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY DE VALÈNCIA - ENTRE 4 DE JANEIRO E 23 DE JUNHO DE 2010, COM A CARGA HORÁRIA DE 12 HORAS SEMANAIS - QUE POR PERFAZEREM 19,5 ECTS, PERMITIRAM A CREDITAÇÃO DOS 18 ECTS CURRICULARES NECESSÁRIOS À CONCRETIZAÇÃO DO REFERIDO PLANO DE ESTUDOS.

ESTE ESTÁGIO TEVE POR OBJECTIVO PROPICIAR A PRÁTICA PROJECTUAL, EM CONTEXTO EMPRESARIAL, E APLICAR OS CONTEÚDOS TEÓRICOS E TEÓRICO-PRÁTICOS ADQUIRIDOS NO CURSO DE DESIGN DE COMUNICAÇÃO DA ESAD – MATOSINHOS, TORNANDO POSSÍVEL A APROXIMAÇÃO À REALIDADE DOS AMBIENTES E ORGANIZAÇÕES, E PERMITIR A INTEGRAÇÃO NAS ESTRATÉGIAS E NA ESTRUTURA EMPRESARIAL.

EM ORDEM A RESPONDER CLARAMENTE ÀS MAIS ALTAS EXIGÊNCIAS DESTA MOBILIDADE E A GARANTIR UMA FORMAÇÃO DE EXCELÊNCIA, A ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY DE VALÈNCIA MEDIADA PELA ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E DESIGN – MATOSINHOS, PROCEDEU A UMA SELECÇÃO CRITERIOSA DE EMPRESAS PARA A REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO. FOI SELECIONADA A EMPRESA GUTIERREZ Y ORTEGA – ESTÚDIO DE DESIGN GRÁFICO E INDUSTRIAL, SEDIADA EM VALÈNCIA. PARA A

CORRECTA INTEGRAÇÃO NO CONTEXTO FÍSICO E CONCEPTUAL DO ESTÚDIO E DE MODO A OPTIMIZAR E TORNAR EFECTIVO O TRABALHO REALIZADO, FORAM DEFINIDOS DIVERSOS MOMENTOS DE ACTUAÇÃO: NUM PRIMEIRO MOMENTO PROMOVEU-SE O RECONHECIMENTO E ADAPTAÇÃO À ESTRUTURA DA EMPRESA PARA MELHOR COMPREENDER NA SUA GLOBALIDADE AS REALIDADES FÍSICAS, HUMANAS E OPERATIVAS PRESENTES; POSTERIORMENTE CONTACTOU-SE COM O SISTEMA DE ORGANIZAÇÃO DA EMPRESA DE MODO A COMPREENDER O FUNCIONAMENTO E GESTÃO DOS RECURSOS; DE SEGUIDA ESTABELECEM-SE RELAÇÕES MAIS ESTREITAS; NUM ÚLTIMO MOMENTO INCORPORAM-SE PROCEDIMENTOS PARA OPERAR COM OS INTERFACES INTERNOS E EXTERNOS DA EMPRESA. ESTE CONTACTO COM A ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO, ASSIM COMO COM OS PROCEDIMENTOS E EQUIPAMENTOS DA EMPRESA TEVE COMO FINALIDADE GARANTIR UMA FORMAÇÃO ESPECIALIZADA E PROFISSIONALIZANTE QUE CONSTITUIU UMA IMPORTANTE FERRAMENTA NO CONTEXTO FORMATIVO E PERFIL PROFISSIONAL.

O ESTÁGIO FOI COMPLEMENTADO COM A FREQUÊNCIA DAS AULAS DE TIPOGRAFÍA APLICADA Y MAQUETACIÓN, TALLER DE TIPOGRAFÍA GESTUAL E TALLER DE PUBLICACIÓN PERIÓDICA IMPRESA NA EASD – VALÈNCIA. O CONTEÚDO DE TAIS DISCIPLINAS GARANTIU A CONTINUIDADE DO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO E DA PRÁTICA PROJECTUAL DO ESTÁGIO, POSSIBILITANDO IGUALMENTE A REALIZAÇÃO DE UM PERCURSO FORMATIVO DINÂMICO.

REALIZADO FORA DA ZONA DE CONFORTO, PORTUGAL, O ESTÁGIO PERMITIU APREENDER E CONTACTAR COM NOVOS AMBIENTES E CULTURAS ORGANIZACIONAIS POTENCIANDO A FORMAÇÃO PARA CONTEXTOS MAIS GLOBAIS. O CONTACTO COM UMA NOVA REALIDADE CULTURAL E A APROPRIAÇÃO DE UMA CULTURA DE PROJECTO DISTINTA (SINGULARIDADE DA CULTURA VALENCIANA COM TODAS AS SUAS IDIOSSINCRASIAS) ORIENTARAM O PERCURSO IMPLÍCITO NUMA NOVA ABORDAGEM PROJECTUAL AQUANDO DA CONCEPÇÃO DE PRODUTOS GRÁFICOS, MARCAS OU CONCEITOS.





CAPÍTULO I

gutierrez y ortega estúdio de design



GUTIERREZ Y ORTEGA É UM ESTÚDIO DE DESIGN GRÁFICO E INDUSTRIAL SE-
DIADO EM VALÊNCIA (ES), DIRIGIDO PELOS DESIGNERS CRISTINA GUTIERREZ
E RAFA ORTEGA. ORGANIZADO SEGUNDO A FORMAÇÃO ESPECÍFICA DE CADA
UM DOS SÓCIOS (DESIGN DE COMUNICAÇÃO E DESIGN INDUSTRIAL RESPECTI-
VAMENTE), O ESTÚDIO CONTA TAMBÉM COM A COLABORAÇÃO DE MAIS DOIS
DESIGNERS, CADA UM VINCULADO À SUA ÁREA DE ACTUAÇÃO.

OS DESIGNERS CRISTINA GUTIERREZ E RAFA ORTEGA MAN-
TÊM, DESDE 1994, UM PROJECTO CONTINUADO DE INVESTIGAÇÃO, ACOM-
PANHAMENTO E CONTROLO DE TODAS AS FASES DO PROCESSO CRIATIVO E
DE PRODUÇÃO. A ACTIVIDADE DA EMPRESA ESTÁ CENTRADA NO DESIGN DE
COMUNICAÇÃO, EM PROJECTOS DE IDENTIDADE CORPORATIVA, EDITORIAL,
EMBALAGEM, SISTEMAS EXPOSITIVOS E WEB DESIGN; ASSIM COMO NA ÁREA
DO DESIGN INDUSTRIAL COM PROJECTOS DE MOBILIÁRIO E ILUMINAÇÃO,
EM ARTICULAÇÃO COM A INDÚSTRIA LOCAL; PONTUALMENTE O ESTÚDIO
REALIZA TAMBÉM PROJECTOS DE DESIGN DE INTERIORES COM A MODELA-
ÇÃO DE ESPAÇOS ARQUITECTÓNICOS. A MATUREZA DAS COMPETÊNCIAS
NECESSÁRIAS A ESTAS PRÁTICAS PROJECTUAIS COM EXPERIÊNCIAS RELE-
VANTES E CONSOLIDADAS E O SEU RECONHECIMENTO PELA COMUNIDADE
PERMITIU, EM 1997, SEREM SELECIONADOS PARA REPRESENTAR VALÊN-
CIA NA BIENAL DE JOVENS ARTISTAS DA EUROPA MEDITERRÂNICA, REA-
LIZADA EM TURÍN.

GUTIERREZ Y ORTEGA PROJECTA PARA EMPRESAS DE MOBI-
LIÁRIO (DO+CE, OFIFRAN, JMM, DILEOFFICE, ALBAMOBEL, ETC), DE ILUMI-
NAÇÃO (AZUL ILUMINACIÓN, SWAROVSKI), DE CLIMATIZAÇÃO (TERMIGO)
E DE CONSTRUÇÃO DE STANDS (ÓPTIMA DISPLAY). EM SIMULTÂNEO, INTE-
GRA A SUA COMPONENTE GRÁFICA NA CRIAÇÃO DA IMAGEM DE ALGUMAS
DESSAS EMPRESAS OU PRODUTOS E DESENVOLVE TODOS OS ELEMENTOS DE
COMUNICAÇÃO NECESSÁRIOS. NO DOMÍNIO ESTRITO DA COMUNICAÇÃO
VISUAL, GUTIERREZ Y ORTEGA TEM VINDO A CONCRETIZAR CATÁLOGOS,
FOLHETOS, CALENDÁRIOS, IDENTIDADES CORPORATIVAS, EMBALAGENS,

ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS E WEB PAGES PARA INSTITUTOS MÉDICOS (AUDAZ, VERICAT), JOALHARIAS (HIKONE DIAMANTS), EMPRESAS DE ENERGIAS RENOVÁVEIS (ÍMERGE SOLAR), DE RESTAURAÇÃO (CULMEN), DE CONSTRUÇÃO CIVIL (INSERMAN) E TÊXTEIS (PELIKANO, RAPIFE), ENTRE OUTROS SECTORES DE ACTIVIDADE. GUTIERREZ Y ORTEGA EXPLORA UMA LINGUAGEM FUNCIONAL CONTEMPORÂNEA NO SENTIDO DE TRADUZIR FORMALMENTE A QUALIDADE DO PROJECTO NA SUA RELAÇÃO COM AS NECESSIDADES ESPECÍFICAS DOS CLIENTES.

A DIRECTORA ARTÍSTICA DO DEPARTAMENTO GRÁFICO E CO-ORIENTADORA DESTE ESTÁGIO, DESIGNER CRISTINA GUTIERREZ, DEFINE AS DIRECTRIZES GERAIS DE ACTUAÇÃO PARA CADA SITUAÇÃO GRÁFICA APRESENTADA AO ESTÚDIO, EM FUNÇÃO DOS BRIEFINGS E DAS REUNIÕES REALIZADAS COM OS CLIENTES. APÓS OS CONTACTOS PRÉVIOS, CRISTINA GUTIERREZ CARACTERIZA AS GUIAS ESTRUTURANTES DO PROJECTO, ORIENTANDO E EFECTIVANDO O SEU PLANEAMENTO. PROMOVE, AINDA, REFLEXÕES INTERNAS COM TODOS OS MEMBROS DO ESTÚDIO, DE ACORDO COM A NATUREZA DE CADA PROJECTO, DE FORMA A DINAMIZAR O PROJECTO E PROPORCIONAR O SEU DESENVOLVIMENTO INTERDISCIPLINAR E DINÂMICO NUM AMBIENTE CRÍTICO E DE REFLEXÃO.

O DESIGNER INDUSTRIAL RAFA ORTEGA, DIRIGE A OFICINA TÉCNICA DO ESTÚDIO, E É RESPONSÁVEL PELA CONCEPTUALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DOS PROJECTOS DESDE A SUA GÉNESE: DA CONCEPÇÃO À VISUALIZAÇÃO (ATRAVÉS DE RENDERS, MAQUETES E PLANOS CONSTRUTIVOS) E DA SUPERVISÃO DO PROTÓTIPO AO ACOMPANHAMENTO DA PRODUÇÃO.

HALL DE ENTRADA E SALA DE REUNIÕES FIG2
SALA DE TRABALHO FIG3

PÁGINA AO LADO
MESA DE TRABALHO FIG4
2º ANDAR, BIBLIOTECA E ESPAÇO DE PESQUISA FIG5



projecto carsí

PROJECTO CARSÍ

CARSÍ EMPRESA DE INSTRUMENTOS MÉDICOS CIRÚRGICOS

BRIEFING INTEGRAÇÃO E ADAPTAÇÃO DOS ELEMENTOS CONSTITUINTES DA IDENTIDADE DA EMPRESA CARSÍ A UM CONJUNTO DE SUPORTES DIVERSOS E POSTERIOR PREPARAÇÃO DA ARTE FINAL

Carsí é uma empresa de instrumentos médicos cirúrgicos, distribuidora de produtos de marcas reconhecidas internacionalmente, com a qual o Estúdio teve a oportunidade de contactar pela primeira vez.

No período de integração no Estúdio, compreendido pela adaptação à estrutura e funcionamento da organização, bem como pela assimilação da sua cultura de projecto, tive a oportunidade de acompanhar a fase final de desenvolvimento do projecto de representação gráfica da identidade corporativa da empresa Carsí e de compreender os conceitos que nortearam este projecto.

A identidade visual da Carsí de autoria da directora artística, Cristina Gutierrez, baseou-se na definição de um conceito adequado à representação da marca, catalisando a “personalidade” da empresa numa imagem, num símbolo.

Com o objectivo de desenvolver o grafismo adequado à imagem corporativa da empresa Carsí foi analisada: a estrutura da organização e o seu modus operandis; o conjunto de características assumidas como próprias pela empresa; a actividade regular e o permanente diálogo com os seus interlocutores que geram formas de auto representação. A imagem corporativa, segundo Chaves¹ (1988, p. 20) aparece como o registo público dos atributos identificadores do sujeito social. É a leitura pública de uma organização, a interpretação que a sociedade ou cada um dos seus grupos, sectores ou colectivos, tem ou constrói de modo intencional ou espontâneo.

Após esta análise, e tomando como premissa o carácter formal e rigoroso da Carsí, empresa de instrumentos médico-cirúrgicos, a imagem gráfica a desenvolver tomou como objectivo principal revelar seriedade, sobriedade e segurança, valores da marca expressos no rigor formal e num grafismo cuidado e sóbrio.

A tipografia utilizada neste projecto como sinal identificativo da marca, foi a Nimbus Sans, pela capacidade de expressar/ interpretar os va-

¹"La identidad institucional es el conjunto de atributos asumidos como propios por la institución. Este conjunto de atributos constituye un discurso - el 'discurso de la identidad' - que se desarrolla en el seno de la institución de un modo análogo al de la identidad personal en el individuo". Chaves (2006). *La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional* (6ª Edición). Barcelona: Gustavo Gili.

lores a ela associados. Caracterizada pelas linhas geométricas e traços suaves pouco contrastados, ela reforça a leitura da imagem desenvolvida para a marca. Sempre que se assumia necessário destacar qualquer informação ou conferir expressividade, a tipografia escolhida pode ser utilizada nas suas versões bold e extra bold.

A cor ocupa um lugar de destaque, já que a escolha errada de um tom pode mudar a percepção do observador. Por exemplo, o vermelho não é, definitivamente, uma cor favorável à distribuição da mensagem que uma empresa de instrumentos médico-cirúrgicos pretende passar ao paciente; o vermelho é a cor do sangue e do perigo. Na comunicação, a cor tem uma função bem definida e específica, deve ajudar na clareza da mensagem a ser transmitida. A cor é capaz de criar o ambiente desejado e falar por si só, o que deve ser aproveitado como instrumento técnico. No projecto Carsí, a paleta cromática adoptada varia entre várias tonalidades de carmim de tons suaves a quentes pouco saturados. O carmim é uma cor nobre que representa e expressa a seriedade e a respeitabilidade da empresa.

Foi, portanto, claro terem-me solicitado, em forma de primeiro projecto, a adequação da imagem gráfica da empresa Carsí na integração e adaptação dos elementos constituintes da referida identidade: logótipo, tipografia, cor e estrutura formal, a um conjunto de suportes diversos. Para uma aproximação mais precisa do conceito de “imagem corporativa”, Chaves (1988, p. 23)² evidenciou a necessidade de definir e analisar um conjunto de outros conceitos relativos à organização, os quais resultaram da divisão do problema: realidade, identidade, comunicação e imagem.

Na continuidade do projecto foi redesenhado o layout de uma mostra de cartões pessoais da Carsí, previamente estruturados por Cristina Gutierrez, e foram preparados para impressão. Neste projecto formaram-se hierarquias de conteúdos tratando os diferentes níveis visuais de informação,

²"Estos cuatro conceptos serán considerados y definidos como dimensiones intrínsecas y universales de la actividad institucional, presentes en el desarrollo espontáneo de toda institución". Chaves (2006). *La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional* (6ª Edición). Barcelona: Gustavo Gili.

para que os elementos mais importantes se mostrassem devidamente acentuados. A dimensão dos elementos tipográficos e imagéticos que são parte integrante destes suportes foi determinada segundo a sua relevância informativa. Esta abordagem projectual tinha por propósito induzir o olhar do observador para o logótipo e depois estabelecer um percurso visual que fosse mostrando a informação contida na composição de forma lógica e organizada.

A informação foi disposta na estrutura reticular de forma lógica, para que a informação fosse facilmente percebida e melhor entendida, estabelecendo mecanismos mnemónicos que proporcionam maiores e melhores índices de retenção e reconhecimento.

A reformulação da identidade visual pressupôs a necessidade de a tornar reconhecível e identificada pelos seus interlocutores, nesse sentido, o logótipo foi salientado de modo a apresentá-lo como o novo “rosto” da empresa. O objectivo foi atingido pela dimensão que o logótipo adquire na composição, que avança na direcção do espectador. E consecutivamente, a dimensão da informação vai adquirindo dimensões menores em função da hierarquia previamente estabelecida. A necessidade de dar a conhecer os novos canais de comunicação da empresa, fez com que o endereço da página web tomasse lugar de destaque no cartão.

“A la humilde tarjeta comercial se le presta actualmente cada vez más atención. Antes [...] sólo eran esto - tarjetas comerciales - y en ellas todo era comercial.” (Cullen, 2002, p. 5).³ O cartão de empresa tem como objectivo indicar a informação de contacto de uma empresa, contudo, actualmente é cada vez mais um interface comunicativo de primeira importância para expressar os valores da marca e torná-la memorável e inesquecível.

O nosso sistema sensorial é sensível às frequências transmitidas pelos comprimentos de onda do espectro óptico, que permite distinguir as cores que forçam a direcção do olhar e chamam mais a atenção. Para cada fre-

³“Actualmente confere-se cada vez mais atenção ao humilde cartão comercial. Antes [...] eram apenas isto - cartões comerciais - e nelas tudo era comercial”. (tradução livre). Cullen (2002). *Diseño de tarjetas comerciales 2*. Barcelona: Gustavo Gili.

quência da luz visível é associada uma cor, e por isso, o espectro óptico pode ser dividido numa faixa que vai do vermelho ao violeta, compreendendo o vermelho nos comprimentos de onda longos e o violeta nos comprimentos de onda mais curtos. Contudo, entre os humanos podem haver grandes variações e por esta razão, os limites do espectro óptico não estão bem definidos. O carmim como cor dominante do cartão, ajuda nessa função pela conotação de proximidade e densidade, estimulando visualmente o espectador.

Após o estudo das hierarquias de conteúdos, foram realizadas possíveis propostas de cartões pessoais para distintos níveis de gerência da Carsí, onde se experimentaram diferentes equilíbrios, contrastes e saturações, para posterior selecção.

projecto oasis, termigo

PROJECTO OASIS, TERMIGO

TERMIGO EMPRESA ESPECIALIZADA
EM BIOCLIMATIZAÇÃO,
CLIMATIZAÇÃO E REFRIGERAÇÃO
EVAPORATIVA

BRIEFING ELABORAÇÃO DE BROCHURA
COMO MATERIAL INFORMATIVO
E PROMOCIONAL DA LINHA OASIS
DESENHA POR RAFA ORTEGA

Termigo é uma empresa especializada em bioclimatização, climatização e refrigeração evaporativa com a qual o estúdio Gutierrez e Ortega colabora regularmente. Nesse sentido, foi apresentado o briefing de elaboração de uma brochura para publicitar a linha OASIS, um sistema modular e funcional para criar zonas de conforto exteriores, desenhada por Rafa Ortega. A linha OASIS, da Termigo, gera zonas frescas por meio de pulverização e zonas quentes mediante radiação, actuando através de mobiliário urbano simples e elegante.

No Estúdio, Cristina Gutierrez havia já dado início ao projecto através do desenho de planos estruturantes e esboços gráficos para que a equipa de projecto pudesse gerar conceitos criativos para a sua execução. Após esta fase inicial, seleccionaram-se fotografias, textos e esquemas infográficos e ensaiaram-se diversos conceitos criativos. Posteriormente realizaram-se diferentes layouts de modo a testar as diferentes possibilidades de organização e articulação dos elementos seleccionados que iriam constar na brochura, no formato definido (150 mm x 200 mm).

A estrutura reticular foi desenhada a partir do formato definido e construída a pensar na quantidade de informação de que dispúnhamos para a elaboração da brochura. Antes de iniciar a subdivisão do espaço da página era necessário conhecer as características e as exigências do texto, tendo em atenção que a reticulação compositiva (construção da malha gráfica) se realiza a partir das variantes tipográficas a utilizar: famílias tipográficas, pesos, tamanho dos corpos e seu entrelinhamento, etc., e fotográficas: dimensão, proporção, orientação e cromatismo das imagens.

Nesta brochura a imagem foi vista como o elemento primordial em detrimento dos elementos escritos, que embora presentes tinham um peso visual atenuado. Toda a estruturação reticular que organiza o espaço, foi pensada no sentido de potenciar a imagem e assegurar a legibilidade da informação.

A incorporação de todos os elementos gráficos num sistema de grelhas cria um sentido de planificação, inteligibilidade e clareza, induzindo sensações perceptivas de ordem e racionalidade. Esta abordagem aumenta a credibilidade e seriedade da informação e desperta a confiança no produto que o objecto gráfico pretende promover. Esta estrutura reticular contempla a possibilidade de apresentar a mesma mensagem em dois idiomas diferentes: o castelhano e o inglês, diferenciados por cores e em alguns casos recorrendo à assimetria dos blocos de texto, contudo nestas situações estes são rigorosamente colocados de forma coerente nos campos da estrutura reticular aumentando o valor rítmico da composição.

As imagens utilizadas na brochura são renders realizados pela equipa de designers do Estúdio liderada por Rafa Ortega. Foi tido em conta o melhor enquadramento possível das imagens na estrutura reticular previamente estipulada para uma fácil e objectiva leitura da brochura. A composição gráfica foi pensada para transmitir informação de modo rápido e preciso, promovendo o entendimento fácil do projecto e do seu funcionamento. Foi dado particular relevo aos detalhes para salientar o carácter distintivo da linha Oasis. O recurso à ilustração vectorial, representativa do ambiente OASIS, presente na brochura conferiu-lhe ritmo e variedade visual. A ilustração geométrica e depurada é composta por uma multiplicidade de linhas que rompem um plano horizontal garantindo a continuidade dos conteúdos.

Durante a elaboração do projecto, existiram períodos de reflexão interna e de revisão do trabalho em função da escolha das imagens e da sua composição gráfica. Após a apresentação das propostas de brochura à empresa foram feitas correcções e procedeu-se a alterações em decorrência de comentários e sugestões efectuadas pelo cliente. Foi importante para a minha formação o acompanhamento desta última fase, pois compreendi o cliente como elemento determinante na tomada de decisões que envolvem não só a produção mas também a conceptualização a par de questões comerciais e de enquadramento sócio cultural.

projecto ubitech

PROJECTO UBITECH

UBITECH EMPRESA DE MOLDES E
MODELOS INDUSTRIAIS

BRIEFING REALIZAÇÃO DO FOLHETO
DA UBITECH COM INFORMAÇÃO
SOBRE OS SEUS SERVIÇOS E PRODUTOS

Ubitech é uma empresa de moldes e modelos industriais para a qual o Estúdio visou realizar a conceptualização de um objecto gráfico de fácil maneabilidade e circulação rápida para a publicidade dos seus produtos. Através do briefing passado em reunião, propôs-se reformular um folheto publicitário da empresa Ubitech, que já havia sido projectado e produzido anteriormente pelo Estúdio. Após a análise interna do folheto, verificou-se que este não tinha a capacidade de acomodar o surgimento de novos produtos desenvolvidos e comercializados pela empresa. Nesta perspectiva, Powner argumentou,

“El problema de los diseñadores es que tendemos a ser idealistas. Constantemente vemos oportunidades de mejora, pero éstas puede que oscurezcan la realidad con la que se enfrenta el cliente. Por lo tanto, te tienes que contener un poco hasta comprender estas cuestiones y ayudar al cliente a ver las oportunidades.” (as cited in Fishel, 2000, p. 98).⁴

O folheto foi revisto, dando origem a um objecto gráfico novo composto por fichas técnicas dos moldes, com textos de apresentação e uma quantidade significativa de imagens dos produtos e serviços da empresa, pelo que era necessário ter um cuidado especial com a sua qualidade e composição. Procedeu-se a correcções à maior parte das imagens em Photoshop, nomeadamente ajustes de cor, luz e contraste, bem como, com traçados e recortes de fundos.

Este objecto gráfico iminentemente informativo, foi dividido em várias secções, permitindo fazer a distinção entre os múltiplos moldes. Esta organização gráfica, com partes dedicadas a textos de informação e outras dedicadas às imagens dos produtos e serviços, permite uma gestão mais generosa e equilibrada do espaço. A imagem da capa resulta da justaposição de imagens de moldes em tons próximos e suaves, quase monocromáticas, jogando com o padrão que delas resulta, possibilitando transmitir a ideia de produtos seriados.

⁴“Como designers, enfrentamos o problema de tendermos a ser idealistas. Constantemente vemos oportunidades de melhoria, mas estas podem ocultar a realidade que enfrenta o cliente. Assim sendo, é necessário contermos um pouco até entendermos estas questões e ajudar o cliente a ver as oportunidades”. (tradução livre). Fishel (2000). *Rediseño de la imagen corporativa* (tradução livre). Barcelona: Gustavo Gili.

projectos sazonais

PROJECTOS SAZONAIS

INSERMAN EMPRESA DE CONSTRUÇÃO
CIVIL, AUDAZ CLÍNICA DE
PSICONEUROIMUNOLOGIA, VERICAT
INSTITUTO VALENCIANO DE
IMPLANTOLOGIA Imediata

BRIEFING CRIAÇÃO DE CONCEITOS
VISUAIS E VERBAIS PARA
REALIZAÇÃO DE CARTÕES DE NATAL

Com a aproximação do período natalício, empresas como a Inserman, Audaz e Vericat, solicitaram ao Estúdio cartões de Natal que pudessem expressar o carácter e os valores das marcas, as suas competências e personalidade.

Inserman é uma empresa de construção civil vocacionada para projectos de construção, manutenção, reforma ou execução integral, de instituições bancárias como o Santander, BBVA, Caixa Galicia, La Caixa, Deutsche Bank, Banco Popular, Caixa Catalunya, Caja Madrid; Audaz é uma clínica de Psiconeuroimunologia; e o “Instituto Vericat: Instituto Valenciano de Implantología Inmediata” é um centro privado que se dedica exclusivamente a implantes dentários.

A par da análise das empresas, a Directora Artística do Estúdio disponibilizou diferentes cartões de Natal que o estúdio projectou em anos anteriores, alguns deles para as empresas em questão. Foi de especial interesse ter acesso a toda esta informação para melhor fundamentar e contextualizar o meu trabalho, para perceber formatos, tipografias, materiais/ texturas e técnicas de impressão adoptadas pelo Estúdio.

Tratando-se de empresas de elevado reconhecimento e credibilidade que lidam com públicos diferenciados, os cartões deveriam exprimir rigor e profissionalismo característico das ciências, no caso das clínicas Audaz e Vericat, e funcional e construtivo, no caso da Inserman. Estas características devem surgir claramente aliadas ao espírito Natalício desejando boas festas num ambiente festivo que transmita promessas de afecto ao cliente. Neste sentido, a equipa de design de comunicação do Estúdio formulou um brainstorm que permitiu organizar ideias e transforma-las em conceitos visuais e verbais.

Foram executados protótipos para testes de qualidade do material e de reacção/ comportamento das cores e para permitir uma visualização prévia que antecipasse a realidade. Este modelo físico permitiu uma análise mais verdadeira do que se estava a propor ao cliente e evitou a realização do projecto com deficiências funcionais ou formais. A oportunidade de acompanhar a produção do protótipo foi fulcral para a consolidação da prática projectual integrada em ambiente empresarial, e participar na validação dos suportes e dos meios necessários para a produção e construção de preços.

projecto gutierrez y ortega

PROJECTO GUTIERREZ Y ORTEGA

GUTIERREZ Y ORTEGA ESTÚDIO DE
DESIGN DE COMUNICAÇÃO E
INDUSTRIAL

BRIEFING REALIZAÇÃO DO CATÁLOGO
DO ESTÚDIO DE DESIGN

O projecto de recriação do catálogo do estúdio de design Gutierrez y Ortega foi realizado de forma descontinuada no tempo face às necessidades prementes do Estúdio. Este objecto gráfico dá a conhecer aos clientes existentes e potenciais os projectos desenvolvidos pelo Estúdio adquirindo, por este facto, uma relevância comercial muito forte.

Atendendo à importância do projecto e tendo reconhecido a necessidade de fazer o levantamento e análise de situações necessárias para a sua prossecução, foi efectuada uma pesquisa interna: primeiro pelo estudo do catálogo utilizado até então pela empresa como forma de análise do grafismo desenvolvido; pelo contacto com os suportes documentais internos para a familiarização com os projectos executados pelo Estúdio, assim como para a apreensão das técnicas e processos de trabalho utilizados não só pelo departamento de Design Gráfico mas, pelo departamento de Design Industrial e, por último, pelo estudo dos clientes que mais frequentemente recorrem ao Estúdio. Após ter sido estabelecido este contacto que permitiu uma visão mais ampla do Estúdio, tornou-se mais fácil avançar para a pesquisa/ construção das soluções gráficas adequadas.

Avançou-se para a selecção de imagens a incluir no catálogo, e perspectivou-se a pesquisa das imagens tendo em conta noções de qualidade, conceito e composição. Feita a selecção, algumas imagens foram tratadas, redimensionadas e trabalhados os níveis de cor, contraste e brilho, para se adequarem ao carácter do catálogo. Nesta fase seguiu-se um período de reflexão e discussão com a Directora Artística sobre o trabalho em função das condicionantes do projecto. O processo de desenvolvimento deste projecto foi resultado de um trabalho comentado e debatido de forma exaustiva com Cristina Gutierrez, onde se definiu que este deveria reflectir os princípios estéticos e artísticos que norteiam o trabalho do estúdio - funcionalidade, racionalidade, rigor geométrico, simplicidade e cuidado nos detalhes.

O branco predomina, tornando a paginação sóbria e despojada. Os espaços brancos permitem conduzir o olhar para os projectos, evidenciando-os. A utilização de imagens localizadas no centro das páginas concentram a visão do espectador sobre os trabalhos do Estúdio. Assente numa estrutura reticular horizontal, a atenção do utilizador centra-se nos projectos, sem se perder com grafismos excessivos. O layout desenvolvido contempla várias possibilidades de articulação dos elementos, conferindo um carácter mais dinâmico e ritmado ao catálogo. É uma composição muito clara que consegue tornar a estrutura reticular perceptível quando o catálogo é observado.

Neste catálogo os projectos de design gráfico e de design industrial surgem deliberadamente mesclados em franca coerência com o modo de actuação interna do Estúdio. Esta decisão foi tomada pelo facto dos dois sectores do Estúdio se complementarem e ajudarem mutuamente. Esta organização interna, evidenciada na estrutura e organização do catálogo, apresenta-se como uma vantagem para o Estúdio, ao reforçar a ideia de que as sinergias criadas internamente podem beneficiar o cliente do ponto de vista gráfico e/ou industrial. Cada projecto é acompanhado por uma ficha técnica que detalha nome, autoria, tema, ano e cliente.

Ao longo deste trabalho, foram efectuadas reuniões, devidamente calendarizadas, com a Directora Artística e Co-orientadora do Estágio, em que se delinearão as premissas de desenvolvimento do projecto e se definiram as linhas orientadoras. Se no catálogo anterior houve a necessidade de promover uma envolvimento futurista construída com elementos abstractos que se organizam de forma sistemática sem, no entanto, conseguirmos materializar a imagem projectada, que nos remete para a ideia de industrialização, tanto pelo material como pela ausência de ornamentação e pela serialização dos elementos; este catálogo, encarado como complementar do anterior, remete-nos intencionalmente para uma estética nova, que propõe novos de-

outros projectos

safios que rompem com o passado e que salientam a natureza metódica dos projectos das áreas exploradas pelo Estúdio. Esta intenção é evidenciada no modo como os elementos se organizam e apresentam na nova capa do catálogo Gutierrez y Ortega.

As vivências experimentadas em Valência e o contacto com a cultura espanhola fomentaram a criatividade no processo de design, vindo a evidenciarem-se nos elementos constituintes desta capa e a repercutirem-se nas opções tomadas durante a execução do catálogo.

Para o seu desenho foi decidido trabalhar com uma imagem forte, à semelhança do que anteriormente aconteceu, que representasse a motivação do trabalho do Estúdio. Adoptou-se uma imagem síntese da cidade de Valência, fonte de inspiração de uma parte considerável dos projectos do Estúdio. O Estúdio está situado em Valência numa zona onde facilmente nos deparamos com algo tão característico como o padrão formado pelas telhas dos telhados das casas ou até na sua utilização como elemento decorativo de fachadas. Ao desfrutar desse conceito como objecto/ modelo gráfico e ao associar-lhe as cores inerentes à cidade – vermelhos, amarelos e castanhos – foi criada uma capa que se autonomiza e que conceptualiza a prática projectual. É uma capa que visualmente contrasta com a anterior, estimulando a curiosidade dos clientes habituais ao rever o catálogo e impondo-a a novos clientes pela força da imagem e cores. O conceito desta segunda capa não é contraditório com o da primeira, mas acrescenta e contextualiza o trabalho que o Estúdio desenvolve.

OUTROS PROJECTOS

REALIZAÇÃO DE PROCESSOS DE INVESTIGAÇÃO E PESQUISA, PROJECTOS E COLABORAÇÕES NAS ÁREAS DE DESIGN GRÁFICO E WEB DESIGN PARA AS EMPRESAS GUTIERREZ Y ORTEGA, AUDAZ, ANDRES MASEGOSA, J GORB, VERICAT E CULMEN.

Foram também realizadas colaborações com o Estúdio na área de Web Design. De entre as quais saliento o desenho do layout e a criação de uma animação para a camada de carregamento (o mesmo é dizer um efeito loading) do novo site da empresa J Gorbe, empresa de mobiliário de casa, mobiliário de escritório e de equipamentos vários. Durante o período de estágio foi também organizada, regularmente, a verificação de toda a informação em falta no site do Estúdio, acrescentando-a ou actualizando-a: informações/ novidades sobre projectos, imagens (devidamente seleccionadas, manipuladas e reduzidas), newsletters e sugestões para a melhoria do site.

A utilização de programas informáticos, como o Freehand, InDesign, Photoshop e Illustrator e ocasionalmente o Flash, foi uma constante do estágio, pelo que foi necessário saber operá-los com agilidade e aptidão de forma a obter um bom rendimento na relação qualidade/ tempo. Não obstante, é claro que em conjunto com a Co-orientadora de estágio, Cristina Gutierrez, esses conhecimentos foram consolidados, e foi compreendida a definição e a importância de determinados processos e conceitos fundamentais para a actividade projectual. Foi extremamente enriquecedor para a minha formação perceber questões relacionadas com processos de pré-impressão, produção e acabamentos.

Paralelamente, realizei processos de investigação e pesquisa para suporte de projectos a desenvolver pelo estúdio Gutierrez y Ortega, nomeadamente para as empresas Andres Masegosa e J Gorbe. Estas propostas integraram a realização de uma pasta de informação que continha: a pesquisa sobre as empresas em análise; a investigação de grafismos de empresas semelhantes; e uma selecção de imagens que permitem orientar a pesquisa e apontar percursos projectuais.

Ao longo do estágio, participei na criação de imagens corporativas de empresas das quais ressalto a Audaz, a Vericat e no caso da Culmen,

no estudo da imposição da identidade na fachada do restaurante. A participação nestes projectos contemplou a preparação de todo o material de apresentação às empresas usando técnicas semelhantes às académicas; a apresentação incluía o logótipo proposto e um segmento de propostas (papel de carta, envelope, cartões pessoais, capas de arquivo) com as correspondentes normas de identidade visual: exploração da construção da marca; justificação das proporções e estrutura do logótipo, cores corporativas e representação a preto e branco; comportamento do mesmo sobre fundos de cor e de imagem e seus constrangimentos. O material foi compilado para impressão, para posterior preparação e apresentação das propostas às empresas. Foi realmente importante acompanhar o desenvolvimento dos projectos até esta fase, na medida em que tive a oportunidade de contactar com as estratégias adoptadas pelo Estúdio aquando da apresentação de projectos de identidade bem como contactar com clientes em contexto real.

Como estagiária tive a oportunidade de acompanhar o planeamento de uma reunião de apresentação de projecto a um cliente externo e compreender o contexto do Design Gráfico inserido numa realidade organizacional. Para a reunião foi necessário verificar a informação a apresentar; a qualidade do material impresso; e contabilizar o tempo gasto dedicado ao projecto de cada membro. Pude também assistir à reunião com a empresa Audaz, Clínica de Psiconeuroimunologia, e perceber a necessidade de ser rigoroso e preciso na informação que se transmite, e interpretar correctamente o feedback recebido. O contacto estabelecido com a empresa possibilitou uma maior compreensão dos processos organizacionais e comunicacionais, e consciencializou para a importância da comunicação com as empresas para que os projectos sejam bem sucedidos.



el grano geométrico, participação em concurso

www.clusterenvase.com

EL GRANO GEOMÉTRICO,
PARTICIPACIÓN EM CONCURSO

CLUSTER DE INNOVACIÓN EN ENVASE Y
EMBALAJE DE LA COMUNITAT VALENCIANA

BRIEFING CRIAÇÃO DE EMBALAGEM
PRIMÁRIADE ARROZ

Paralelamente à actividade laboral e fora do ambiente empresarial e académico, participei em colaboração com Nuno Ramalhão, em meados de Dezembro, nos Prémios 2009 de “Diseño y Sostenibilidad – Envase y Embalaje” da associação empresarial Cluster de Innovación en Envase y Embalaje de la Comunitat Valenciana, com a embalagem primária de arroz – El Grano Geométrico.

Iniciámos o projecto com um levantamento cuidadoso de produtos similares de origem valenciana – para a qual os prémios se dirigem - à venda no mercado, com o objectivo de angariar o máximo de informação: Arroz la Fallera, La Campana, Arroz Dacsa, Arroces Catalá, Arrocerias Pons, Arroz el Cazador, J. Montoro, Arroz Santo Tomas, Signo, e Arrossos de Qualitat. Nesta fase, fizemos um levantamento dos elementos escritos que constam nas diversas embalagens, comparámos dimensões, formas e cores dominantes e analisámos a legibilidade dos elementos.

Para o melhor relacionamento embalagem-consumidor, foram tomados em atenção, itens relacionados com a ergonomia, o conforto e a segurança, como, por exemplo, a facilidade de uso e o fornecimento claro e preciso de informações.

Paralelamente à pesquisa de mercado, foi realizada uma investigação aprofundada sobre: os diversos tipos de grão de arroz e respectiva classificação; normas de comercialização; materiais que garantem melhor conservação; elementos informativos obrigatórios a constar na embalagem; questões de armazenamento e transporte.

Foi entusiasmante perceber que a pesquisa permitiu questionar a forma, o manuseamento, a economia de espaço e o transporte, levantando-se questões como: “por que razão uma embalagem de arroz é, habitualmente, rectangular?” ou “porque é geralmente utilizado o plástico como material de embalagem?” e “porque não utilizar um material, igual-

mente barato, mas que traga benefícios ou vantagens ambientais?”. Para nós, estas questões viriam a ser balizadoras da nossa intervenção, acreditando que a qualidade de um bom desempenho da embalagem está directamente relacionada com o grau de adaptabilidade da embalagem ao produto, ao consumidor, ao mercado a que se destina, ao sistema produtivo e à distribuição.

É relevante acrescentar que estas reflexões podem facilmente estender-se a todo e qualquer projecto desenvolvido, segundo uma correcta metodologia projectual seguida por um designer, sendo que concretamente nesta proposta, tornou-se evidente a necessidade destes princípios serem identificados e formalizados desde cedo.

Esta pesquisa permitiu identificar erros e omissões em algumas das embalagens que foram objecto de estudo e de análise, mas também permitiu identificar oportunidades que viriam a ser determinantes para o desenvolvimento conceptual da nossa proposta. A saber, as embalagens de arroz que se encontram à venda nas superfícies comerciais parecem ter todas a mesma forma, recorrem a paletas de cores semelhantes, as tipografias utilizadas são elementares e em determinados casos são utilizadas de forma desproporcionada, noções de composição inexistentes e estratégias de comercialização semelhantes.

Analisámos também a embalagem de arroz Sivaris, vencedora de numerosos prémios, nomeadamente o Prémio Liderpack 2006, o Prémio WorldStars for Packaging 2007 representando Espanha, o Prémio Anuria 2007 e o Prémio entregue pela Asociación Española de Profesionales del Diseño na categoria de melhor “packaging y etiquetado”. Tal interesse foi fomentado por se tratar de um projecto premiado ao nível da embalagem e pelo seu carácter valenciano, tanto pela origem do arroz (Arroces NM) como pela naturalidade do designer que executou esta embalagem, Pepe Gimeno.

Gimeno apresenta uma linha de embalagens de arroz que prima pela economia de meios, alcançando a notoriedade e reforço da presença do produto. Uma embalagem tubular em papel craft com uma linha gráfica apoiada somente na tipografia e na cor como forma de distinção das diversas variedades de arroz.

Un reciente estudio americano descubrió que, a las cuatro de la tarde, el 60% de los entrevistados no sabía qué iban a comprar para la cena y que se decidirían una vez en la tienda. Eso supone que un asombroso 60% de las decisiones se toman en el punto de venta. Si hay algún ejemplo en el que el diseño de packaging es esencial, es éste. Y se un envase es capaz de provocar la decisión de comprar, huelga decir que un gran diseño de packaging puede mejorar o convertir de verdad un producto y una marca (Hampshire & Stephenson, 2008, p. 6).⁵

Para a selecção do material da nossa embalagem realizámos testes que puseram à prova a resistência, durabilidade e qualidade dos materiais mais comuns utilizados em embalagens: fibras naturais, fibras sintéticas, plásticos e papeis. Optámos pelo papel vegetal de 120 g pelo jogo de transparências que proporciona ao produto, pelo carácter económico e reciclável que expressa e pela possível rentabilidade para a empresa.

A embalagem converte-se assim, no “rostro” do produto, e é ela que o torna apelativo num primeiro contacto, que desperta a curiosidade do potencial cliente, que o dá a conhecer e permite o seu reconhecimento posterior. Por essas razões, e considerando que se está a projectar para um concurso, assumimos que o principal objectivo deste projecto é o carácter inovador da embalagem ao nível da sua configuração e ao nível dos elementos gráficos impostos na sua superfície; tomando em atenção que a embalagem é o primeiro elemento diferenciador do produto num ambiente onde a excessiva informação predomina e a profusão cromática

⁵“Um recente estudo americano constatou que, às quatro da tarde, os 60% dos entrevistados não sabia o que comprar para o jantar e que se decidiriam uma vez na loja. Isso significa que uma assombrosa percentagem - 60% - das decisões são tomadas no ponto de venda. Se existe algum exemplo no qual o design de embalagem é essencial, é este. E se uma embalagem é capaz de causar a decisão de comprar, escusado será dizer que um grande design de embalagem pode realmente melhorar ou transformar um produto e uma marca”. (tradução livre). Hampshire & Stephenson (2008). Demographics packaging: cómo diseñar envases para un público concreto. Barcelona: Index Book.

ofusca. Deste modo, isto implica não só a alteração das técnicas de comunicação, no sentido de reforçar e diferenciar as mensagens, como dos processos de identificação.

Al desarrollar un diseño de envase único e innovador, las marcas pueden generar de inmediato una diferenciación y conseguir una ventaja competitiva. La innovación significa muchas cosas. Significa usar las ideas del consumidor con más creatividad, mirar más allá del sector en busca de influencias que podrían cambiar la actitud del consumidor ante un producto. Significa ir un paso más allá en el uso de la investigación de mercado (Hampshire & Stephenson, 2008, p. 8).⁶

Pôs-se em prática o desenvolvimento das ideias recorrendo ao estudo das formas básicas como ponto de partida. A forma é o maior traço distintivo que uma embalagem pode ter, pois é mais memorável, mais fácil de comunicar, perceber e reconhecer a qualquer distância e influi na impressão sobre o volume e tamanho do produto. A diferenciação e reconhecimento da embalagem pela forma, foi o princípio sobre o qual se construiu o projecto. Deste modo, pretendia-se que o elemento fosse relevante não só para o seu reconhecimento e localização na prateleira do supermercado, considerando-a igualmente estimulante na cozinha.

O desenho final da embalagem assim como as características do material escolhido para a executar permitiram garantir a protecção do produto durante o seu ciclo de armazenamento e distribuição, optimizando o transporte, e possibilitaram solucionar as dificuldades de fecho que uma embalagem comum de arroz apresenta. A resistência do papel de vegetal, facilitou a abertura projectada e a forma adelgada/aguçada desenhada permitiu o doseamento do arroz.

Seleccionamos a marca de arroz de origem valenciana Signo, por ter um grafismo modesto e por apresentar os diferentes tipos de grão de

⁶“Ao desenvolver um design de embalagem único e inovador, as marcas podem gerar de imediato uma diferenciação e conseguir uma vantagem competitiva. A inovação significa muitas coisas. Significa usar as ideias do consumidor com mais criatividade, olhar além do sector em busca de influências que poderiam mudar a atitude do consumidor frente a um produto. Significa ir um passo mais além no uso da pesquisa de mercado”. (tradução livre). Hampshire & Stephenson (2008). Demographics packaging: cómo diseñar envases para un público concreto. Barcelona: Index Book.

arroz de forma incoerente e sem uniformidade visual. O grafismo diverge de embalagem para embalagem e os materiais escolhidos variam entre o plástico, o cartão e o papel.

No projecto da nova embalagem, adoptámos a mesma forma e material para os diversos tipos de arroz mas diferenciámo-los pela adopção de um sistema visual cromático composto pelas cores magenta, amarelo e azul. O reconhecimento/ comunicação de um produto através de sistemas cromáticos permite estabelecer relações visuais mais directas e serem facilmente percebidos e memorizados, dependendo da pureza e do contraste luminoso entre as cores. A percepção e visibilidade das cores aumenta quando recorremos ao contraste de cores escuras sobre fundos claros e vice-versa. Além destas propriedades, as cores também provocam sensações dinâmicas, pois, tomando como exemplo a cor amarela, é estimulante, e tende a invadir o espaço circundante, a inclinar-se, a expandir-se e a avançar. Também as cores quentes, como o magenta utilizado na embalagem, tendem a se elevar, dilatar, ampliar e alargar de forma perceptiva.

Da mesma forma, a escolha da tipografia tem uma considerável importância na transmissão da mensagem, pois uma escolha criteriosa pode facilitar a leitura e transmitir a sensação de força, suavidade, peso, limpeza e elegância. A fácil leitura da palavra Signo foi um dos critérios a ter em conta no desenho do logótipo desenvolvido, marcado pela simplicidade mas perturbado pelo dinamismo da letra “g”. A tipografia FF Din, desenhada por Albert-Jan Pool foi a fonte utilizada para os textos informativos. Escolhida pela sua aparência funcional, moderna e índices de legibilidade elevados, é frequentemente utilizada na sinalética e em contextos onde a legibilidade e seriedade do projecto são factores primordiais.

No processo de desenvolvimento gráfico, sentimos que as vivências experimentadas em Valência influenciaram o desenho das ilustrações vectoriais, permitindo definir uma analogia entre estes elementos visuais geométricos e as formas dos azulejos utilizados na arquitectura da Ciudad de las

Artes y Ciencias: irregulares e conflituosos, que se enquadram e complementam a configuração prismática da embalagem.

Com o objectivo de optimização do uso da embalagem e da reafirmação do conceito “inovação”, o doseamento de arroz por pessoa é graficamente representado por um sistema visual de divisão por porções. Ainda que dirigida a um público heterogéneo, procuramos ter em consideração uma franja da população normalmente excluída, os invisuais. É sabido que, de entre os cinco sentidos dos seres humanos, o mais estimulado é o sentido da visão, que tem, juntamente com a audição, a capacidade de perceber/ receber uma grande quantidade de informações. Percebendo isto, foi necessário compensar esta falta através do uso do sistema de escrita braille. O braille foi aplicado na marca, na designação do grão e na dosagem. Para além disso, a forma prismática da embalagem foi considerada também um elemento de diferenciação do produto, pelo tacto, para este público específico.

Tomando como válida a afirmação de que a embalagem é um meio de comunicação (ou seja, um “vendedor silencioso”), que responde às necessidades ou as cria, então, compete-lhe as funções de despertar emoções, de persuadir, e de influenciar a decisão no momento da escolha do produto.

We don't need an expensive new car or designer shampoo. But we do need to feel safe, loved, and that we can realise our potential. And so, a car comes to mean safety and security, as well as signalling status to other; shampoo is linked to sexual attraction and gratification. (Roberts & Baldwin, 2007, p. 78).⁷

É pois, fundamental que a embalagem seja possuidora de um conjunto de qualidades gráficas e formais capazes de apelar ao consumidor pela sua distinção e promessa de qualidade e prazer, que neste projecto se ensaiou pelo recurso à tipografia, à ilustração, às cores, à forma e aos acabamentos.

⁷ “Não precisamos de um carro novo e caro ou de um champô de design. Mas precisamos de nos sentir seguros, amados, e que possamos realizar o nosso potencial. E assim, um carro passa a significar segurança, bem como “status” para outros; o champô está ligado à atracção sexual e gratificação”. (tradução livre). Roberts & Baldwin (2007). *Visual communication: from theory to practice*. Ava Publishing.

página ao lado em cima
Idioma Castelhana ('Castellano') para a
designação 'EASD'

página ao lado em baixo
Idioma Valenciano ('Valencià') para
a designação 'EASD'. Ambas as
terminologias estão correctas aquando
da denominação da escola.

escuela
de arte y
superior
de diseño
de
valencia
escola d'art i
superior
de disseny de
valència



Cursos de Postgrado:
Diseño Gráfico
Diseño de Interiores
Diseño de Moda
Diseño de Producto
Fotografía
Joyería
Escuela Superior de Diseño de Valencia
Talleres:
Artes
Dorado y platería
Esmaltado
Vidriado
Cerámica
Matrícula Abierta Junio y Septiembre
www.esdvalencia.com

Diseño Gráfico
Diseño de Interiores
Diseño de Moda
Diseño de Producto
Escuela Superior de Diseño de Valencia
Fotografía
Joyería
Artes de la Escultura
Matrícula Abierta Junio y Septiembre
www.esdvalencia.com

EASDI

EASDI

EASDI

A 8 DE FEVEREIRO DEU-SE INÍCIO À FREQUÊNCIA ACADÊMICA NA ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY DE VALÈNCIA, PARA COMPLEMENTO DE FORMAÇÃO NO ÂMBITO DO ESTÁGIO NO PLANO DE MESTRADO. A ESCUELA DE ARTE Y SUPERIOR DE DISEÑO DE VALÈNCIA É UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO PÚBLICO, QUE ATRIBUI FORMAÇÃO SUPERIOR EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO, DESIGN DE PRODUTO, DESIGN DE INTERIORES E DESIGN DE MODA. A EASD - VALÈNCIA PERMITE AINDA A OPÇÃO DE FORMAÇÃO POR UM CICLO FORMATIVO SUPERIOR NUMA DAS TRÊS ÁREAS DE ESPECIALIZAÇÃO DAS ARTES PLÁSTICAS: ESCULTURA, FOTOGRAFIA ARTÍSTICA E JOALHARIA ARTÍSTICA, COM A OBTENÇÃO DO TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR DE ARTES PLÁSTICAS Y DISEÑO. À PARTE DO ENSINO SUPERIOR DE DESIGN E DOS CICLOS FORMATIVOS SUPERIORES, ANUALMENTE A EASD - VALÈNCIA REALIZA CURSOS MONOGRÁFICOS DE ÂMBITO CRIATIVO E ARTESANAL. SÃO WORKSHOPS FUNDAMENTALMENTE PRÁTICOS E NOS QUAIS SE TRANSMITEM CONHECIMENTOS RELACIONADOS COM MATERIAIS E TÉCNICAS ESPECÍFICAS DE CADA OFICINA: CERÂMICA, DOURADO E POLICROMADO, ESMALTES, SERIGRAFIA E VIDRARIA.

COM A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO, A EASD - VALÈNCIA PRETENDE GARANTIR A FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS COMPETENTES E CAPAZES DE CONTRIBUIR PARA O PROGRESSO DA SOCIEDADE NA RESOLUÇÃO DE PROBLEMÁTICAS RELACIONADAS COM O DESIGN E NA MELHORIA DA QUALIDADE DAS PRODUÇÕES EM TODAS AS ÁREAS DO DESIGN, ATRAVÉS DO DESENVOLVIMENTO DE CAPACIDADES CRIATIVAS, TECNOLÓGICAS, PEDAGÓGICAS E DE INVESTIGAÇÃO, APLICADAS À INOVAÇÃO INDUSTRIAL E ESTÉTICA FOMENTADAS PELA INSTITUIÇÃO.

A EASD - VALÈNCIA DISPÕE DE INSTALAÇÕES PRÓPRIAS QUE INTEGRAM, PARA ALÉM DAS SALAS DESTINADAS ÀS UCs TEÓRICAS E PRÁTICAS, LABORATÓRIOS ESPECIALIZADOS COM MATERIAL INFORMÁTICO, DE DESENHO E OFICINAS EQUIPADAS PARA A PRODUÇÃO DE MAQUETAS E PROTÓTIPOS EM DIFERENTES MATERIAIS. A ESCOLA DISPONIBILIZA

TAMBÉM UMA BIBLIOTECA ESPECIALIZADA QUE PERMITE AOS ESTUDANTES UMA CONSTANTE ACTUALIZAÇÃO E APROFUNDAMENTO DE CONHECIMENTOS NAS ÁREAS DO DESIGN E DA ARTE.

COM MAIS DE 150 ANOS DE HISTÓRIA, ESTA ESCOLA, ANTES DESIGNADA POR ESCUELA DE ARTES Y OFICIOS, PROMOVEU DESDE SEMPRE A RELAÇÃO DA PRÁTICA DO ENSINO COM A SOCIEDADE E A PRÁTICA PROJECTUAL DESTINADAS AO MERCADO DE TRABALHO BEM COMO A CONCRETIZAÇÃO DE UM PROGRAMA ALARGADO DE WORKSHOPS, CONFERÊNCIAS E EXPOSIÇÕES.

AMBIENTE DA EASD_VALÈNCIA FIG.7



tipografía aplicada y maquetación

A UNIDADE CURRICULAR TIPOGRAFÍA APLICADA Y MAQUETACIÓN, LECIONADA PELO PROFESSOR JAVIER MESTRE, EXPLORA A HISTÓRIA E A EVOLUÇÃO DA TIPOGRAFIA DESDE OS SUPORTES METÁLICOS DE REPRODUÇÃO DE TEXTOS ESCRITOS, À TIPOGRAFIA ELECTRÓNICA E DIGITAL. PROMOVE O ESTUDO DA EVOLUÇÃO DAS FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS, A ANATOMIA DA TIPOGRAFIA E SUA CLASSIFICAÇÃO, TIPOMETRIA E DISPOSIÇÃO TIPOGRÁFICA. SALIENTA A RELEVÂNCIA DA ERA DIGITAL E DEMONSTRA COMO A TIPOGRAFIA DESTA ÉPOCA CRIOU AS SUAS PRÓPRIAS FERRAMENTAS E PRINCÍPIOS TIPOGRÁFICOS QUE PROPORCIONAM UM ILIMITADO POTENCIAL. TIPOGRAFÍA APLICADA Y MAQUETACIÓN PRETENDE DAR CORPO A UM CONJUNTO DE SABERES CUJO OBJECTIVO PASSA POR RELACIONAR OS CONHECIMENTOS TEÓRICOS COM A PRÁTICA DO PROJECTO TIPOGRÁFICO. ESTA UC TEM COMO OBJECTIVOS A MANIPULAÇÃO DE FERRAMENTAS DE CRIAÇÃO DE TIPOS DIGITAIS, COMPREENSÃO DOS SEUS DIVERSOS FORMATOS E DOS ELEMENTOS ESTRUTURANTES DA TIPOGRAFIA DIRECCIONADA AO ECRÃ E O DOMÍNIO DOS ELEMENTOS CONSTITUINTES DA LINGUAGEM TIPOGRÁFICA, ALIADOS A UM AMPLO CONHECIMENTO DA HISTÓRIA DA TIPOGRAFIA E DOS SEUS SUPORTES.

etiquetado clásico de vino

ETIQUETADO CLÁSICO DE VINO

BRIEFING PROJECTAÇÃO DE DUAS
SOLUÇÕES PARA RÓTULO E
CONTRA RÓTULO ADEQUADAS A
DUAS GARRAFAS DE UM VINHO
DE ORIGEM VALENCIANA TENDO
COMO OBJECTIVO HOMENAGEAR AS
GRANDES TIPOGRAFIAS CLÁSSICAS

O projecto Etiquetado Clásico de Vino consistiu na projectação de duas soluções para rótulo e contra rótulo adequadas a duas garrafas de um vinho de origem valenciana. O objectivo do exercício era homenagear as grandes Tipografias Clássicas e, por isso, pretendia-se que os rótulos exibissem elementos do estilo clássico, sendo que uma das soluções deveria evidenciar o seu carácter arrojado. Cada rótulo pretendia mostrar o nome da tipografia seleccionada e um texto que definisse as suas características; o contra rótulo deveria conter a designação do vinho. Uma vez criadas as soluções, era necessária a representação das duas maquetas sobre garrafas de vinho.

Iniciado o projecto, efectuou-se uma pesquisa e levantamento documental de rótulos de vinhos existentes – nacionais e estrangeiros, tipográficos, fotográficos, ilustrados e experimentais. No seguimento da proposta, a atenção centrou-se na selecção de um vinho que devia ser de produção valenciana. Para isso, e complementando a pesquisa inicial, desloquei-me a uma garrafeira qualificada, Las Añadas de España, em Xátiva (Valência), cujo critério de disposição/ organização se faz por região e características do vinho. Esta situação facilitou a escolha e permitiu a recolha dos elementos requeridos para a execução do projecto: volume, graduação, nome da adega, denominação de origem e texto que o define.

Este método de investigação, facilitado pela condição de acesso ao produto no espaço expositivo escolhido, permitiu a observação comparativa do trabalho gráfico nos diferentes rótulos das diversas caves: tipografias, composições tipográficas, hierarquias de conteúdo, cores, texturas e acabamentos; atendeu-se também, em especial, às diversas formas que o rótulo pode adquirir, às configurações das garrafa e como estas são vedadas com os selos de garantia. De entre algumas caves – Enrique Mendoza, Casta Diva ou Rafael Cambra – e alguns vinhos, como por exemplo El Bonne Homme, Paradigma, Murviedro Expresión, Peñon, Los Pinos ou Sueño de Megala, foi

escolhido o tinto Cabernet Sauvignon Reserva de 2004, da adega de Daniel Belda, intitulado unicamente pelas iniciais, CS 04.

CS 04 é um vinho tinto reserva que tem, por isso, a conotação de um vinho clássico, elegante e selecto. A sua imagem gráfica remete para a ideia de tradição, conseguida, principalmente, pela textura subtil da etiqueta e o uso das cores dourado e carmim, subentendendo-se a qualidade intrínseca do produto. Contudo, o despojamento de formas decorativas evidenciado neste rótulo e a designação encriptada num tipo de letra sem serifa, remete-nos para um rótulo conservador mas contemporâneo.

No desenho do novo rótulo foram realizadas múltiplas composições tipográficas com algumas fontes clássicas: Garamond, Didot, Baskerville, Bodoni e Caslon. Era necessário eleger unicamente uma família tipográfica a utilizar em todo o trabalho e seria essa a tipografia celebrada e enaltecida pela força e correcta utilização associada ao estilo clássico e composição gráfica do projecto. Elegi a tipo Baskerville para o rótulo inteiramente clássico. Baskerville é uma das maiores criações tipográficas do século XVIII devido, talvez, à clareza do seu desenho, marcado pela modulação axial e pelo contraste do traço fino e grosso, exposto de forma comedida em benefício da harmonia entre todos os elementos tratados equilibradamente.

Dado o carácter inovador (entenda-se por inovação: mudança, renovação, regeneração) do segundo rótulo, que orientou os critérios de selecção da tipografia, a escolha recaiu sobre a Clarendon. A família Clarendon (1875) é nitidamente uma tipografia charneira, a meio caminho entre a tipologia romana e a simplificação total dos tipos sem serifa, pela suave modulação e pelo engrossamento do traço, assim como pela transformação dos remates em contundentes formas rectangulares.

Após estabelecida a relação entre o produto e o conceito e efectuada a escolha tipográfica, iniciaram-se os estudos da composição grá-

fica dos rótulos e contra rótulos. No primeiro rótulo, a escolha de uma tipografia contrastada, Baskerville, e apesar do carácter ortodoxo do estilo clássico, permitiu a introdução de um certo dinamismo pelo recurso a caracteres de tamanhos diferenciados para representar a designação Baskerville, e assim assumir uma composição menos monótona. Esta atitude foi cautelosamente justificada, uma vez que estamos a trabalhar com o que seria a simulação do logótipo do vinho. De forma, a conseguir uma composição equilibrada dentro do desequilíbrio criado, a palavra foi repartida por sílabas, e estas foram centradas na composição gráfica.

O texto utilizado no contra rótulo que homenageia a tipografia Baskerville, e que faz referência ao ano em que foi desenhada e ao seu autor, foi distinguido pelo recurso ao itálico. A utilização de tamanhos distintos nas palavras e na numeração, teve como intenção salientar determinada informação contida no texto e com isso construir uma composição visual mais interessante e aprazível.

No segundo rótulo foram quebrados alguns dos princípios tal como era sugerido no briefing. O jogo criado com a palavra Clarendon permite destabilizar/ agitar um pouco a composição e criar o caos dentro da ordem. Trata-se, porém, de um “caos ordenado”, um caos calculado, estudado ao nível da composição e dos contrastes de cor utilizados - preto e branco interagindo com a cor vermelha – procurando o equilíbrio visual. Como reforço da legibilidade da palavra, foi repetido o nome da tipografia imediatamente em baixo. Esta assimetria, característica do estilo moderno, contrasta com os valores do estilo clássico. No contra rótulo foi utilizada uma caligrafia desenhada em forma de assinatura para designar o nome do vinho, CS 04, em clara oposição ao tipo mecânico da Clarendon.

A composição centrada dos textos de apresentação de ambos os rótulos deu origem a manchas tipográficas mais orgânicas responsá-

veis pelo dinamismo das composições. Por sua vez, a utilização de blocos de textos justificados nos contra rótulos, conferem uniformidade e harmonia a toda a composição.

Os elementos utilizados encontram-se organizados segundo uma estrutura linear centrada recorrendo a tamanhos e pesos diferenciados das famílias tipográficas como forma de reforçar a hierarquia definida. A denominação da tipografia surge destacada, com um tamanho maior, seguida da sua descrição e características; no contra rótulo o nome da adega surge no topo, seguido do nome do vinho e das especificidades que lhe são próprias.

Foram introduzidos elementos decorativos, como pequenos brasões, pontos e filetes nas cores dourado, vermelho, branco e preto para enriquecer visualmente os rótulos.

Para a apresentação final dos protótipos as garrafas foram seladas com cera vermelha e lacradas com a inicial da tipografia celebrada. O recorte rigoroso e detalhado dos rótulos valorizou ainda mais os protótipos e a apresentação final do projecto. A apresentação foi sustentada em documentos de pesquisa e complementada com outra informação considerada relevante para a sua melhor compreensão, recolhida durante as fases de desenvolvimento do projecto, esboços e desenhos realizados e layout final rigoroso. Estes processos de trabalho, revelados como imprescindíveis para a estruturação e justificação dos projectos, foram realizados em todas as disciplinas da formação académica.

Tipografía Aplicada y Maquetación foi realizada com sucesso e concluída com a classificação final de 8/10.

Taller de tipografia gestual

DE CARÁCTER EXPERIMENTAL E CRIATIVO, A UNIDADE CURRICULAR TALLER DE TIPOGRAFÍA GESTUAL, LECCIONADA PELA PROFESSORA JULIANA JAVALOY, TEM COMO OBJECTIVO POTENCIAR A PALAVRA ESCRITA ATRAVÉS DA EXPERIMENTAÇÃO DE MATERIAIS E TÉCNICAS VARIADAS. É A LETRA QUE OBEDECE AO GESTO DA MÃO, CONSEGUINDO UMA MARCA PESSOAL E SENSITIVA ONDE A LEITURA E A ESTÉTICA SE FUNDEM. À MATERIALIDADE DO TRAÇO DEVE CONTER JÁ UM CONCEITO PRÉ-ESTABELECIDO QUE SERÁ REAFIRMADO PELA TÉCNICA DE EXPRESSÃO – GRAFITE, PASTEL, TINTA INK, CORRECTOR, ETC. – E MÉTODO – PINCELADAS, SALPICOS, RISCADO, ETC. – COM QUE SE DESENHA A LETRA, ASSIM COMO O SEU SUPORTE. À DISCIPLINA POTENCIA A FORMA E O CONTEÚDO DA TIPOGRAFIA GESTUAL, A SUA FUNCIONALIDADE E ESTÉTICA QUE CONTRARIAMENTE À FONTE TIPOGRÁFICA, TORNA O TRABALHO EXPRESSIVO E ÚNICO. DESTE MODO, O PROCESSO E A VERTENTE EXPERIMENTAL QUE A MESMA VINCULA LEVAM À DESCOBERTA DE NOVAS PERCEPÇÕES/ INTERPRETAÇÕES, NOMEADAMENTE DA RELAÇÃO ENTRE MATERIAIS, FORMAS DE PRODUÇÃO E MEIOS DE APRESENTAÇÃO.

RAND AFIRMOU,

EL BUEN DISEÑO Y LA BUENA TIPOGRAFÍA SON UNA FUSIÓN DE INFORMACIÓN E INSPIRACIÓN, O DE LO CONSCIENTE Y LO INCONSCIENTE, DEL AYER Y DEL HOY, DE LA REALIDAD Y LA FANTASÍA, DEL TRABAJO Y DEL JUEGO, DE LA ARTESANÍA Y DEL ARTE. (AS CITED IN GORDON & DODD, 1994, P. 6).⁸

A EXUBERÂNCIA DAS FORMAS CALIGRÁFICAS E A ESPONTANEIDADE DAS TÉCNICAS ARTÍSTICAS PODEM REVITALIZAR A PALAVRA FUNCIONAL, AMPLIANDO E REFORÇANDO O SEU IMPACTO VISUAL.

⁸"O bom design e a boa tipografia são uma fusão de informação e inspiração, ou do consciente e do inconsciente, do ontem e do hoje, da realidade e da fantasia, do trabalho e do lazer, do artesanato e da arte". (tradução livre). Gordon & Dodd (1994). *Tipografia decorativa*. Barcelona: Gustavo Gili.

A TIPOGRAFIA EXPERIMENTAL É UM DESAFIO AO CONVENCIONALISMO E À UNIFORMIDADE QUE A MAIOR PARTE DOS “MEIOS DE COMUNICAÇÃO ALFABÉTICOS” DIGITAIS APRESENTAM;

[...] SE OCUPA DE LIBERTAR LA CALIGRAFÍA, LA ROTULACIÓN, LA TIPOGRAFÍA, EL TEXTO Y LA ORNAMENTACIÓN DEL CORSÉ DE LAS FORMAS TRADICIONALES. DIBUJADAS O IMPRESAS, LAS LETRAS SE CONVIERTEN EN FORMAS ABSTRATAS, LAS PALABRAS ASUMEN COLOR Y RITMO VISUAL, EL TEXTO FORMA UN DIBUJO LÍRICO A TRAVÉS DE NUEVAS CONFIGURACIONES. (GORDON & DODD, 1994, P. 6).⁹

⁹"[...] trata de libertar a caligrafia, a rotulagem, a tipografia, o texto e a ornamentação do espartilho das formas tradicionais. Desenhadas ou impressas, as letras convertem-se em formas abstractas, as palavras assumem cor e ritmo visual, o texto forma um desenho lírico através de novas configurações". (tradução livre). Gordon & Dodd (1994). *Tipografia decorativa*. Barcelona: Gustavo Gili.

tipo lijadora

TIPO LIJADORA

BRIEFING REALIZAÇÃO DE UM CONJUNTO DE PROPOSTAS DE PROCESSOS DE EXPERIMENTAÇÃO TIPOGRÁFICA UTILIZANDO DIFERENTES PROCEDIMENTOS PLÁSTICOS MANUAIS E DIGITAIS PARA POSTERIOR DESENVOLVIMENTO DE UM ALFABETO RECORRENDO A UM DOS PROCESSOS DESENVOLVIDOS ANTERIORMENTE

Sendo o seu conteúdo exclusivamente experimental, o primeiro exercício de Taller de Tipografía Gestual dividiu-se em duas partes. Na primeira fase foi proposta a realização de um conjunto de propostas (no mínimo 10) de desenvolvimento de processos de experimentação com tipografia utilizando diferentes procedimentos plásticos manuais e digitais, em distintos suportes. Numa segunda fase, pediu-se que das propostas apresentadas na fase anterior se optasse por uma para a realização de um alfabeto. O mesmo é dizer, adapta-las à reprodução digital e impressa. O resultado obtido deveria ser impresso a P/B no formato mínimo de DIN A4, incluindo a elaboração de um pdf que mostrasse todo o processo de experimentação e execução.

Para a concretização dos projectos propostos nesta disciplina, foi necessária uma grande recolha de documentação na área do lettering, caligrafia, ilustração e de todo o tipo de imagem que servisse como motivo de inspiração quer pelas formas de representação visual do gesto, quer pela sua variedade técnica.

A pesquisa e investigação realizadas para suporte desta proposta foram complementadas com visitas a museus e exposições de design gráfico e tipografia, tais como a exposição Suma y Sigue no MUVIM e a apresentação na EASD - València do terceiro número da revista Iconographic Magazine, revista de teoria e cultura do design gráfico e tipográfico, sob o tema "Lettering, letras hechas a mano". A exposição Suma y Sigue, comissariada por Paco Bascuñan e Nacho Lavèrnia, responsável pelo departamento gráfico da EASD - València, reuniu 250 produtos e elementos de comunicação realizados por 130 empresas ou designers valencianos, no período compreendido entre 2000 a 2008.

Com o objectivo de alargar a visão geral do tema a trabalhar, realizou-se uma descontextualização de materiais/ técnicas e deu-se início à execução técnica das ideias. Para o desenvolvimento do processo experimen-

tal, utilizaram-se materiais como o verniz, linha, fita adesiva, poliuretano, lixas, tinta acrílica, tinta da china, ecolines, carvão e grafite; técnicas diferenciadas de recorte e sobreposição como o picotado, decalque, escrita, montagem, colagem, projecção de sombras e elementos cosidos; e suportes diversos como papel, cartolina, cartões, objectos e pessoas.

Nesta fase procurou-se uma definição e uma materialidade/ técnica para se fazer a posteriori a contextualização dos exemplos recolhidos e cruzá-los com os dados referentes ao projecto que se pretendia criar. A utilização de certos materiais/ técnicas revelou-se um desafio exigente. Partir da materialidade e/ou da técnica escolhida para a solução, contraria a linearidade dos processos de desenvolvimento projectual. Colocar a propriedade dos materiais/ técnicas como potenciadores de soluções e não o contrário - o pensamento/ raciocínio seguido da sua aplicação técnica, coloca dificuldades e constrangimentos que podem ser de difícil resolução.

Numa fase posterior do exercício, foi seleccionado o projecto executado com lixa das unhas para realizar o alfabeto que veio, mais tarde, a designar-se Tipo Lijadora. A lixa das unhas utilizada como elemento construtivo de todas as letras do alfabeto revelou-se um objecto versátil que alcançou formas interessantes e com resultados surpreendentes quando impresso ou reproduzido digitalmente. Gráficamente, o alfabeto desenvolvido mostrou ser rico pelo seu dinamismo, contrastes e forma.

Este alfabeto experimental permitiu desenvolver alguns elementos particulares, como caracteres bold e uma multiplicidade de ligaduras que permitem ao utilizador a criação de vínculos mais autênticos entre caracteres. Tipo Lijadora é uma tipografia display constituída unicamente por maiúsculas, tendo como objectivo a sua aplicação exclusiva a títulos pelo seu forte carácter e por isso, não se considera própria para textos longos.

vp0r2 & ípsilon

VPOR2 & ÍPSILON

BRIEFING ESCOLHA DE DOIS ARTIGOS DE TEMÁTICAS DISTINTAS PARA A REALIZAÇÃO DE DUAS PUBLICAÇÕES UTILIZANDO DIFERENTES ABORDAGENS TIPOGRÁFICAS DE ACORDO COM OS TEMAS ELEITOS

Este exercício teve como objectivo a aplicação da tipografia experimental ao design editorial. Assim sendo, foi entregue o briefing que compreendeu a realização de duas publicações de temática livre de forma a criar diferentes abordagens tipográficas. O projecto previa, para cada objecto gráfico, a selecção e análise de um artigo e a realização de um número “especial” da revista de onde o artigo foi retirado. Às páginas interiores estava atribuída a tipografia experimental para os títulos, antetítulos e subtítulos. Por sua vez, na capa da publicação essa tipografia seria aplicada ao título do artigo contido nas páginas interiores; funcionaria como chamada de atenção para despertar o interesse do leitor para esse mesmo artigo.

Iniciou-se o projecto com a pesquisa de uma série de publicações em que era evidente o recurso a tipografias com carácter experimental. Considerou-se mais interessante para o projecto e mais estimulante a procura de duas publicações com conteúdo inteiramente distinto que permitissem o desenvolvimento de duas propostas tipográficas gestuais e com opções gráficas divergentes. Selecionou-se um artigo dedicado à actividade projectual de um arquitecto japonês publicado na VPOR2, revista de habitação do IVVSA – “Instituto Valenciano de Vivienda” - que confere especial atenção à arquitectura de habitação social, e um artigo sobre música publicado na Ípsilon, revista integrante do jornal Público, que reúne temas de âmbito cultural: música, teatro, dança, cinema, livros e artes.

O redesenho do nome da revista não foi um dos elementos imediatamente considerados pelo briefing para a aplicação gestual de tipografia, contudo, optei por fazê-lo no caso da publicação VPOR2; esta escolha foi fundamentada pelo facto deste ser pouco interessante e com baixo índice comunicacional para revelar os conteúdos da revista. Por esse facto, decidi dedicar-lhe especial atenção ao atribuir-lhe a importância e lugar merecido na publicação. Tratando-se de uma revista de arquitectura, não poderia dei-

xar de evocar todo o tipo de associações relacionadas com a actividade. Foi da união de conceitos orgânicos de gestualidade com elementos arquitectónicos que se aspirava a criar uma nova identidade.

É importante mencionar que a abreviatura de VPOR2, segundo a relação fonética castelhana, é VX2. No projecto indiquei a substituição da denominação VPOR2 pela sua abreviatura, visto VPOR2 ser uma palavra demasiadamente comprida para a estruturação que pretendia atribuir à identidade, sendo que foi obviamente vantajoso substituí as letras “POR” por um único carácter, “X”.

O papel como material de construção da identidade adveio dos conceitos de estrutura, construção, desconstrução, forma, material e objecto. Com uma simples folha de papel conseguiu-se a construção do logotipo VX2 através de dobragens. O passo seguinte foi transportar a materialidade do objecto para o ecrã do computador. Através da vectorização do objecto, foram encontrados novos resultados para a continuação da busca do logotipo, pela manipulação de tonalidades, texturas e padrões. Porém, nenhum dos resultados encontrados foi satisfatório porque o processo de mecanização a que o objecto foi submetido perdeu parte da gestualidade que inicialmente apresentava, tornando-o vulnerável e artificial. Por isso, era necessário voltar atrás, à fase da dobragem de papel, e contornar o erro anterior.

O processo experimental de dobragens enriqueceu substancialmente a designação, conferindo-lhe força, individualidade, notabilidade, gestualidade, autonomia e conseguia transportar para si o conceito construtivo e arquitectónico da revista. Assim sendo, o recurso ao computador fez-se unicamente para correcções dos brancos e melhorar os níveis de contraste dos cinzentos, acentuando alguns pontos de luz. Compreendeu-se neste momento que o logotipo estava criado, e que a sua simplicidade representava os conceitos inerentes à revista.

Completado o logotipo, deu-se continuidade ao projecto. Desde cedo foi mostrado o meu interesse pelo artigo que dava a conhecer o arquitecto japonês Koichi Yasuda e duas das suas construções arquitectónicas em Tokio. As obras Kumakari e Celular, do arquitecto japonês são caracterizadas pela geometricidade, solidez e imponência; numa é implícita a forma de um quadrado e noutra um triângulo. Estas formas elementares, quadrado e triângulo, serviram como referência compositiva da estrutura tipográfica para a organização do artigo.

Deu-se especial importância à cor e legibilidade dos caracteres a fim de moldar uma tipografia adequada. A nível cromático foi ensaiado o vermelho como cor complementar tipográfica que estimulava a composição, todavia esta opção veio a revelar-se prejudicial para a legibilidade do conteúdo, visto remeter para as gramáticas cromáticas do construtivismo russo. A tipografia tinha como função reflectir a identidade conceptual da arquitectura de Koichi Yasuda, e, portanto, foi aplicada ao projecto uma gama de azuis e cinzentos, representando o ambiente e os materiais que apoiam as edificações.

Tomando como referência o nome do arquitecto, Koichi Yasuda, e as obras, Kumakari e Celular, foi necessária alguma prudência, ao nível da legibilidade, visto que a tipografia poderia dificultar a sua decodificação, pela formação de conjuntos de letras pouco comuns. É necessário compreender que no acto da leitura, o leitor não lê letra por letra mas reconhece os grupos de letras, a palavra inteira, pelas suas particularidades formais, isto é, lê a forma da imagem das palavras. Assim sendo, o carácter experimental da tipografia não devia contribuir para dificultar essa leitura. Contudo, foi realizado um apontamento com tipografia digital que serve de apoio aos títulos experimentais.

O jogo cromático de transparências, claros/ escuros e gradientes aliados à geometria das formas e à composição formal, permite a alu-

são ao origami. A mesma qualidade está presente no confronto do círculo vermelho à bandeira japonesa. Portanto, ambicionava-se que num primeiro olhar, o leitor compreendesse o carácter geométrico, sólido, metódico e racional da arquitectura praticada por Yasuda. Pretendia-se também que, antes mesmo da leitura dos títulos, apenas com a imagem que é retida na memória, ficasse subentendido o carácter japonês do artigo; o rosto da publicação devia desvendar subtilmente o conteúdo: o leitor, guiado pelo grafismo, era convidado a construir o conteúdo geométrico e a estética contemporânea, e aproximar-se de uma situação de estrutura e construção relacionada com a cultura oriental.

O círculo vermelho é o centro motivador e aumenta a atenção sobre a revista, enquanto que a harmonia na colocação dos detalhes evita a fadiga da atenção e prolonga o interesse que incide nela. Todavia, a colocação dos detalhes foi cuidadosa para não criar dispersão e ser facilmente encontrado um centro focal.

No interior da publicação, procurou-se mostrar um pensamento linear e contínuo. O recurso aos tons azuis e cinzas manteve-se de forma a criar uma unidade visual coerente com o todo. A justificação e a organização dos blocos de texto conseguem a estabilidade que vai no seguimento da arquitectura forte, dura e racional de Yasuda. A par disso, a inclinação de um dos blocos de texto e o alinhamento à esquerda adoptado, nas referências do percurso profissional do arquitecto, permitiu o equilíbrio entre a estabilidade e o dinamismo da composição da sua obra.

Foi desenvolvida uma segunda tipografia com características antagónicas à primeira, para ser utilizada na contracapa que evidenciava o outro lado da arquitectura como actividade criativa e orgânica. A tipografia desenhada e a organização das páginas interiores evidenciavam um carácter rigoroso, plano e geométrico, daí a proposta de idealização de uma contracapa

que fosse o oposto. O desenho manual, texturado, primário da tipografia desenhada confrontava a planimetria esboçada nas construções do arquitecto.

Terminada a realização da VPOR₂, voltou-se a atenção para a revista Ípsilon, em particular para o artigo sobre o Dj Vitalic, que anunciava o concerto que iria realizar em Lisboa, conferindo especial importância a Pony EP, um tema lançado por este. A escolha deste artigo é justificada pelo gosto das suas músicas num registo electrónico minimal. Apesar do conhecimento da sua obra musical, foi elaborada uma investigação aprofundada das suas músicas e videoclips.

O ponto de partida para o projecto foi uma imagem retirada do videoclip da música Pony EP. A imagem retrata um cão molhado a sacudir-se em slow motion ao longo de todo o videoclip. Em resultante dessa acção, a água aparece em forma de salpicos congelados por toda a fotografia. Partindo desta acção, foi recriado o mesmo conceito visual de “salpico” e movimento mas desta vez com tintas ecolines e tinta-da-china. A utilização dessa técnica na palavra Pony criou um efeito dinâmico e espontâneo. Todavia, com o desenvolvimento do projecto, encontraram-se novas possibilidades, e nesta fase, ambicionava-se desenvolver a gestualidade da tipografia para ser construída uma composição visual análoga à imagem do cão. Para isso, o título do artigo, Pony, foi sucessivamente multiplicado e deformado, produzindo uma mancha energética e a ilusão de arrasto e a repetição dos movimentos do cão. A par, foram somados salpicos de tinta dispersos na composição, referentes, também, à imagem em questão.

A musicalidade do artigo estava criada. Existe o ritmo dos salpicos e as pausas dos espaços em branco. Os salpicos na tipografia foram utilizados em todos os títulos da publicação. O ambiente minimal da música de Vitalic está presente nos elementos gráficos minuciosos, na ausência de cores saturadas em prol dos tons neutros, na experimentalidade da tipografia e,

por fim, no confronto da dinâmica da tipografia (referente aos ritmos) com a escolha cuidadosa da imagem inexpressiva de Vitalic sob fundos harmoniosos (as pausas pontuais).

A comunicação e apresentação do projecto foi realizada através da impressão e montagem em suporte rígido, para exposição em sala de aula. O projecto apresentar-se-ia, ainda, à semelhança de todos os outros exercícios, gravado em CD que previa conter os diferentes arquivos ordenados por esboços (bocetos), onde se situariam as provas realizadas durante a idealização do processo (em formato JPG 150 dpi); e em finais (finales), onde estariam os documentos originais, preparados para uma possível impressão (desenhos vectoriais e imagens TIFF a 300 dpi).

la letra dibujada

LA LETRA DIBUJADA

BRIEFING PROJECTAÇÃO DE DUAS SOLUÇÕES PARA RÓTULO E CONTRA RÓTULO ADEQUADAS A DUAS GARRAFAS DE UM VINHO DE ORIGEM VALENCIANA TENDO COMO OBJECTIVO HOMENAGEAR AS GRANDES TIPOGRAFIAS CLÁSSICAS

No final do ano lectivo comemorar-se-ia na cidade de Valência a quarta edição do congresso bianual de tipografia. Lettering, tipografia gestual, tipografia de Display são alguns conceitos a serem abordados durante as discussões, e que se referem ao design de letras concebidas desde o desenho manual ou digital para o seu uso em diferentes áreas do design gráfico: identidade corporativa, editorial, cartaz, etc.

“Quais são as diferenças entre lettering e caligrafia? O que oferece a caligrafia à tipografia? É a letra ‘ilustrada’ tipografia ou ilustração? Qual é o processo de desenho de uma letra?” Estas e muitas outras questões colocaram-se no 4º Congresso Internacional de Tipografía, dedicado este ano ao desenho e a sua relação com a letra.

Dada a temática do congresso e o grafismo que o acompanhava, foi proposto à turma a conceptualização de outras possibilidades visuais para comunicar o evento. Um dos itens do briefing passava precisamente por reflectir sobre a temática do congresso e realizar um cartaz que evidenciasse de forma clara essa reflexão individual.

Os elementos obrigatórios presentes no cartaz foram hierarquizados e referenciados: o nome do congresso, “4º Congresso Internacional de Tipografía”, o tema, “La letra dibujada”, a data de realização, “18, 19 e 20 de Junho 2010”, o lugar, Valência, os logotipos da organização e da sede, “Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana” e “Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia” e o site do congresso, “www.congresotipografia.com”.

A pesquisa e investigação do projecto foram um item primordial e verificou-se ser um método imprescindível à construção e estruturação da temática do cartaz e à promoção da reflexão e discussão de conceitos em turma. O processo de pesquisa integrava a criação de documentação e arquivo (teórico e visual), pelo que conferia uma boa organização escrita e visual ao projecto, sustentando a apresentação e reflexão de ideias em sala de aula. A

documentação continha eventos de conteúdo semelhante; referências a designers que utilizam tipografia gestual no seu trabalho; exemplos de cartazes com utilização de tipografias gestuais elaboradas ao longo da história do design gráfico; trabalhos dos convidados do congresso e reflexões teóricas resultantes da discussão de definições conceptuais relativas ao tema. Em anexo, o documento compreendia a apresentação de alguns exemplares no domínio da tipografia experimental em Portugal, como forma de intercâmbio de diferentes práticas projectuais. Esta abordagem permitia obter uma visão mais ampla da globalidade da cultura de projecto e potenciar a motivação para a aquisição de um conjunto de saberes específicos na área da Tipografía Gestual. Para o resultado do projecto foi de extrema importância a estruturação de uma pesquisa consistente, bem como os processos de organização da mesma; a definição dos princípios conceptuais do projecto, questões relativas à selecção de informação, gestão e adaptação da pesquisa, assim como as etapas que conduzem ao objectivo final de criação.

O projecto foi também sustentado pela visita à exposição de Fernando Medina, intitulada “Nevando Tinta” no MUVIM. Medina através deste projecto, pretende comunicar as suas ideias e pensamentos em forma de conceitos gráficos, adoptando um compromisso com a sociedade ao colocar em evidência temas controversos. Como suporte ao seu projecto utiliza tinta sobre papel que posteriormente enruga manualmente. “Nevando Tinta es así una exposición de acrobacias visuales, cavilaciones con pincel y tinta, carentes de ayuda electrónica y medios tecnológicos.” (Medina, 2010).¹⁰ Na obra de Fernando Medina persistem algumas ambiguidades, este afirma inclusive, não poder definir se o que está a realizar é arte ou design, colocando a incerteza “Quizás es la fusión de los dos” (Medina, 2010).¹¹

Na fase seguinte, com o acompanhamento da professora Juliana Javaloy, deu-se início à realização dos primeiros esboços de tipografia.

¹⁰ “Nevando Tinta é assim uma exposição de acrobacias visuais, cavilações com pincel e tinta, carentes de ajuda electrónica e meios tecnológicos”. (tradução livre). Medina, F. (2010). *Nevando Tinta. Exposição apresentada no Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat - MuVIM, València, Espanha.*

¹¹ “Quem sabe é a fusão dos dois”. (tradução livre). Idem, *Ibidem.*

Taller de publicación periódica impresa

A constante discussão e debate de ideias revelou-se um dos pontos fortes destas aulas.

O dourado suavemente acastanhado foi a cor entendida como a mais adequada à da linguagem do congresso. O dourado é uma cor nobre que simboliza prestígio e nesse sentido pretendia-se dar continuidade a essa linguagem. A linguagem clássica da tipografia caligráfica utilizada no cartaz remete para elegância e distinção, conceitos que valorizam a importância do congresso. A flexibilidade, ecletismo e plasticidade do grafismo presentes na composição formal do cartaz não menospreza a contemporaneidade dos assuntos e definições em discussão.

A classificação final obtida em Tipografía Gestual foi 9/10.

NO TALLER DE PUBLICACIÓN PERIÓDICA IMPRESA, ORIENTADO PELO PROFESSOR DAVID ZANÓN ANDRÉS, FOI APRESENTADO COMO PROJECTO DE SEMESTRE A REALIZAÇÃO EM GRUPO DE UMA PUBLICAÇÃO SEMESTRAL GRATUITA COM CONTEÚDOS ESPECÍFICOS DE ARTE E DESIGN. O PROJECTO DESENVOLVE A CAPACIDADE DE INSERÇÃO NUMA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL COMPREENDENDO TODAS AS SITUAÇÕES QUE DÃO FORMA A UMA PUBLICAÇÃO, EXPLORANDO AS POTENCIALIDADES DOS CARGOS DE UMA ORGANIZAÇÃO EDITORIAL: DIRECTOR CRIATIVO, DIRECTOR EDITORIAL E DIRECTOR DE ARTE. PROMOVE AINDA O TRABALHO EM EQUIPA ESTIMULANDO A COOPERAÇÃO MÚTUA; FOMENTA A VALIDAÇÃO DE IDEIAS ENTRE OS ALUNOS ATRAVÉS DA DISCUSSÃO QUE PROPORCIONA O DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO; DESENVOLVE O PENSAMENTO CRÍTICO; E PROPORCIONA UM CONTEXTO NO QUAL OS ALUNOS PODEM ASSUMIR O CONTROLE DA SUA PRÓPRIA FORMAÇÃO NUM CONTEXTO SOCIAL.

pinwenos

PINWENOS

BRIEFING REALIZAÇÃO DE UMA PUBLICAÇÃO SEMESTRAL GRATUITA COM CONTEÚDOS ESPECÍFICOS DE ARTE E DESIGN. O PROJECTO DESENVOLVE-SE ATRAVÉS DA CAPACIDADE DE TRABALHO EM EQUIPA/TURMA.

O método de trabalho adoptado foi a realização de reuniões semanais onde foram discutidas todas as decisões da publicação. A primeira tarefa foi a discussão e acordo do formato da publicação seguida do desenvolvimento conjunto do layout. Características como a verticalidade da página (que permite ser rompida por cortes horizontais criadores de zonas de colunas de texto e/ou composições visuais), a quantidade de colunas e campos (regidas pela estrutura reticular), as tipografias (correspondentes ao texto, título, subtítulo) e a página como um espaço de relações rítmicas entre os textos e os sistemas visuais foram elementos definidos como constantes e a ter sempre em conta na paginação da publicação.

O grupo de trabalho respondeu ao projecto com a produção de uma revista cujo conteúdo, centrado em 48 páginas, aborda temáticas como Escola, Design (Gráfico, de Produto, de Moda e Interiores), Cultura e Tecnologia. Compreende-se a revista como um produto gráfico voltado para um público específico que revela interesse pelo conjunto de temas que é abordado: o público motivado pela Arte e Design, estudantes da EASD – València ou ex-alunos, com interesse em ler sobre Fotografia, Cinema, Animação, Videojogos ou, por exemplo, Ilustração.

Na distribuição das 23 secções da publicação pelos alunos, foram-me atribuídas as secções Staff, Erasmus, Perfis e Tipografia, para além da colaboração na construção compositiva do Índice. Para cada uma das secções foi realizada uma pesquisa de conteúdos essencialmente importante para a construção dos temas. Contudo, e mais uma vez, é reforçada a ideia de grupo de trabalho que, apesar da responsabilidade das secções recaírem sobre o sujeito que as incorpora, nelas estão presentes as competências da pluralidade da turma e desse esforço conjunto. É ainda importante mencionar que a revista não beneficiou de publicidade uma vez que se apresentava como projecto académico e por isso a escola foi a única fonte de receitas.

O nome da publicação resultou da troca e partilha de ideias, tendo em atenção o nome da revista anterior realizada no primeiro semestre, We. Porém, o grupo achou que não era uma boa designação a dar à revista: pelo estrangeirismo e pela similaridade sonora com o videogame da Nintendo agora em voga, Wii ou somente porque não se identificavam com a mesma. Assim sendo, foram procuradas novas definições. Como tal, num primeiro momento, foi colocada a hipótese de submeter a designação à tradução para o castelhano, o que conduziu à palavra Nos. Mesmo assim, o grupo ainda não se encontrava suficientemente satisfeito e, num ambiente descontraído e informal, foram realizados trocadilhos com a associação We - Nos, transportando para ela uma nova sílaba “Pin”. Pin resultou da combinação de “Pin-we-nos” fazendo a alusão a Pingüinos (“Pinguins” em castelhano), sendo que pela votação foi o nome dado à revista – Pinwenos.

A fonte utilizada para a designação da revista, Pinwenos, foi a Volupia regular, desenhada por Dino dos Santos. Esta tipografia constituída por ligaduras e swashes modelados, adaptava-se ao carácter da revista e mostrava-se adequada para a utilização em tamanhos grandes. No interior da Pinwenos, a fonte utilizada para texto foi a Auto 1. Auto é uma família contemporânea sem serifas, desenhada pelo colectivo Underware, que contrasta com a serifada Clarendon Lt Std ou Clarendon Mt Std utilizada para os títulos dos artigos, nos pesos regular ou bold, respectivamente. Como terceira tipografia, foi escolhida a Soho Std. A tipografia individualiza a revista, e pretende-se que, antes mesmo da sua leitura ter sido conseguida, as formas, cores e movimentos do grafismo denunciem a identidade da publicação.

A cor tem um papel basilar no grafismo da Pinwenos. A paleta cromática escolhida varia nos tons frios de azul, verde e lilás que acompanham o conceito que se formou da associação de Pinwenos com o habitat dos pinguins.

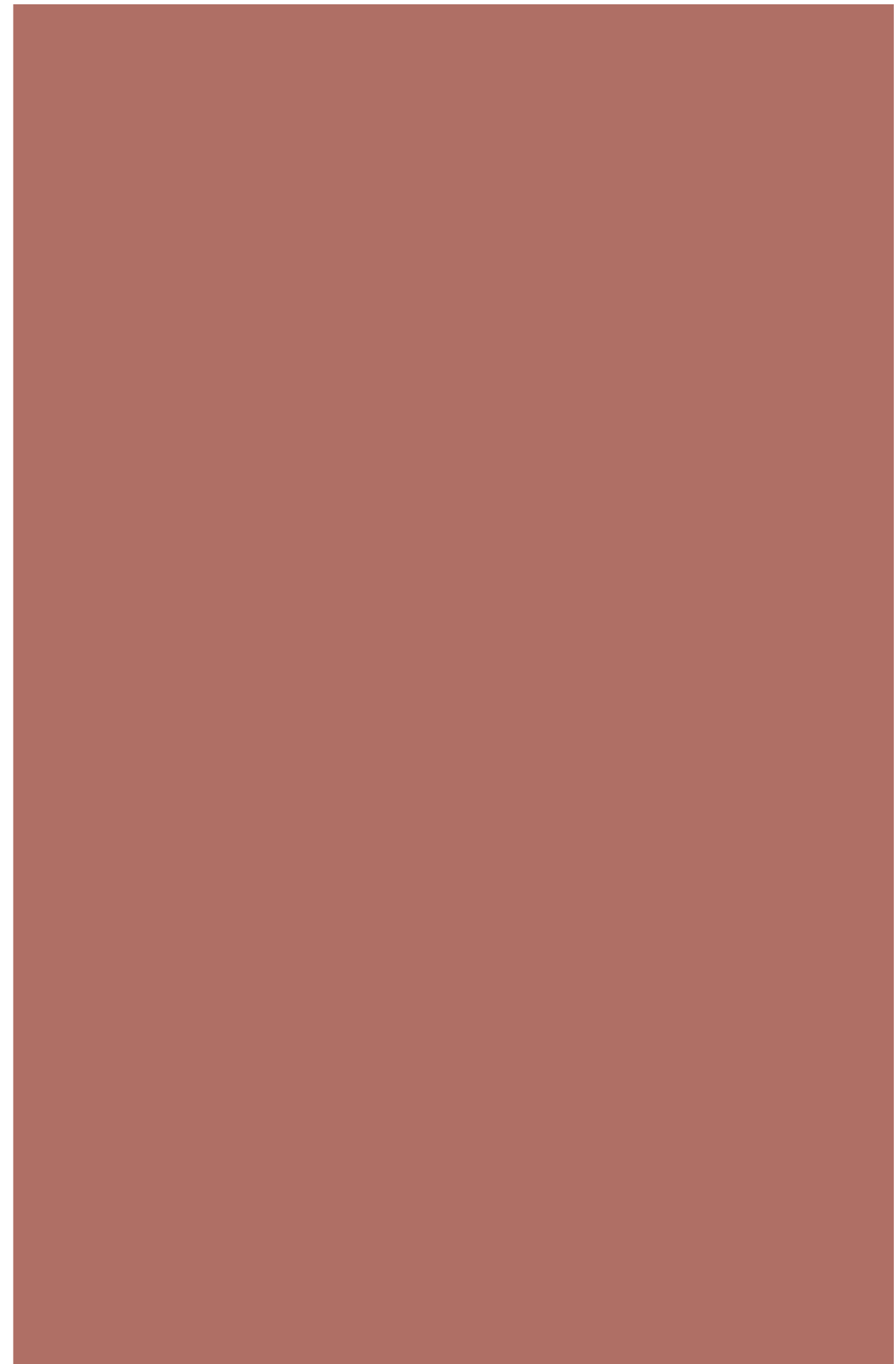
A página ganha forma e movimento dentro da estrutura reticular definida ao estabelecer diversos enquadramentos de texto e imagem (fotografias e/ou ilustrações); ao variar o número e as dimensões das colunas; na utilização dos espaços brancos como elementos compositivos relevantes; no posicionamento e dimensionamento das imagens; no uso dos títulos e das cores, consoante a pluralidade de soluções organizativas possíveis e adoptados por cada aluno. É na organização gráfica das páginas que a dinâmica e flexibilidade da revista Pinwenos se faz sentir e a identidade visual da mesma se torna (re)conhecida.

O índice resulta da estruturação de uma mancha gráfica de etiquetas e linhas que se ramificam, denominando e enumerando as secções da revista. A cor verde é a cor dominante escolhida para o índice recorrendo aos diversos tons para marcar a diferença entre conteúdos.

A numeração da página localizada lateralmente nas páginas ímpares, percorre a folha num movimento descendente. O despertar dos sentidos por meio de marcas singulares individualiza a publicação e permite que o leitor identifique e reconheça esta publicação.

Foram tomados em consideração alguns princípios em relação ao manuseamento da revista: o leitor ao folhear sem compromisso a revista expõe mais nitidamente o canto superior das páginas direitas, fazendo com que estas sejam mais visualizadas. Este facto acabou por ter influência nas opções tomadas para a realização do seu grafismo. Igualmente, as secções da revista Pinwenos estão localizadas na margem superior da página para facilitar ao leitor a procura de conteúdos. O seu grafismo combina forma, texto e cor, e evoca o mesmo modelo utilizado na construção do índice. Esta solução permite a fácil identificação da secção e permite destacá-la da paginação.

A classificação final obtida na Unidade Curricular Taller de Publicación Periódica Impresa foi 9/10.



projectos

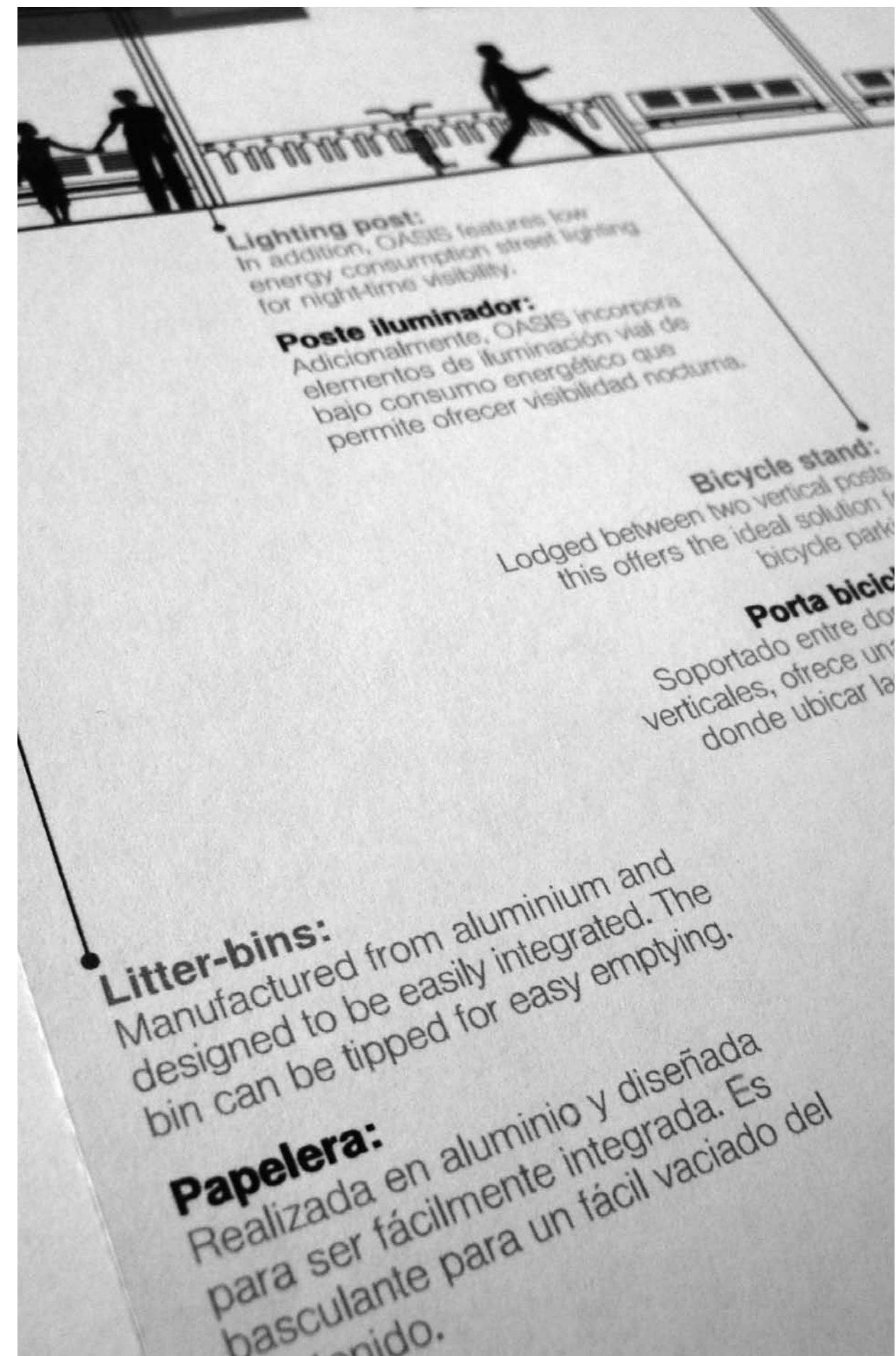
proyectos



CAPÍTULO II

projecto oasis, termigo

PORMENOR DO INTERIOR DA
BROCHURA FIG8





THE EXTERIOR REFRESHER POST WITH LIGHTING AND ADVERTISING SPACE

POSTE REFRESCANTE CON ILUMINACIÓN Y PUBLICIDAD



The OASIS system is exterior furniture that has been re-designed to provide a refreshing, comfortable experience.

OASIS creates both cooling sensation with a fine misting effect and warmth through radiation.

The system is made up of simple and elegant components that can be combined in different ways to meet specific requirements. The main post can be used either for advertising, address elements or meeting advertising, lighting, signage, etc.

OASIS is manufactured from aluminum and stainless steel with superb finishes.

El sistema OASIS está diseñado para aportar confort térmico en combinación con elementos de mobiliario urbano.

OASIS proyecta frescor por medio de pulverización y calor mediante radiación.

Este sistema está formado por elementos sencillos e elegantes que en distintas combinaciones permiten resultados exclusivos. El poste principal permite tanto la combinación entre elementos como la inserción de publicidad, luz, señalización, etc.

OASIS está construido en aluminio y acero inoxidable con acabados de alta calidad.



CLIMATE CONTROL SHELTERS FOR PEDESTRIAN RESTING AREAS

MARQUESINAS CLIMATIZADAS CON ZONAS DE ESPERA



The OASIS system incorporates shelters that protect from the sun while enjoying the cooling effect of the mist.

Our system, in combination with benches and litter bins, forms spacious and comfortable areas for relaxation on pedestrian pathways, gardens, shopping areas, parks, etc.

All materials are outdoor resistant and have been conceived for easy maintenance.

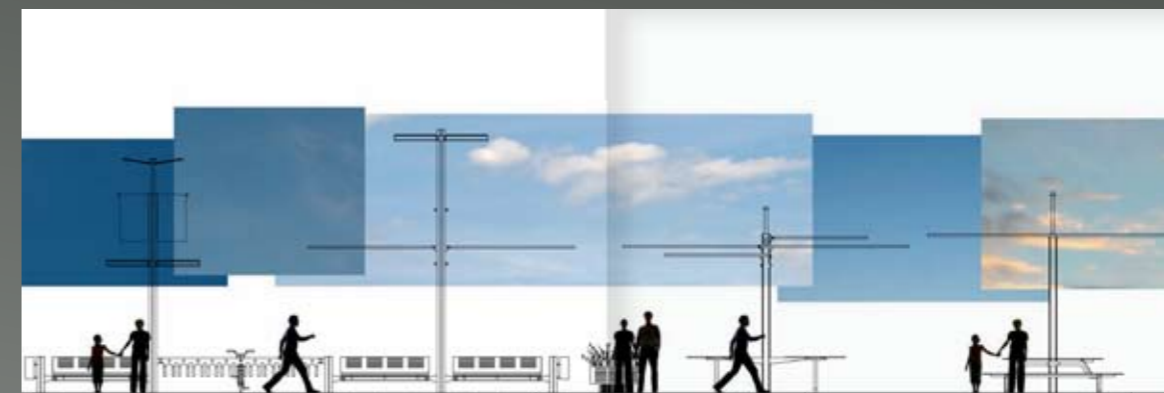
El sistema OASIS incorpora también sombras para protegernos de la radiación solar y disfrutar más del frescor de la pulverización.

Nuestro sistema, en combinación con bancos y papeleras, forma amplias y confortables áreas de descanso en parques, senderos, jardines, zonas comerciales, parques de ocio, etc.

Todos los materiales presentan gran resistencia a la intemperie y están diseñados para un fácil mantenimiento.

OASIS

12



Lighting post:

In addition, OASIS features low energy consumption street lighting for nighttime visibility.

Poste iluminador:

Adicionalmente, OASIS incorpora elementos de iluminación vía de bajo consumo energético que permite ofrecer visibilidad nocturna.

Bicycle stand:

Lodged between two vertical posts, it offers the ideal solution for bicycle parking.

Porta bicicletas:

Situado entre dos postes verticales, ofrece una solución donde aparcen las bicicletas.

Litter-bins:

Manufactured from aluminum and designed to be easily integrated, the bin can be topped for easy emptying.

Papeleras:

Realizadas en aluminio y diseñadas para ser fácilmente integradas, es bastante fácil vaciarlas del contenido.

Benches:

Made from 3 mm sheet aluminum with rigid ribs, they can be adapted to the required ergonomics for comfort. These units can be located on either or both sides of the post.

Bancos:

Realizadas en chapa de aluminio de 3 mm con nervios rígidos, se adaptan a la ergonomía requerida para el descanso. Estas unidades pueden ubicarse hacia un lado o ambos lados del poste.

Plant Module/Machine room:

This is a simple solution to house the necessary equipment without the need for building work or complicated utility connections. Maintenance has been carefully considered.

Jardínera/Sala de máquinas:

Buscamos ofrecer una solución sencilla a la ubicación de la maquinaria y elementos de funcionamiento del sistema sin necesidad de realizar obra civil o arquitecta. Permiten un fácil acceso y mantenimiento de los elementos de su interior.

Restaurants and bars:

Our tables for outdoor use in the restaurant industry are joined to the central post which secures them in a straight line.

Mesas hostelería:

Incorporadas al poste central que permite mantener fijas y ordenadas las mesas de uso exterior para la hostelería y la restauración.



Picnic area:

A circular table and bench offering plenty of shade and a climate-controlled space.

Zona picnic:

Mesa circular y banco que ofrecen una sombra amplia y genera un espacio climatizado.

OASIS

13

OASIS
Diseño de Rafa Ortega

BREAKDOWN OF COMPONENTS
AND MODULAR OPTIONS
DESPIECE DE ELEMENTOS Y
POSIBLES MODULARIDADES

TERMIGO
MICROCLIMAS

The OASIS modular system for
creating comfortable areas
outdoors.

This is a small example of the
components of our system. You can
create various combinations to
adapt to your climate control needs.

The final result is defined by the
unique personality of every project.

Sistema modular OASIS, para crear
zonas de confort exteriores.

Esta es una pequeña muestra
donde enumeramos las piezas
pertenecientes al proyecto. Se
pueden realizar infinitas
combinaciones para adaptarse a
las necesidades del espacio

Misting post:

The basic element that provides support
for a misting device that cools the air
down to 1.1°C.

Advertising/Signage post:

The perfect complement for advertising
promotional campaigns or signage.

Specific lighting:

Using LED lighting to create an
atmosphere that provides a decorative

Lighting post:

In addition, OASIS features
energy consumption street
for night-time visibility.

Poste iluminador:

Adicionalmente, OASIS
ofrece elementos de ilumina-
ción que permiten un bajo consumo energético
y permite ofrecer visibilidad

Litter-bins:

Manufactured from aluminium
designed to be easily integrate
into the system for easy em

CREATE YOUR OWN CLIMATE
CONTROL IN URBAN AREAS



The adjoining panel module is designed to house the equipment that can lower temperature to 11°C, even on the warmest of days, or raise the temperature as needed.

El elemento modular escamotea el conjunto de maquinaria que requiere OASIS para generar una fresca pulverización, capaz de reducir la temperatura hasta 11°C en los días más calurosos.

OASIS




HEATING SOLUTIONS FOR WINTER

As an option, the bench can be equipped with a heating system that will provide comfort during the winter months.

This heating system can be programmed and controlled with a built-in thermostat.

The heating system works on low voltage DC and can utilize clean energy from the existing network or, alternatively, from photovoltaic solar panels.

We have thus made available a state-of-the-art heating module that offers total comfort both in summer or winter.



OASIS



INTERIOR DA BROCHURA FIGS 13 & 14

PÁGINAS SEGUINTE

PORMENOR DA BROCHURA FIG 15

Esta es una pequeña
donde enumeramos las piezas
pertenecientes al proyecto. Se
pueden realizar infinitas
combinaciones para adaptarse a
cualquier necesidad del espacio
a climatizar.

El resultado final queda definido
por la personalización de cada
proyecto.

Available colors:

Acabados:



for a misting device that
down to 1°C.

Advertising/Signage post:
The perfect complement for advertising
promotional campaigns or signage.

Specific lighting:
Using LED lighting to create an
ambience that provides a de
effect.

Poste nebulizado
Elemento básico
para generar
refrescar el a

Poste p
Comple
camp
de

projecto gutierrez y ortega

DETALHE DE UMA PORTADA
VALENCIANA APRESENTADA
COMO INSPIRAÇÃO NO DESIGN DO
CATÁLOGO FIG.16

PÁGINAS SEGUINTE
CAPA DO CATÁLOGO GUTIERREZ Y
ORTEGA FIG.17





gutierrez y ortega
**ESTUDIO DE
DISEÑO GRÁFICO
E INDUSTRIAL**



2009, MOBILIÁRIO
URBANO



OASIS,
termigo

INTERIOR DO CATÁLOGO; LINHA
OASIS DESENHADA POR RAFA
ORTEGA FIG 18

2010,
MICROARQUITECTURA

ACACIA,
barbacoa





INTERIOR DO CATÁLOGO; ESPAÇOS
EXTERIORES DESENHADOS POR RAFA
ORTEGA FIGS 20 & 21

2009. IDENTIDAD CORPORATIVA



VERICAT



INTERIOR DO CATÁLOGO; IMAGEM GRÁFICA DA VERICAT E INTEGRAÇÃO DA REFERIDA IDENTIDADE A UM CONJUNTO DE SUPORTES DIVERSOS CRIADOS POR CRISTINA GUTIERREZ
FIG 22

2009. IDENTIDAD CORPORATIVA Y INTERIORISMO



CULMEN



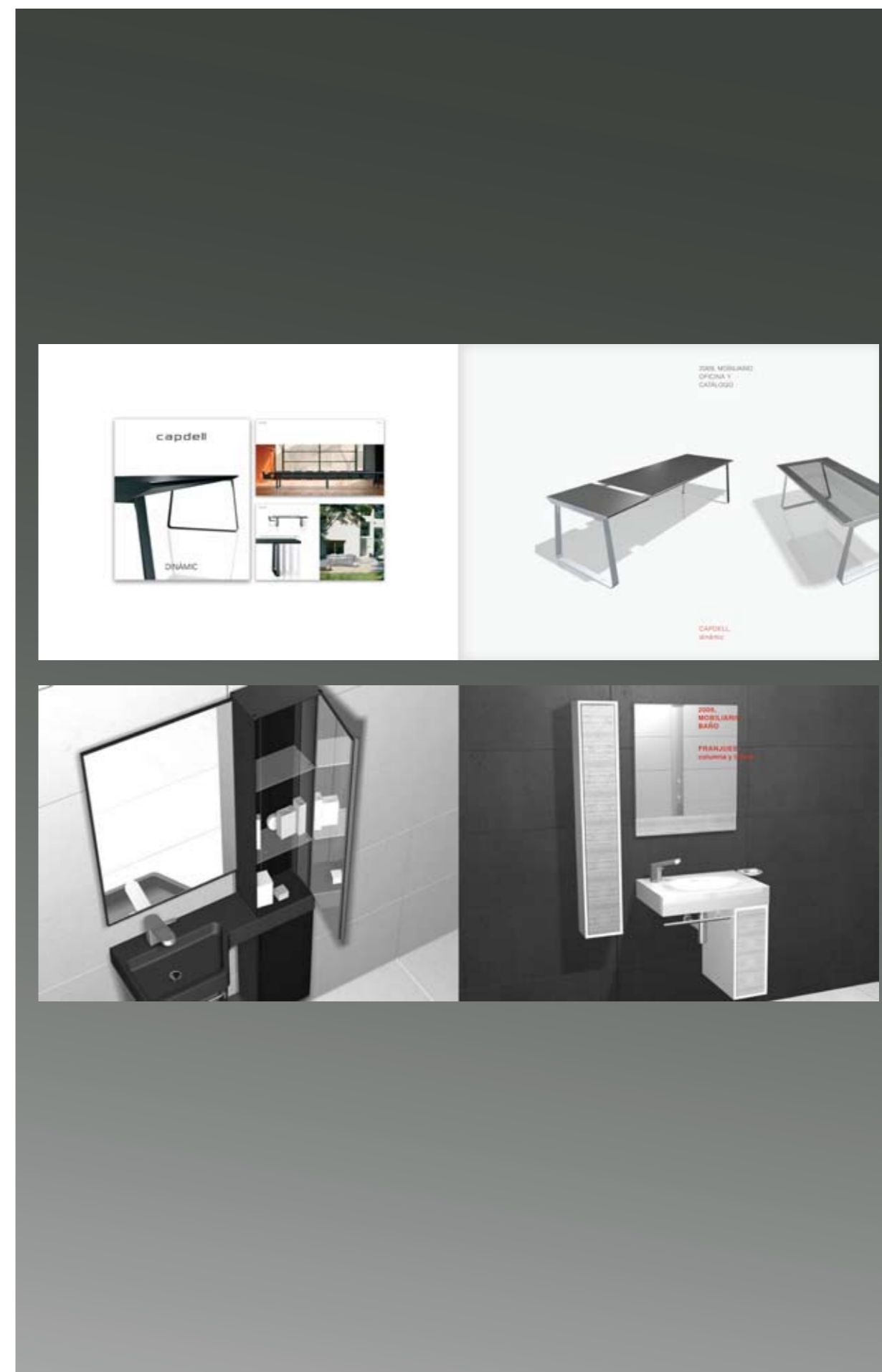
INTERIOR DO CATÁLOGO;
IDENTIDADE CORPORATIVA DA
CULMEN (LOGOTIPO E APLICAÇÕES
EM MENU E MONTRA) CRIADA POR
CRISTINA GUTIERREZ FIG 23



INTERIOR DO CATÁLOGO;
IDENTIDADE CORPORATIVA DA
CULMEN (APLICAÇÃO DA IMAGEM
GRÁFICA EM TELA E POSTER) CRIADA
POR CRISTINA GUTIERREZ FIG24

INTERIOR DO CATÁLOGO; LINHA
'DINÀMIC' DESENHADA POR
RAFA ORTEGA E CATÁLOGO COMO
MATERIAL INFORMATIVO E
PROMOCIONAL PROJECTADO POR
CRISTINA GUTIERREZ FIG 25
INTERIOR DO CATÁLOGO; LINHAS

'COLUMNÁ' E 'LATERAL' DE
MOBILIÁRIO DE CASA DE BANHO
CRIADO POR RAFA ORTEGA FIG 26
PÁGINAS SEGUINTE
CONTRACAPA DO CATÁLOGO
GUTIERREZ Y ORTEGA FIG 27



juan bautista corachán 16, bio
46018 valencia

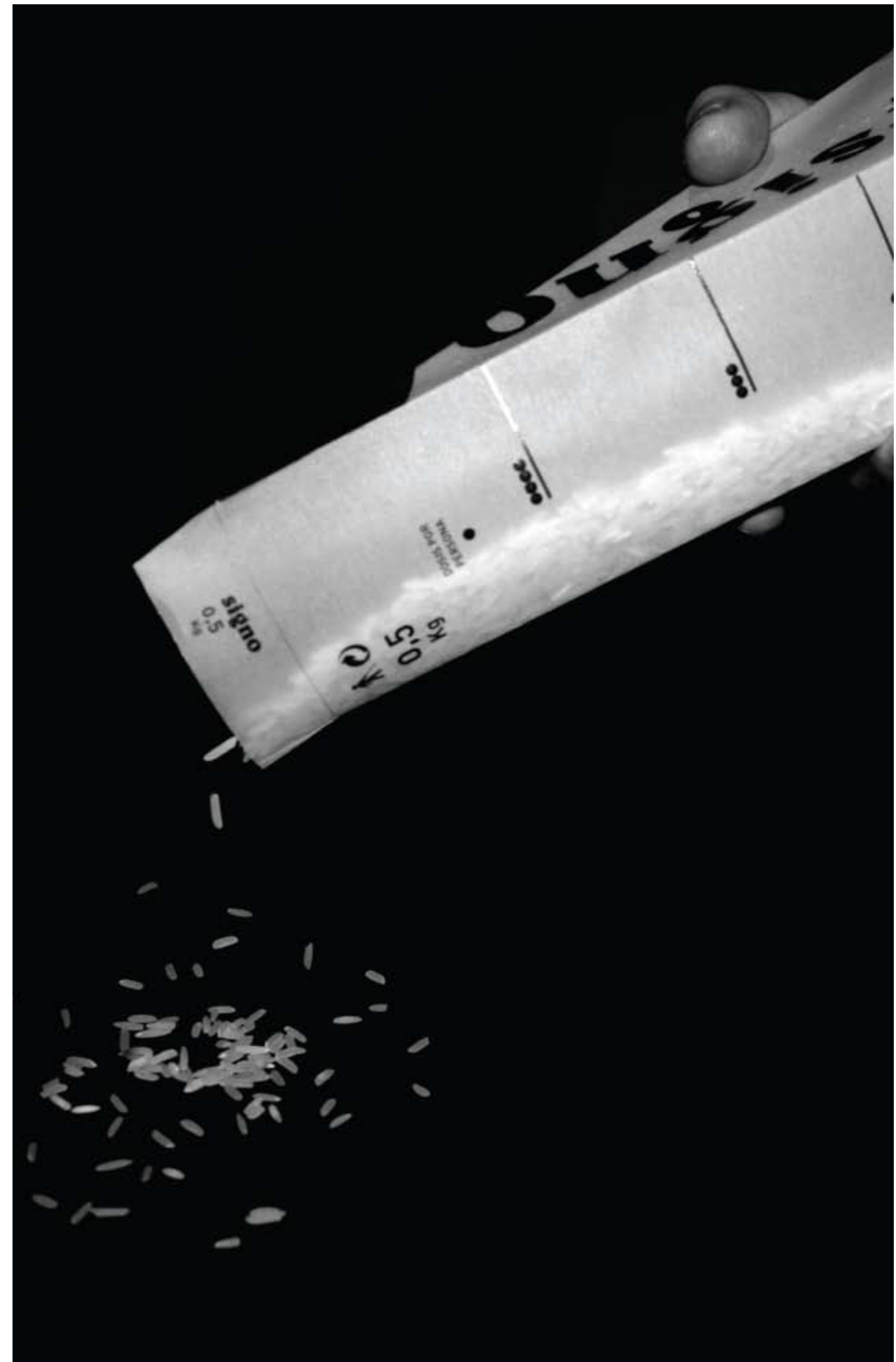
t 963 781 603

e estudio@gutierrezyortega.com

www.gutierrezyortega.com

*el grano
geométrico,
participação
em concurso*

FUNCIONAMENTO DO PROTÓTIPO DA
EMBALAGEM DE ARROZ FIG 28





FRENTE E VERSO DA EMBALAGEM
 'EL GRANO GEOMÉTRICO' FIG 29

PÁGINAS SEGUINTE
 EMBALAGEM 'EL GRANO
 GEOMÉTRICO' FIG 30



etiquetado clásico de vino

PORMENOR DA DE LACRE NA
GARRAFA 'BASKERVILLE' FIG 31

PÁGINAS SEGUINTE
APLICAÇÃO DAS ETIQUETAS EM
GARRAFAS DE VINHO FIG 32





BAS KER VILLE

14,5% Vol

750 ML

*Tipografía serif de transición
diseñada en 1757
por John Baskerville*

Baskerville aumentó el contraste entre trazos gruesos y finos, haciendo que el serifs más afiladas y más cónicas, y cambió el eje de las letras redondeadas a una posición más vertical. Los trazos curvos son más circulares en su forma, y los caracteres se hicieron más regulares. Estos cambios crearon una mayor coherencia en el tamaño y forma.

La tipografía de Baskerville fue la culminación de una gran serie de experimentos para mejorar la legibilidad y su ideas de perfección, sencillez y elegancia tranquila.

DANIEL BELDA

.....
*Cabernet Sauvignon
Reserva 2004*

El Cabernet Sauvignon Reserva es un vino estructurado, de nariz potente, que conserva muy bien la fruta roja. En boca es envolvente, con un postgusto largo y agradable. Su toque de acidez final da un equilibrio perfecto a éste reserva de corte más moderno.

[TINTO]



750 Ml 14,5% Vol

CLAREN
DON
DON

LT Std

CLARENDON LT STD

Creada en Inglaterra
por Robert Besley
para la fundición de Fann Street
en 1845.



La familia Clarendon es un claro ejemplo de tipo Egipcio; presenta poco contraste entre sus trazos y un mejor encaje entre las letras, un notable engrosamiento del trazo, y un aumento del tamaño de los remates. ¶ Siendo una egipcia negra, con una estructura pesada, de remates redondeados, con versales y caja baja; tiene un enorme éxito utilizada sobre todo para destacar textos, o para trabajos de publicidad.

DANIEL BELDA

CSOA

Cabernet
Sauvignon
Reserva
2004

« TINTO »

tipo lijadora

FASE DE EXPERIMENTAÇÃO
TIPOGRÁFICA COM FITA ADESIVA
FIG 35





LINHA EM PAPEL FIG 36

PÁGINA AO LADO
MARCA DE CARIMBO REALIZADO
MANUALMENTE COM UTILIZAÇÃO
DE TINTA ACRÍLICA SOB CARTÃO FIG 37

PÁGINAS SEQUINTE
VERNIZ FIG 38



legna

Niente

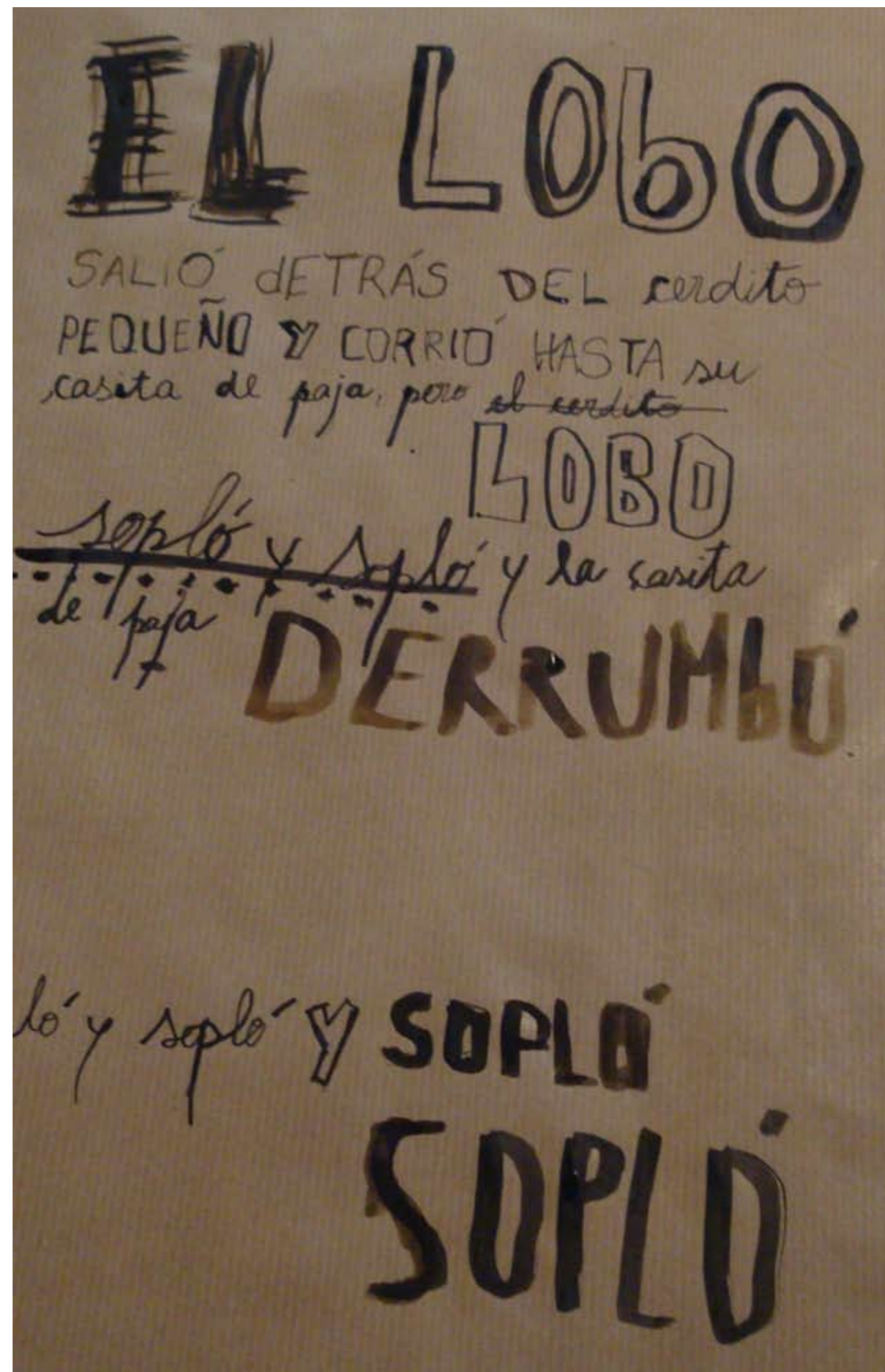
to





PÁGINAS ANTERIORES
 PROJECÇÃO DE SOMBRA ATRAVÉS DE
 SUPERFÍCIE DE PLÁSTICO PICOTADA
 FIG 39 & 40

PROJECÇÃO DE SOMBRA ATRAVÉS DE
 RECORTES EM CARTÃO FIG 41
 CALIGRAFIA UTILIZANDO TINTA DA
 CHINA FIG 42



LIJADORA

A B C D E F G H

I J K L M N O P Q

R S T U V W X

Y Z , ; = () _

! ? @ # \$ %

& ' () * + , - . /

: ; < = > ? @ A B C

D E F G H I J K L

M N O P Q R S T U

V W X Y Z



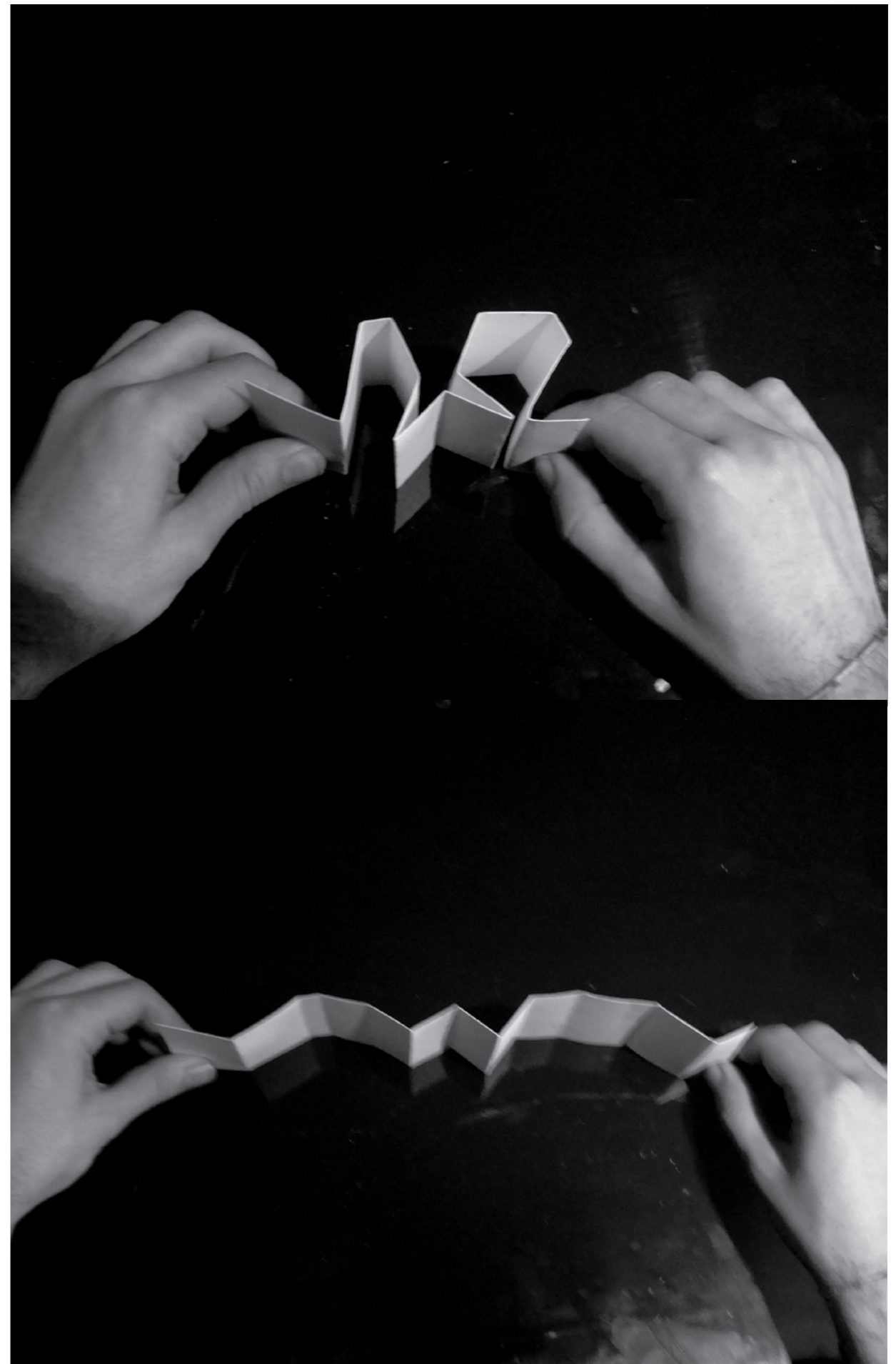
PÁGINA AO LADO
 DESENVOLVIMENTO DE ALFABETO
 PELA COMPOSIÇÃO DAS LETRAS COM
 LIMAS DE UNHAS FIG 43

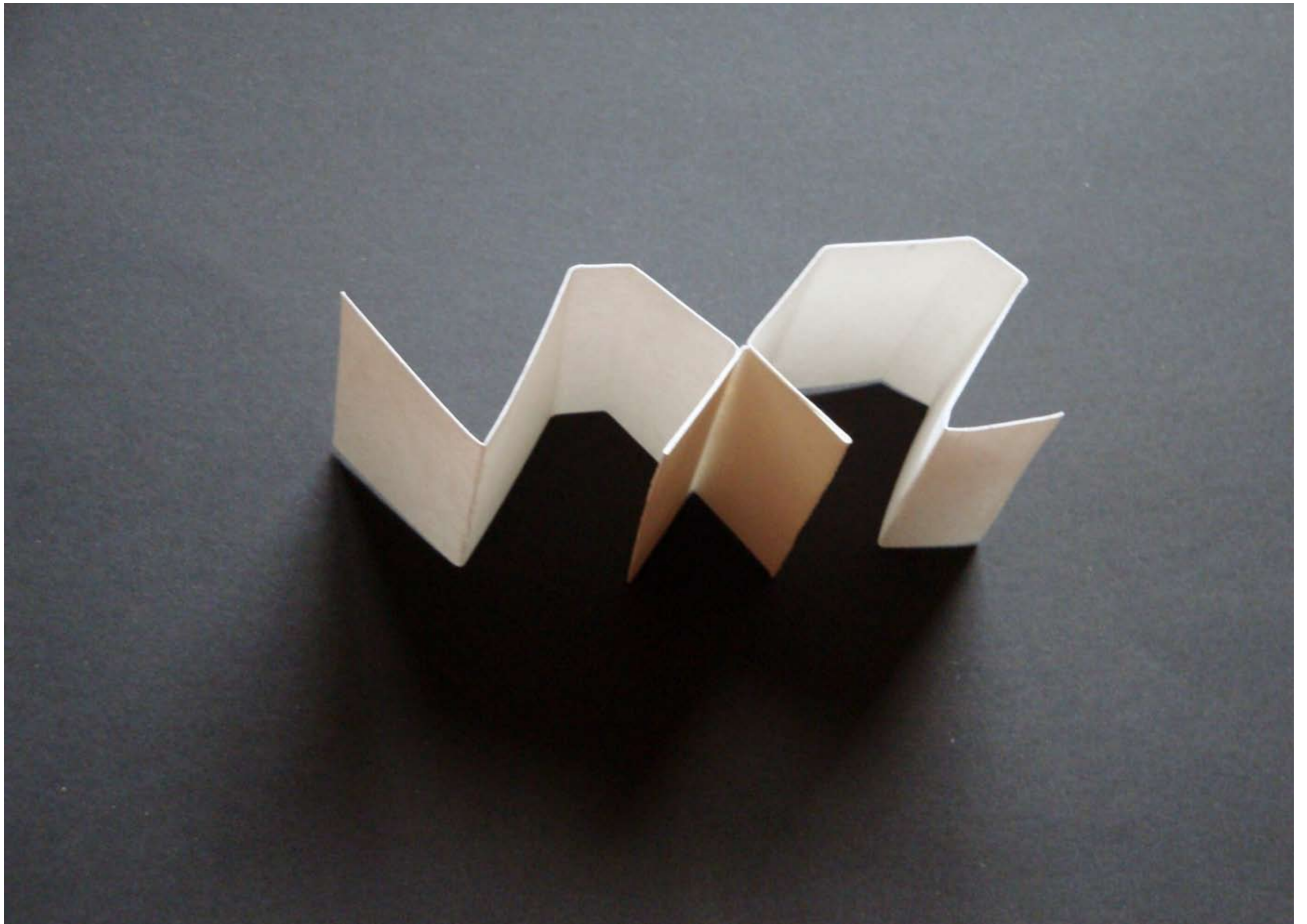
PORMENOR DA 'VÍRGULA' DA
 TIPOGRAFIA LIJADORA FIG 44

vp0r2 & ípsilon

CONSTRUÇÃO DA MAQUETE DO
LOGOTIPO VPOR2 FIGS 45 & 46

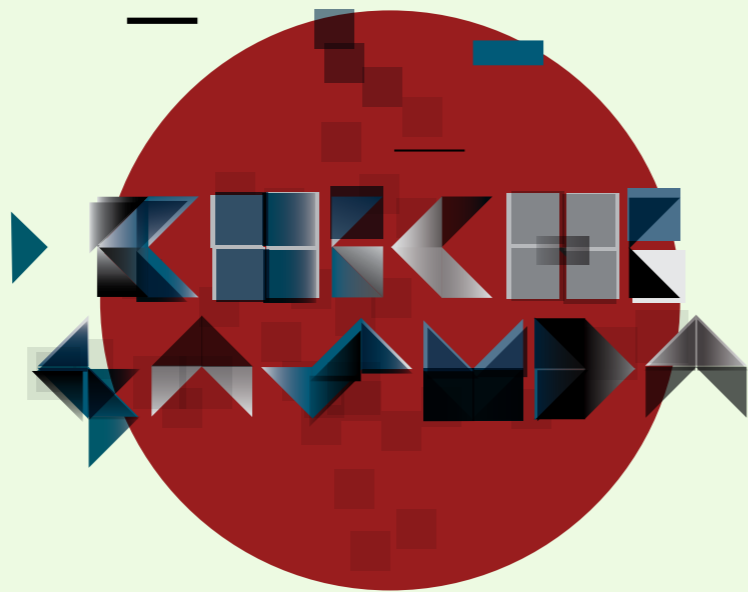
PÁGINAS SEQUINTE
MAQUETE VPOR2 FIG 47







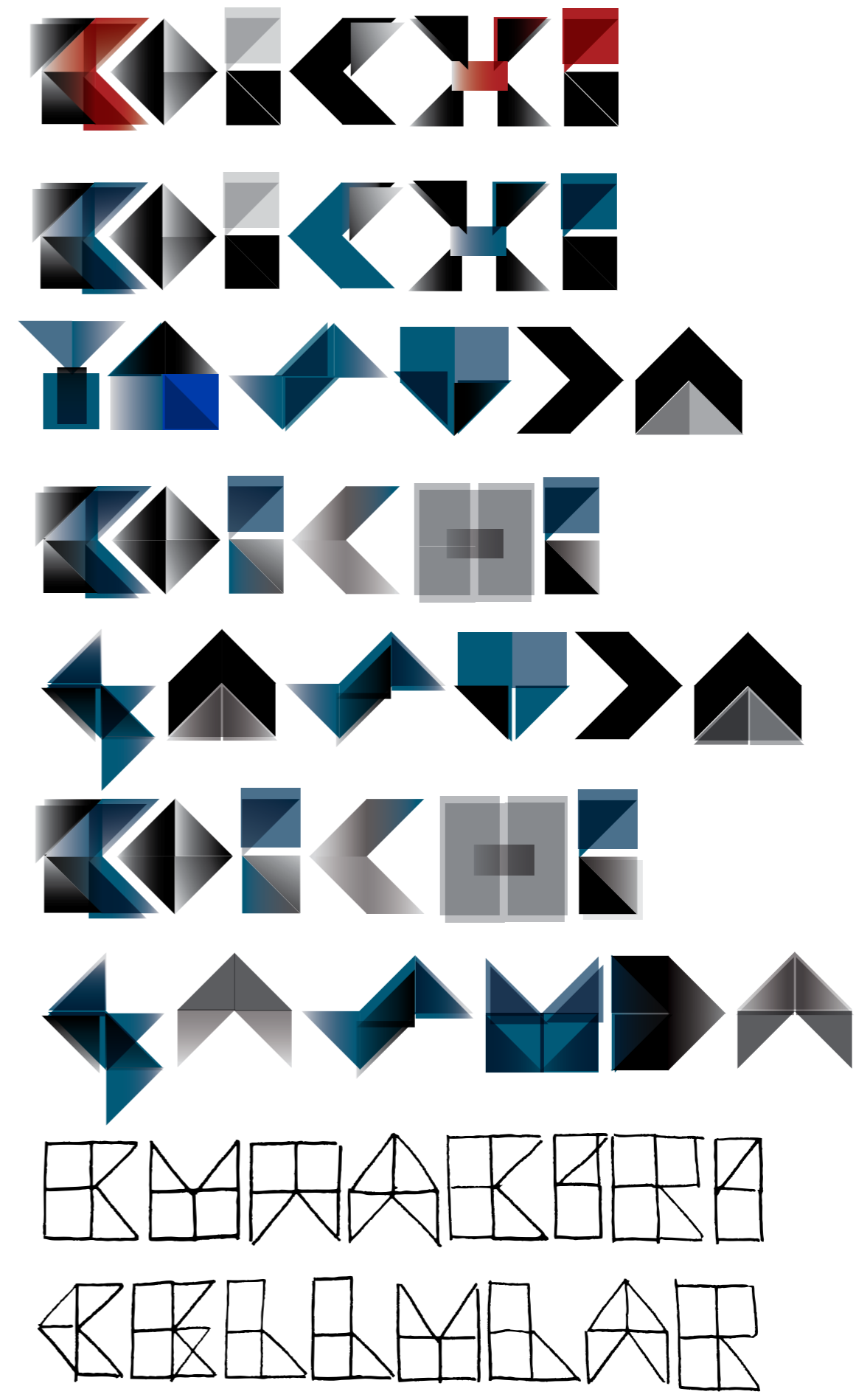
VPOR2 | REVISTA DE VIVIENDA



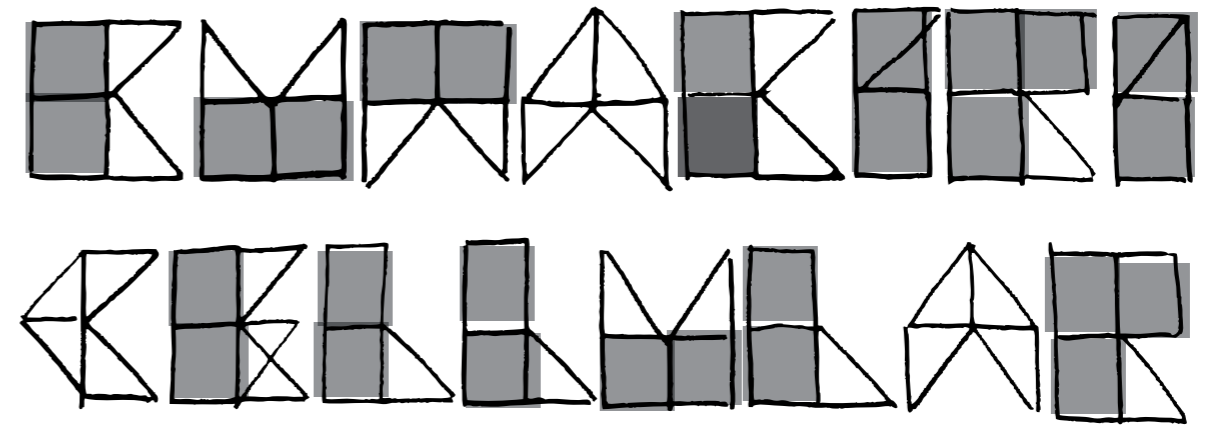
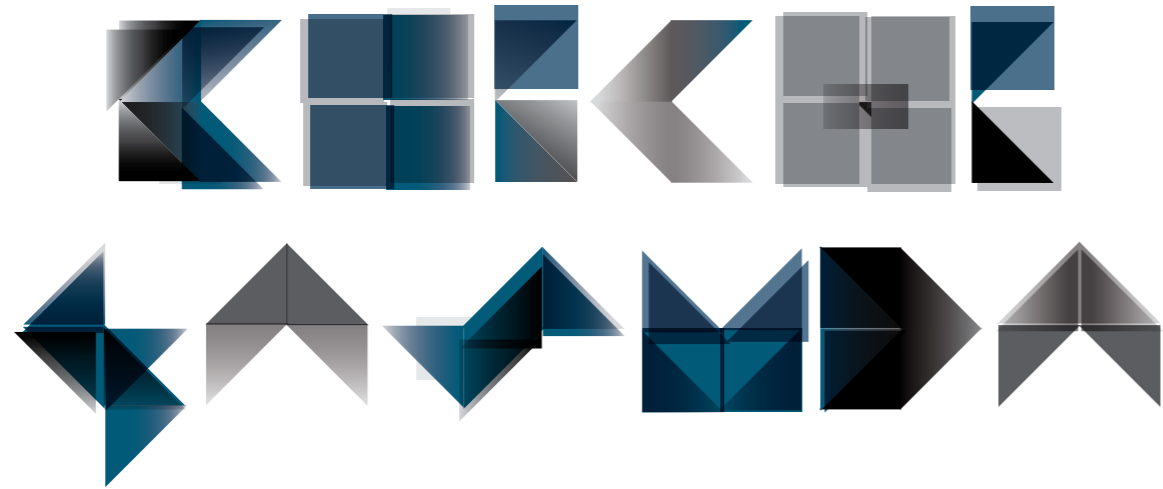
ESPECIAL
ENERO-ABRIL 2010



KOICHI YASUDA
presenta sus dos viviendas,
KUMAKIRI y CELLULAR.



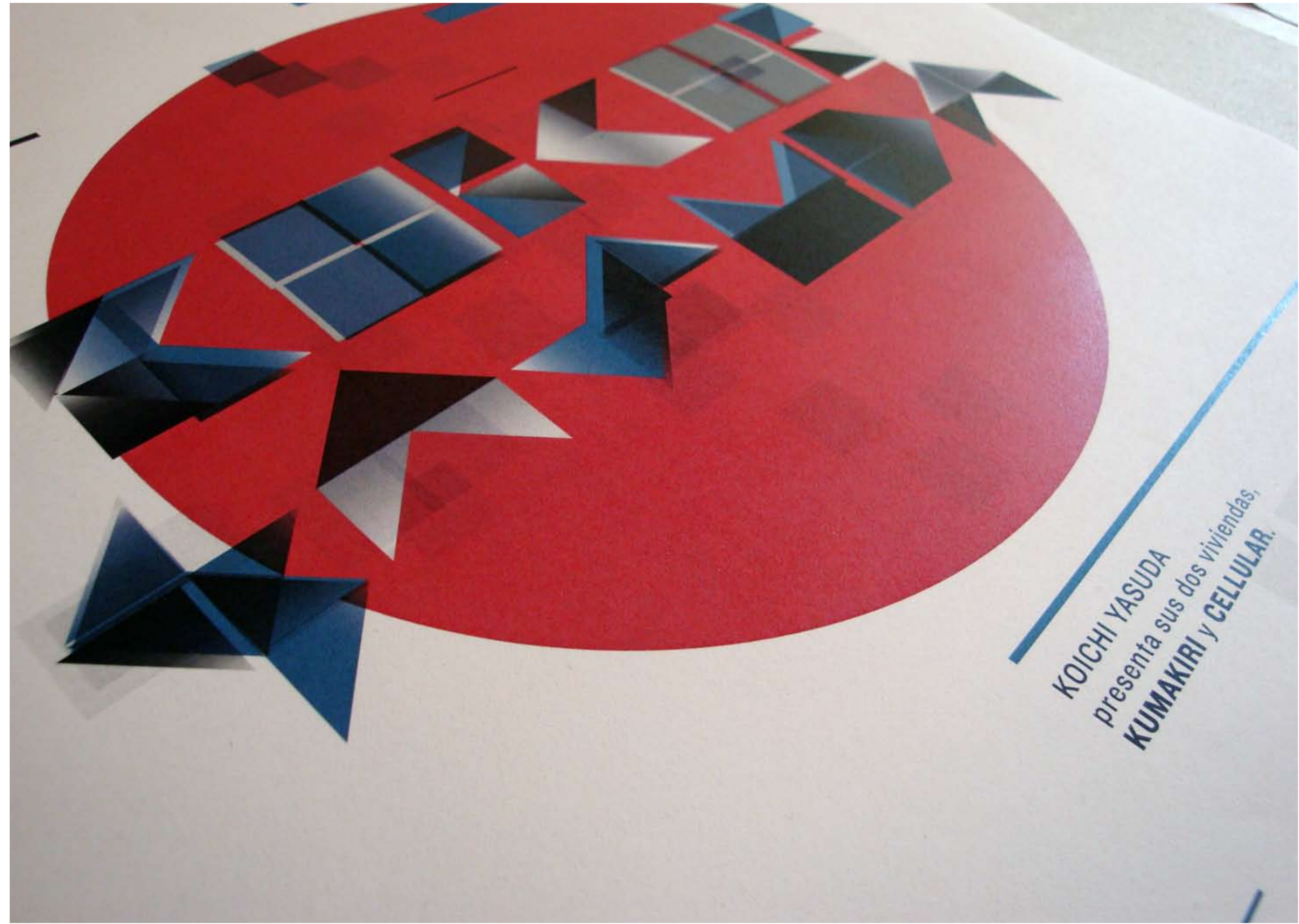
FASE DE DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA TIPOGRÁFICA PARA A PUBLICAÇÃO FIG 49



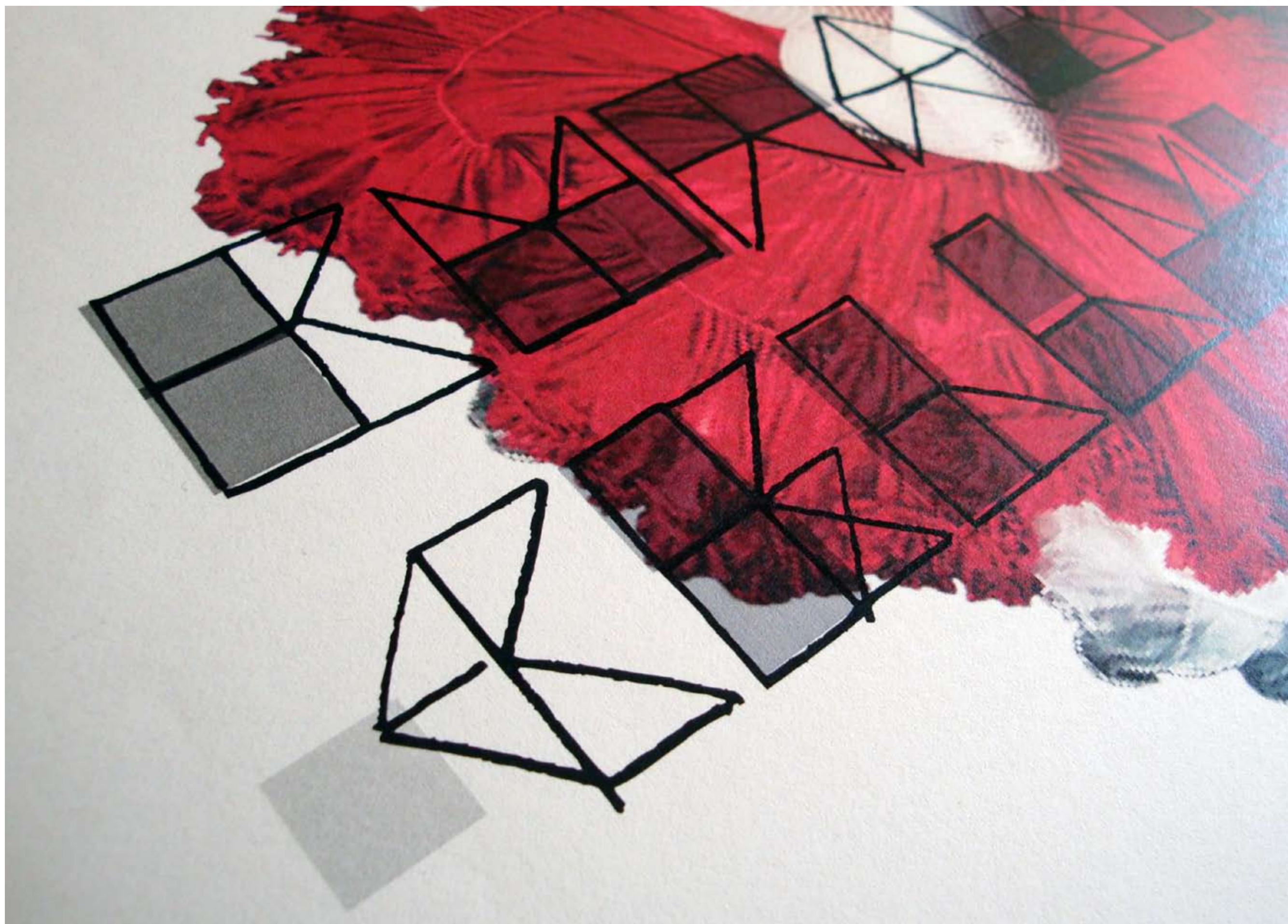
TIPOGRAFIA CRIADA PARA A VPOR2
FIG 50

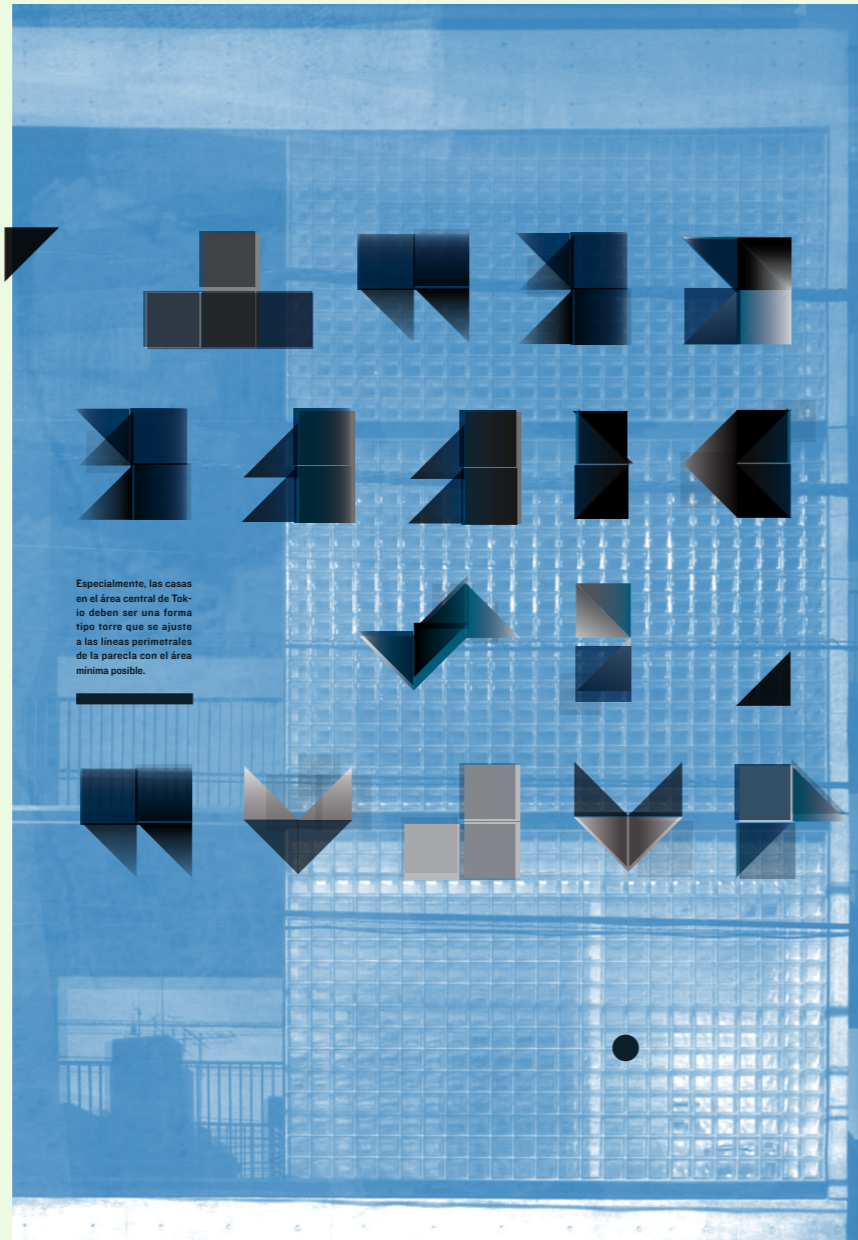
PÁGINA AO LADO
SEGUNDA PROPOSTA TIPOGRÁFICA
DESENVOLVIDA FIG 51

PÁGINAS SEGUINTE
PORMENOR DA CAPA VPOR2 FIG 52
PORMENOR DA CONTRACAPA FIG 53



KOICHI YASUDA
presenta sus dos viviendas,
KUMAKIRI y **CELLULAR**.





Especialmente, las casas en el área central de Tokio deben ser una forma tipo torre que se ajuste a las líneas perimetrales de la parcela con el área mínima posible.

Japón "is different"
 Carlos Piles, Arquitecto

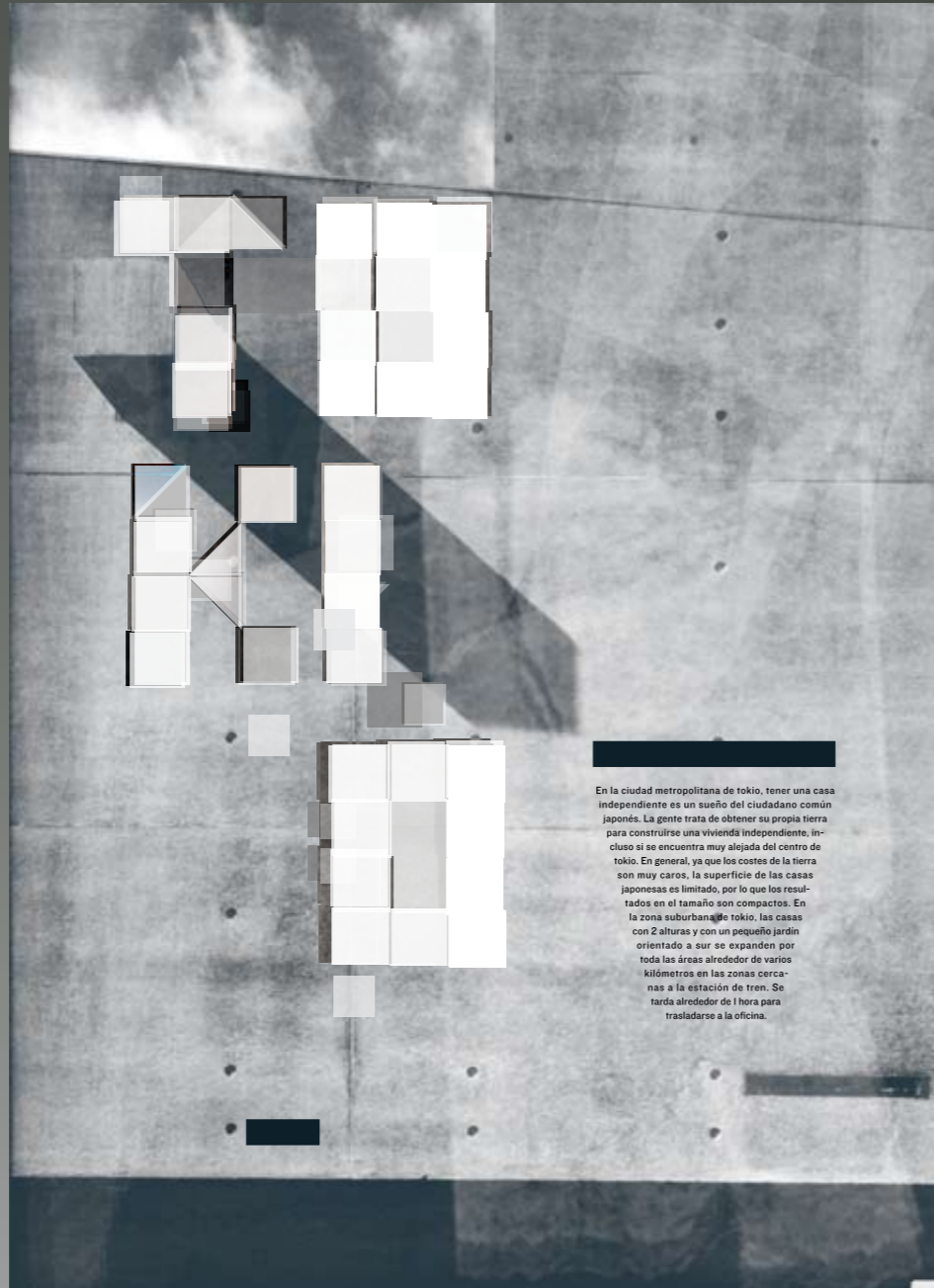
No sólo la comida, la gente y la cultura japonesa son diferentes. La forma que Japón tiene de entender la arquitectura tiene un punto de vista radicalmente distinto al occidental.

Hay en día, "los clientes buscan un nuevo tipo de vida a través de un nuevo tipo de casa" (Sou Fujimoto). De igual forma, para todo arquitecto japonés, diseñar una vivienda es un premio a su carrera. En este entorno, oferta y demanda se cruzan dando la oportunidad al artista de plasmar las ideas más radicales en la práctica (Kumiko Inui, Jun Aoki Architects).

Un ejemplo son estas dos obras (Cellular y Kumakiri) del arquitecto Koichi Yasuda. La casa Cellular, la cual tuvo el gusto de visitar hace aproximadamente un año, esta volada sobre el suelo, imprimiéndole de cierta ligereza y contrastando con el material utilizado, el hormigón. En el interior todo está diseñado al detalle y especialmente para esta casa; no hay ninguna pieza más importante que otra, y cada pieza es independiente en sí misma. Especial relevancia tiene la sala de ceramonia del té, lugar clave en la vivienda japonesa, que recibe luz del exterior gracias al diseño del pasillo. Con su propuesta en planta con forma de botella, Koichi crea un paso muy estrecho y alargado que mediante unos cortes verticales sobre el hormigón genera una sensación de amplitud y luz al paso interior.

KOICHI YASUDA
 Arquitecto Yasuda Atelier
 Profesor, PhD Tokyo Institute of Technology
 Graduate School of Architecture and
 Building Engineering

- [1993] Sakuradamon Police Box, **Tokio**
- [2000] Tropical Island Aquarium para Kanagawa Sea World, **Chiba**
- [2002] POLA Museum of Art, **Kanagawa**
- [2004] Oita Marine Palace Aquarium UMITAMAGO, **Oita**
- [2005] Kumakiri, Kanagawa; Casa en Nishiazabu, **Tokio**
- [2006] Tokyo Institute of Technology Midorigaoka Building Retrofit, **Tokio**
- [2007] Tokyo Hospital arriba Okayama Station, **Tokio**
- [2008] Cellular, **Saitama**
- [2009] POLA Ginza Building, **Tokio**; Nikken Sekkei y Yasuda Atelier



En la ciudad metropolitana de Tokio, tener una casa independiente es un sueño del ciudadano común japonés. La gente trata de obtener su propia tierra para construirse una vivienda independiente, incluso si se encuentra muy alejada del centro de Tokio. En general, ya que los costes de la tierra son muy caros, la superficie de las casas japonesas es limitado, por lo que los resultados en el tamaño son compactos. En la zona suburban@ de Tokio, las casas con 2 alturas y con un pequeño jardín orientado a sur se expanden por toda las áreas alrededor de varios kilómetros en las zonas cercanas a la estación de tren. Se tarda alrededor de 1 hora para trasladarse a la oficina.

VIVIENDAS |
KUMAKIRI Y CELLULAR
KOICHI YASUDA
TOKIO | JAPÓN

KUMAKIRI

Una torre con espacios de oficinas para alquiler y un ático para el propietario de 2 plantas, está situado en frente de las vías del tren y una estación de tren, a un cuarto de una hora del centro de Tokio, ha sido reconstruida, después de la demolición de una pequeña casa tradicional de madera.

La fachada, del 2º al 4º piso, dando a las vías del tren está cubierta por bloques de vidrio (paves) colocado en seco con junta especial transparente, diseñada para este proyecto. El ático de 2 alturas está ocupado por el propietario, con un atrio de sección triangular. El espacio de la casa se puede expandir como una ameba. La comunicación de la familia puede ser acelerada por este tipo de "sentido de la existencia".

CELLULAR

Cellular está situada en un área-dormitorio a media hora del centro, rodeada por las típicas casas de los pisos de altura. Los clientes, una pareja de ancianos que fueran ampliando su parcela obteniendo las parcelas vecinas para tener un sitio para su nueva residencia, preparando su nueva vida tras la jubilación. Me pidieron que hiciera la distribución a propósito para sus aficiones. La nueva parcela es bastante más grande en comparación con el tamaño inicial, yo les recomende diseñarles una casa de una sola altura debido a su edad.

Al hacer varios tipos de habitaciones con la forma de una botella, ajuste las funciones, sala de ceremonia del té y cocina, salón, baño y sala de Tatami japonés, un dormitorio principal y un taller, que es independiente de la casa principal por el ruido. Cada habitación se siente independiente, tranquila para mantener la privacidad, es como el diseño de casa de una sola habitación. Sin embargo, no se sienten seguros. El equilibrio y la combinación de un sentimiento de aislamiento y un sentido de unidad son importantes para la casa.

La estructura es mixta, hormigón armado y madera. El muro de hormigón armado y forjado se utiliza para la resistencia principal de los terremotos, y también es bueno para el aislamiento acústico y la protección contra incendios de los vecinos. Por otro lado, el marco de madera del forjado es para dar un ambiente cálido al salón y al dormitorio "Espacio Ameba" horizontal/vertical: para disfrutar de una relación "orgánica" con la familia en la ciudad de alta densidad de Tokio.



En la ciudad metropolitana de Tokio, tener una casa independiente es un sueño del ciudadano común japonés. La gente trata de obtener su propia tierra para construirse una vivienda independiente, incluso si se encuentra muy alejada del centro de Tokio. En general, ya que los costes de la tierra son muy caros, la superficie de las casas japonesas es limitado, por lo que los resultados en el tamaño de Tokio, las casas con 2 alturas y con un pequeño jardín orientado a sur se expanden por toda las áreas alrededor de varios kilómetros en las zonas cercanas a la estación de tren. Se tarda alrededor de 1 hora para trasladarse a la oficina.



CAPA E CONTRACAPA CRIADAS PARA
A REVISTA ÍPSILON FIG 57



P O N E Y E P

O som electrónico criado por VITALIC é sem dúvida único, um toque experimental muito apoiado num baixo forte e com muita raiva sem que deixe de ser límpido.

la tetra dibujada

PESQUISA E EXPERIMENTAÇÃO
TIPOGRÁFICA FIG 59

PÁGINAS SEGUINTE
DESENVOLVIMENTO DA CALIGRAFIA
PARA O PROJECTO FIG 60



LA LA LETRA DIBUJADA

G GERRIT NOORDZIT
NOORDZIT INOCUO

KEN BARBER ALE PAUL JAMES
JAMES MOSLEY

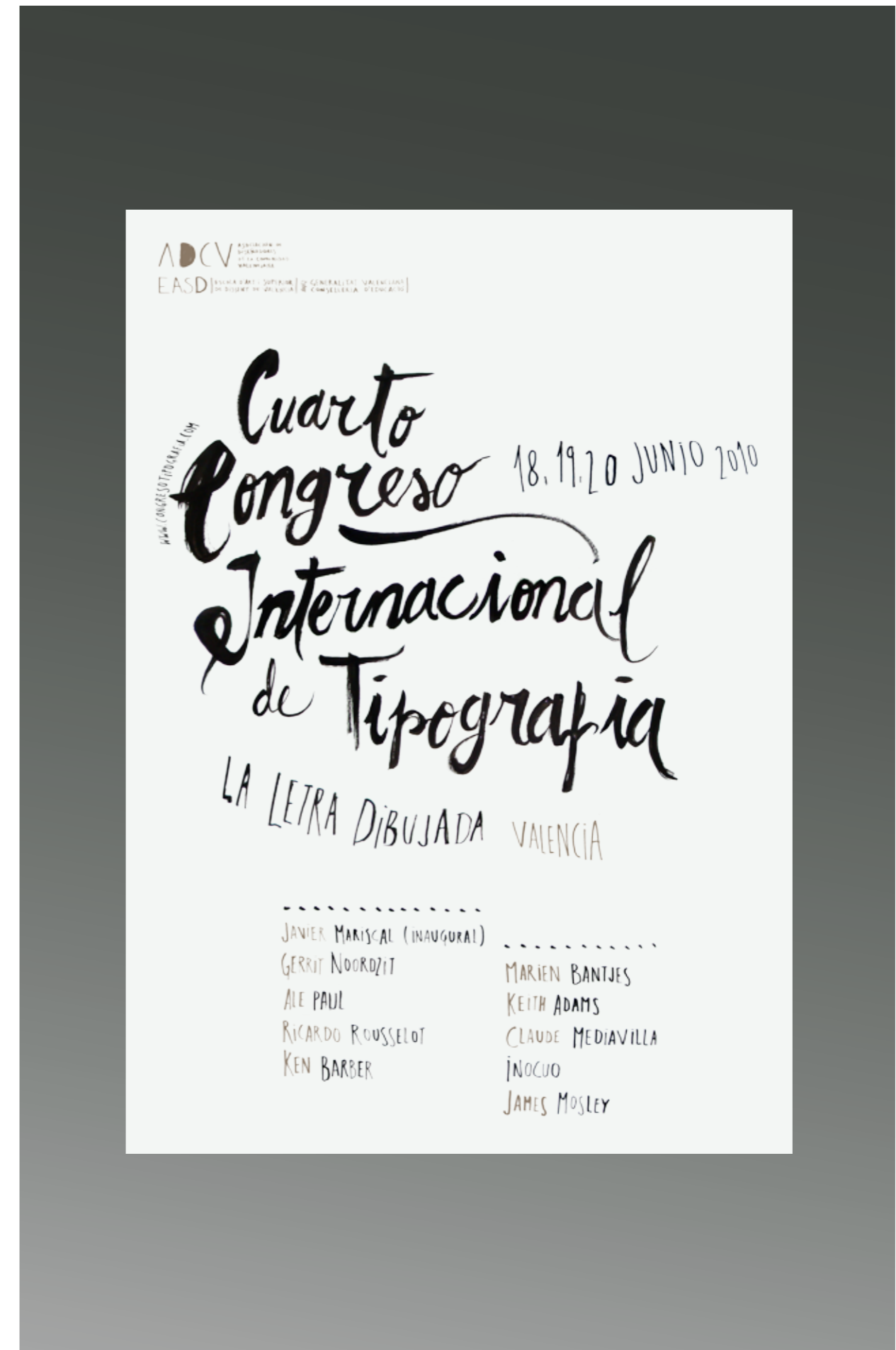
RICARDO ROUSSELOT CLAUDE MEDIAVILLA

JAVIER MARISCAL (INAUGURAL) CLAUDE

MARIEN BANTJES KEITH ADAMS INOCUO

CARTAZ 'LA LETRA DIBUJADA' FIG 61

PÁGINAS SEGUINTES
APLICAÇÃO DO CARTAZ EM
AMBIENTE REAL (MUPI INTEGRADO
NA CIDADE DE VALÊNCIA) FIG 62





CEMUSA

ADCV
EASD

Cuarto Congreso Internacional de Tipografía
18, 19 JUNIO 2010
LA LETRA DIBUJADA VALENCIA

JOSE MARÍA (LACOMINI)	FRANCESCO BENTON
OSCAR NIEMEYER	FRANÇOIS BÉGIN
JOE ZEEB	CLAUDIO BRUNFELDI
FRANÇOIS BÉGIN	JOAQUÍN
JOE ZEEB	JAMES HOSLEY

CEMUSA

NUEVO CITROËN C3
EL VISIODRIVE

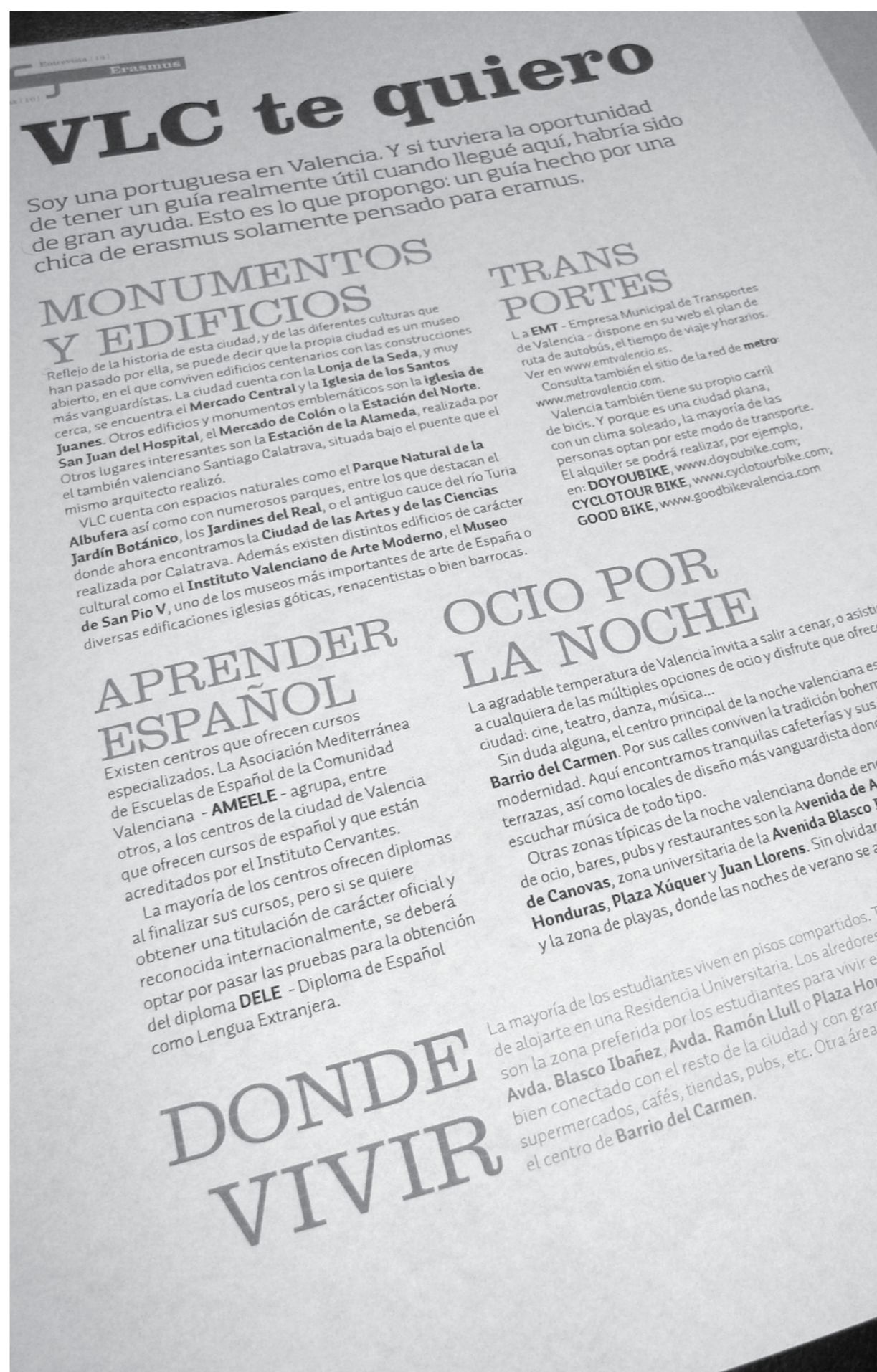
CITROËN

Pronto

P
MOTOS

pinwenos

PORMENOR DA PAGINAÇÃO DA
PINWENOS FIG 63



patrizio di **RENZO**

‘Si tuviera que definirme, diría que me veo más como un pintor neo-realista que un fotógrafo sencillo, simplemente porque me gusta trabajar la imagen.’



Patrizio Di Renzo preocupación clave es el espíritu del espectador de sus imágenes en otro universo, lejos de lo real, de lo cotidiano.

Patrizio Di Renzo utiliza la fotografía para decir algo distinto de lo que se suele decir, y sobre todo para llevar a cabo ‘viajes’ en el imaginario, en el más allá.

www.patriziodirenzo.com



miikka **LOMMI**

Miikka lommi es un director de videos. Él hace videos musicales, comerciales, de arte - y las películas de moda. Su trabajo de video es algo perverso, divertido y absurdamente irreal.

www.myspace.com/miikkalommi



stan and **LEX**

[flickr.com/photos/-sten-/](https://www.flickr.com/photos/-sten-/)

El dúo italiano Sten & Lex, meticulosamente crean una plantilla única que luego se destruyen con gracia - en el proceso, creando obras de arte únicas que son realmente individuales en su escena. Lo llaman de “Plantillas Cartel” porque, en esencia, ambos son plantillas y carteles, al mismo tiempo. Es lo proceso de pegar la matriz de la plantilla, corte en el papel, en un panel de madera en forma de póster, a continuación, Lego pintan sobre la matriz de negro y cuando todo seco, destruyen la matriz, dejando algunas partes de la matriz pegadas a la madera. De esta manera, la plantilla no es reproducible y la matriz ‘muere’ en la propia obra.



Tipografía Iraní

Una de las cualidades que hace del actual diseño gráfico Iraní único es su tipografía. El país tiene una rica historia de las artes visuales y, además, la mayor parte de este patrimonio se compone de la caligrafía.

En los últimos tiempos estos tesoros de belleza y armonía han inspirado a pintores, escultores, y en particular: los diseñadores gráficos.

En comparación con Europa y América del Norte la caligrafía es una forma de arte más popular y practicado en Irán y en la mayoría de otros países alrededor de esta área. Podrá notar que al menos una pieza de caligrafía colgaban de las paredes de la mayoría de las familias iraníes.

Tal vez todas estas son razones por las que no es tan fácil trazar la línea donde termina la caligrafía y tipografía comienza. Algunas de las obras maestras del diseño de Irán son a menudo los resultados de una colaboración entre un diseñador y calígrafo. El secreto de la caligrafía Persa se encuentra en la grafía

y su mecánica. Esta escritura del idioma Persa o Farsi, se conoce como la Escritura Árabe. Cabe señalar que el término técnico Escritura Árabe se refiere a la grafía utilizada en Irán, Turkmenistán, Tayikistán, Afganistán, Pakistán, otros países Árabes, y más regiones de la India donde el idioma se habla Pashtu.

Proyecto de **Salim Bouterfas**



'El hombre, Amor y Vida'; cartel de **Majid Abbasi** en conmemoración del pianista Emanuel Malek Aslanian.

Desde 2003, The 5th Color - un grupo actualmente formado por cuatro bien establecidos diseñadores iraníes han organizado tres exposiciones de tipografía en Irán. Los miembros de The 5th Color - **Majid Abbasi, Saed Meshki, Alireza Mostafa Zadeh, and Bijan Sayfour** - representan una generación de diseñadores que han tenido un papel considerable en la formación y el fomento de diseño gráfico en Irán en las últimas dos décadas.

Las exposiciones de tipografía organizadas por The 5th Color han sido una oportunidad de ver obras de diseñadores en ascenso, estudiantes de diseño y grandes nombres del diseño iraní en un solo lugar.



Cartel de **Farhad Fozouni** para Exposición de Tipografía



Cartel de **Ali Khorshidpour**, para la Exposición de Tipografía 'The Blind Owl'



Cartel para festival de animación de **Iman Raad**



Proyecto de **Salim Bouterfas**



NÚMERO 2 JUNIO 2010
PINWENOS
MAGAZINE MULTIDISCIPLINAR

Edita
EASD VALENCIA
Calle Pintor Domingo, 20
46001 Valencia
Teléfono 96 315 67 00
info@easdvalencia.com
www.easdvalencia.com

Coordinador
David Zanón

**Redacción/ Diseño/ Maquetación
y todo lo demás**
Elisabet Martínez Bonet
Irma Navarro Trujillo
Martín Rey Matesanz
Rafa Madrid Palerm
Nuria Rico Artero
Filipa de Araújo Cristina
Elena Clemades
Steven Scicluna
Vicente Aparicio Carbonell
Ana Escalona
David Zanón

Documentación y archivo
De onde hemos podido

Fotografía
Propias, prestadas, escaneadas

Impresión
EASD VALENCIA

Agradecimientos
PINWENOS agradece la colaboración de todos aquellos que han participado en la revista aportando documentación e información desinteresadamente.

Se autoriza la reproducción total o parcial de los contenidos citando su procedencia.

PINWENOS no suscribe necesariamente las opiniones expresadas por los colaboradores en este número.

Esta publicación se distribuye gratuitamente entre las personas, entidades u organismos, cuya actividad profesional guarda relación con las competencias propias de la revista.

INTERIOR DA PINWENOS ('STAFF')
FIG 66



conclusão

A POSSIBILIDADE DE REALIZAÇÃO DO MESTRADO EM REGIME DE ESTÁGIO EM CONTEXTO EMPRESARIAL, A PAR DE UMA COMPONENTE LECTIVA REALIZADA EM AMBIENTE ACADÉMICO, APRESENTOU SER UMA OPORTUNIDADE ÍMPAR DE PROGRESSÃO DOS ESTUDOS INICIADOS NA ESAD - MATOSINHOS. SENDO O ESTÁGIO ENTENDIDO COMO UMA MODALIDADE POSSÍVEL NESTE CICLO DE ESTUDOS, TORNOU-SE PARA MIM DESAFIANTE EXPERIMENTAR NOVAS REALIDADES CULTURAIS E PROJECTUAIS.

A INTEGRAÇÃO EM AMBIENTE DE ESTÚDIO, REVELOU-SE EXTREMAMENTE INTERESSANTE PELA OPORTUNIDADE DE EXPERIMENTAR, CONHECER E FAZER PARTE DE UMA EQUIPA DE DESIGNERS QUE PROJECTA PARA UM CLIENTE COM PROBLEMÁTICAS GENUÍNAS E EXPLORA ABORDAGENS EM SITUAÇÃO REAL, POR OPOSIÇÃO ÀS REALIZADAS EM CONTEXTO LECTIVO.

O ESTÁGIO PERMITIU ESTUDAR E APROFUNDAR TEMAS DO MEU INTERESSE E DE ACORDO COM OS DESEJOS E ANSEIOS DA MINHA PROGRESSÃO FUTURA, NOMEADAMENTE DE DESENHO DE IDENTIDADES APLICADAS E DE DESENHO EDITORIAL, O QUE FACILITOU E TORNOU MAIS ALICIANTE A REALIZAÇÃO DE MAIORIA DOS PROJECTOS EM QUE TIVE A OPORTUNIDADE DE PARTICIPAR. COM UMA COMPONENTE PRÁTICA APLICADA A CONTEXTOS REAIS, ESTE ESTÁGIO MOSTROU-SE DETERMINANTE PARA A MINHA FORMAÇÃO POR PERMITIR COMPREENDER, ESTIMULAR E ENSAIAR OUTRAS LINGUAGENS. FOI UM PERÍODO EXTREMAMENTE IMPORTANTE POIS, DURANTE O TEMPO EM QUE OCUPEI O CARGO, PROCUREI ABSORVER TODOS OS CONHECIMENTOS POSSÍVEIS QUE O ESTÚDIO ME PROPORCIONOU, QUE CONTRIBUÍRAM DE FORMA DECISIVA PARA O MEU PERCURSO FORMATIVO. POR OUTRO LADO, A MINHA COLABORAÇÃO COM O ESTÚDIO DE DESIGN PERMITIU À ORGANIZAÇÃO A APROXIMAÇÃO A NOVAS POTENCIALIDADES, DECORRENTES DA INTERACÇÃO COM UMA DESIGNER PROVENIENTE DE UM CONTEXTO CULTURAL E ACADÉMICO DISTINTOS.

COMPREENDI, TAMBÉM, QUE O DESIGN REALIZADO DENTRO DE UM ESTÚDIO DE DESIGN É UMA ACTIVIDADE CRIATIVA COMPLEXA, RESULTANTE DA NECESSIDADE DE CONCILIAÇÃO DAS EXPECTATIVAS PESSOAIS COM A VISÃO ESPECÍFICA DO GABINETE DE DESIGN E AS EXPECTATIVAS/ VISÕES DOS CLIENTES. PORTANTO, CONCILIAR E INTERPRETAR AS DIVERSAS VISÕES E POSICIONAMENTOS, GOSTOS E ASPIRAÇÕES, REVELOU-SE DESAFIANTE AQUANDO DA EXPLORAÇÃO DE DIFERENTES TERRITÓRIOS DE INTERESSE NA FORMULAÇÃO DE UM PROJECTO ORIGINAL. NÃO PUDE DEIXAR DE NOTAR, TANTO PELA ACTIVIDADE DESENVOLVIDA NO ESTÚDIO ONDE ESTAVA INSERIDA, COMO TAMBÉM PELO TRABALHO DE OUTROS ESTÚDIOS COM OS QUAIS MANTIVE CONTACTO, QUE AS ORGANIZAÇÕES SE REVELAM CONSERVADO-

RAS, DEVIDO A NECESSIDADES EMPRESARIAIS OU A RESTRIÇÕES DO MERCADO. FOI, DE FACTO, IMPORTANTE CONTACTAR COM ESSAS REALIDADES, QUE NÃO SÃO ABORDADAS DENTRO DAS INSTITUIÇÕES ACADÉMICAS, PARA PODER REFLECTIR SOBRE TAIS QUESTÕES E FUTURAMENTE REAGIR, ADOPTANDO UMA ATITUDE CRÍTICA ACTIVA PERANTE AS PREVISÍVEIS SITUAÇÕES QUE IREI ENFRENTAR QUANDO INSERIDA NA ACTIVIDADE PROFISSIONAL. O ESTÁGIO PERMITIU, AINDA, DESFAZER ALGUNS MEDOS REFERENTES À INSERÇÃO NO CONTEXTO PROFISSIONAL, PERMITINDO UMA MELHOR PREPARAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS PARA TAL INCLUSÃO.

A PESQUISA E INVESTIGAÇÃO FORAM UMA CONSTANTE DO ESTÁGIO; ADOPTARAM-SE MÉTODOS DE TRABALHO IMPRESCINDÍVEIS À CONSTRUÇÃO E ESTRUTURAÇÃO DE CONCEITOS, REALIZADOS SEMPRE DE FORMA APROFUNDADA, COM RECURSO À INTERNET, À PESQUISA DE LIVROS: LIVRARIAS/ BIBLIOTECAS E/ OU RECURSO À INVESTIGAÇÃO EM MUSEUS/ GALERIAS.

A EXPERIÊNCIA ACADÉMICA REALIZADA NA ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY DE VALÈNCIA, NECESSÁRIA PARA A OBTENÇÃO DOS CRÉDITOS EM FALTA EM COMPLEMENTO AO ESTÁGIO EM CONTEXTO EMPRESARIAL, PROPORCIONOU UMA PLURALIDADE DE PERCURSOS EM ÁREAS ESPECÍFICAS DO DESIGN DE COMUNICAÇÃO. A REALIZAÇÃO DAS DISCIPLINAS DE TIPOGRAFÍA APLICADA Y MAQUETACIÓN, TALLER DE TIPOGRAFÍA GESTUAL E TALLER DE PUBLICACIÓN PERIÓDICA IMPRESA, VISARAM COMPLEMENTAR A MINHA FORMAÇÃO AO LONGO DO ESTÁGIO, GARANTINDO UMA ABORDAGEM ESPECÍFICA EM CADA UMA DAS MATÉRIAS, ATENDENDO À SUA RELEVÂNCIA. APESAR DESTES CONHECIMENTOS TEREM JÁ SIDO CONSOLIDADOS DURANTE A LICENCIATURA, O FACTO DE TER PERTENCIDO A UMA FORMAÇÃO PRÉ-BOLONHA NÃO PERMITIU A SUA APRENDIZAGEM EM FORMA DE DISCIPLINAS INDEPENDENTES, MAS INTEGRADAS NAS DISCIPLINAS DE PROJECTO. ESTA IMPORTÂNCIA QUE LHES É CONFERIDA FOI PARTICULARMENTE INTERESSANTE NA DEDICAÇÃO E TEMPO QUE FOI POSSÍVEL ATRIBUIR À REALIZAÇÃO DE CADA PROJECTO PARA A SEDIMENTAÇÃO E O APROFUNDAMENTO ESPECIALIZADO DOS CONHECIMENTOS ADQUIRIDOS NA LICENCIATURA.

A INSERÇÃO EM CONTEXTO ACADÉMICO PERMITIU ADQUIRIR/ EXPANDIR O SUPORTE CONCEPTUAL DO PROCESSO CRIATIVO DE FORMA EXPERIMENTAL, POR OPOSIÇÃO AO CUIDADO QUE O AMBIENTE LABORAL IMPUNHA À ACTIVIDADE CRIATIVA. A APROXIMAÇÃO A UM AMBIENTE PLURAL ONDE INTERAGEM DIFERENTES PROFISSIONAIS E VÁRIAS CULTURAS (LEMBRANDO A APROXIMAÇÃO A ALUNOS EM SITUAÇÃO ERASMUS) PERMITIU ESTABELECEM NOVOS CONTACTOS E CONSOLIDAR EXPERIÊNCIAS PROJECTUAIS.

FOI EXTREMAMENTE INTERESSANTE CONSEGUIR DURANTE O MEU MESTRADO RELACIONAR A PRÁTICA DE PROJECTO EM SITUAÇÃO REAL NUM ESTÚDIO DE DESIGN COM A EXECUÇÃO DE EXERCÍCIOS ACADÉMICOS REALIZADOS EM CONTEXTO ESCOLAR, POSSIBILITANDO ESTABELECEM CONTACTO COM REALIDADES DISTINTAS APARENTEMENTE ANTAGÓNICAS. ESTE POSICIONAMENTO PROPICIOU UMA REACÇÃO CRÍTICA E DE REFLEXÃO EVIDENTES NA PRÁTICA DE PROJECTO.

A ACTIVIDADE LECTIVA PERMITIU RESPONDER À NECESSIDADE DE UMA FORMAÇÃO CONTÍNUA, QUE POSSIBILITOU A AQUISIÇÃO DE NOVOS CONHECIMENTOS E ACTUALIZAR E APROFUNDAR COMPETÊNCIAS JÁ ADQUIRIDAS, EM ÁREAS IDENTIFICADAS COMO ESSENCIAIS E DE INTERESSE. À EASD – VALÈNCIA COMPETIU DAR RESPOSTA A ESSAS NECESSIDADES; ÀS CRESCENTES EXIGÊNCIAS DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA, ASSIM COMO AO AUMENTO DA COMPETITIVIDADE E FLEXIBILIDADE PROFISSIONAL QUE, POR SUA VEZ, OBRIGAM A UMA CONSTANTE ACTUALIZAÇÃO DE CONHECIMENTOS. DESTE MODO, A FORMAÇÃO DEVE SER ENTENDIDA COMO ABERTA, CONTÍNUA E PERMANENTE, RESPONDENDO ÀS EXIGÊNCIAS QUE ACTUALMENTE SE COLOCAM AOS PROFISSIONAIS DE DIVERSAS ÁREAS, AINDA QUE INTEGRADOS EM AMBIENTE LABORAL.

A VERTENTE MULTICULTURAL QUE ESTE ESTÁGIO PROPORCIONOU, PERMITIU EXPLORAR NOVOS CÓDIGOS QUE SE REFLECTIRAM NA PRÁTICA DE UM PROJECTO DIFERENTE PELA INTERSECÇÃO DE DIFERENTES VISÕES/ CONSCIENCIALIZAÇÕES DO DESIGN QUE RESULTARAM INTRÍNSECAS NA MINHA FORMAÇÃO E REALIZAÇÃO INDIVIDUAL. TOMEI CONSCIÊNCIA QUE AO LONGO DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DOS PROJECTOS, AS VIVÊNCIAS EXPERIMENTADAS E ASSIMILADAS DA CIDADE DE VALÈNCIA E DA CULTURA ESPANHOLA, SE EVIDENCIAVAM NA ESCOLHA DE CORES (TONS TERRA E QUENTES: ACASTANHADOS, AVERMELHADOS, DOURADOS, AMARELADOS E ALARANJADOS), NAS TIPOGRAFIAS ESCOLHIDAS E NA APROPRIAÇÃO DE ELEMENTOS FORMAIS E ARQUITECTÓNICOS.

A IDEIA DE DIVERSIDADE CULTURAL ESTÁ LIGADA AOS CONCEITOS DE PLURALIDADE, MULTIPLICIDADE, HETEROGENEIDADE E VARIEDADE COM TODAS AS VANTAGENS E DESVANTAGENS QUE DAÍ POSSAM DECORRER. A GLOBALIZAÇÃO CULTURAL MUDA IRREMEDIAMENTE O MODO COMO SE FAZ, VÊ, PENSA E ESCREVE SOBRE DESIGN. DESTA PRÁTICA RESULTA AINDA: A ARTICULAÇÃO DA PLURALIDADE CULTURAL MAIS AMPLA À PLURALIDADE DA SALA DE AULA; A PERCEPÇÃO E EXPERIÊNCIA VISUAL QUOTIDIANA COMO ESTÍMULO AO PROCESSO CRIATIVO; A CRÍTICA CULTURAL; A DESTABILIZAÇÃO DA LÓGICA DOMINANTE;

A DESCONSTRUÇÃO DE “VERDADES”; A ABERTURA AO DIÁLOGO; E A ACEITAÇÃO DAS DIFERENÇAS COMO REALIDADES POSSÍVEIS.

ACREDITO, PORTANTO, PELO RESULTADO DA MINHA VIVÊNCIA COM CULTURAS COM AS QUAIS DE OUTRA FORMA (O MESMO É DIZER, NUM ESTÁGIO REALIZADO EM PORTUGAL) NÃO MANTERIA CONTACTO, QUE A MINHA IDENTIDADE E CONSEQUENTEMENTE A IDENTIDADE DOS MEUS PROJECTOS, TENHAM SIDO MOLDADOS A ESTA INTERACÇÃO, POSSIBILITANDO-ME DISTANCIAR DA IGUALDADE DE UMA TURMA OU DE UM GRUPO DE ENTIDADES (TOMANDO EM CONTA A PERSONALIDADE FORMADA POR CADA INDIVÍDUO), E DESENVOLVER O CARÁCTER ORIGINAL, PRÓPRIO DA CONSTRUÇÃO DA MINHA IDENTIDADE, NA CRIAÇÃO DE CONCEITOS REALMENTE AUTÊNTICOS NO DESIGN. DO DIÁLOGO COM OUTRAS CULTURAS, PROVÉM TAMBÉM O RECONHECIMENTO DA NOSSA PRÓPRIA CULTURA COMO AGENTE MOTIVADOR DE UM DISCURSO QUE FOMENTA A TROCA DE IDEIAS, VALORES E PRÁTICAS. COMEÇA INEVITAVELMENTE O RELACIONAMENTO ENTRE GRUPOS, PERMITINDO INCENTIVAR A “OUTRA” CULTURA À DESCOBERTA DA NOSSA, TRANSPORTANDO O DESIGN REALIZADO A NÍVEL NACIONAL PARA A “REDE” CULTURAL CONFERINDO-LHE VISIBILIDADE.



referên- cias biblio- gráficas

Ambrose, G. & Harris, P. (2007). The layout book. Lausanne: Ava Publishing.
Ambrose, G. & Harris, P. (2007). Tipografía – bases del diseño. Barcelona: Parramón.

Bhaskaran, L. (2006). Qué es el diseño editorial? Barcelona: Index Book.

Chaves, N. (2006). La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional (6ª Edição). Barcelona: Gustavo Gili.

Costa, J. (1992). Identidade corporativa y estrategia de empresa. Barcelona: CEAC.

Cullen, C. (2002). Diseño de tarjetas comerciales 2. Barcelona: Gustavo Gili.

De Jong, C., Purvis, A. & Tholenaar, J. (2010). Type: a visual history of typefaces and graphic styles, 1901 – 1938. Colónia: Taschen.

Fawcett-Tang, R. (2007). Diseños tipográficos. Barcelona: Index Book.

Fawcett-Tang, R. (2007). Print and production finishes for brochures and catalogs (1ª Edição). Hove: RotoVision.

Fishel, C. (2000). Rediseño de la imagen corporativa. Barcelona: Gustavo Gili.

Gordon, M. & Dodd, E. (1994). Tipografía decorativa. Barcelona: Gustavo Gili.

Gurtler, A. (2005). Historia del periodismo y su evolución tipográfica. València: Campgràfic.

Hampshire, M. & Stephenson, K. (2008). Demographics packaging: cómo diseñar envases para un público concreto. Barcelona: Index Book.

Heller, S. & Ilic, M. (2004). Escrito a mano: diseño de letras manuscritas en la era digital (1ª Edição). Barcelona: Gustavo Gili.

Heller, S. & Ilic, M. (2009). La anatomía del diseño (1ª Edição). Barcelona: Blume.

Jason, J. (2008). Diseño de catálogos e folletos 5. Barcelona: Gustavo Gili.

Medina, F. (2010). Nevando Tinta. Exposição apresentada no Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat - MuVIM, València, Espanha.

Montesinos, M. & Hurtuna, M. (2009). Manual de tipografía: del plomo a la era digital (7ª Edição). València: Campgràfic.

Perry, M. (2007). Hand Job: A catalog of type (1ª Edição). Nova Iorque: Princeton Architectural Press.

Roberts, L. (2008). Good: an introduction to ethics in graphic design. Londres: Index Book.

Roberts, L. & Thriff, J. (2004). The designer and the grid. Hove: Rotovision.

Roberts, L. & Baldwin, J. (2007). Visual communication: from theory to practice. Ava Publishing.

Victionary (2008). Locos por la tipo. Barcelona: Index Book.

Zappaterra, Y. (2006). Diseño editorial: periódicos y revistas. Barcelona: Gustavo Gili.

IMAGINE A JOURNEY. IT DOES NOT
HAVE TO BE AN EPIC ONE; IT COULD
BE QUITE QUOTIDIAN, SIMPLY FROM
'HERE' TO 'THERE'.