

CATEGORIA GRÁFICO





Banners de entrada

SOBRE O PROJETO

O projeto tem como objetivo fazer com que mulheres em situação de vulnerabilidade social expressem, em produtos, a realidade em que vivem e manifestem neles a sua identidade.

A dificuldade de inserção das mulheres no mercado de trabalho é um problema atual. O projeto busca trazer uma alternativa de renda a essas mulheres. Parte do dinheiro arrecadado com a venda dos produtos, retorna para quem o produziu.



Tarsila do Amaral foi quem inspirou o projeto, dando origem ao nome criado. Ela foi, e ainda é, inspiração para futuras artistas. Mesmo sendo uma mulher privilegiada, por ter nascido em uma família rica, Tarsila dedicou parte da sua

vida para retratar a realidade de pessoas menos abastadas, criando obras sensíveis e impactantes. Você pode conferir mais sobre a artista no site oficial sobre ela: www.tarsiladoamaral.com.br

COMO PARTICIPAR

Existem duas formas de contribuir com o projeto: **sendo um curador**, ou seja, um estudante ou profissional de artes visuais que irá em comunidades ou ONG's e aplicará o projeto com as mulheres;

sendo uma empresa, oferecendo o seu serviço para tornar possível a aplicação do projeto em diversos locais e tendo seu nome vinculado ao mesmo.

Cadastre-se!

NEWSLETTER
 +

INSTITUCIONAL
 Fale conosco

DÚVIDAS
 Formas de pagamento
 Trocas e devoluções
 Prazos de entregas

BOLETO | MasterCard | Hipercard | VISA | elo | Diners Club INTERNACIONAL

Tarsilas © 2017 | Todos os direitos reservados

Tarsilas

O projeto tem como objetivo fazer com que mulheres em situação de vulnerabilidade social expressem, em produtos, a realidade em que vivem e manifestem neles a sua identidade através da arte. A dificuldade de inserção das mulheres no mercado de trabalho é um problema atual, por isso o projeto surge como uma alternativa de renda, revertendo parte do dinheiro arrecadado com as vendas para quem produziu.

Tarsila do Amaral foi a fonte de inspiração para o projeto, tanto no uso do nome quanto nas cores inspiradas em uma de suas obras e elementos de apoio remetendo a traços do pincel.

O site foi criado para divulgação do projeto, venda dos produtos e como plataforma de cadastro de parceiros e curadores. Ele possui uma página inicial, que traz uma explicação geral sobre o projeto; aba de cadastro, onde o usuário pode fazer *login* ou criar um cadastro; a loja virtual, com uma aba principal mostrando todos os produtos e uma aba específica para cada produto, na qual é apresentada uma breve descrição da mulher que produziu.

sobre como participar Tarsilas cadastre-se loja Q

Já possui cadastro? **ENTRAR**

SEJA UM PARCEIRO!

Você pode oferecer o serviço da sua empresa para o projeto. Assim, você torna possível que ele seja aplicado e distribuído em diversos locais. Além disso, o nome da sua empresa fica vinculado ao projeto, aparecendo no site, embalagens e meios de divulgação.

CADASTRE-SE!

SEJA UM CURADOR!

O projeto só acontece graças aos curadores que ajudam a executá-lo. Você é um estudante ou profissional de artes que acredita ser capaz de passar os seus conhecimentos para mulheres em situação de vulnerabilidade social? Sim? Então venha ser um curador.

CADASTRE-SE!

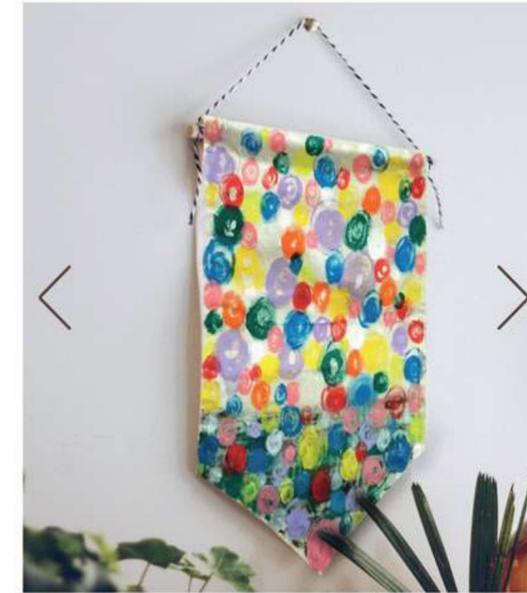
**Compra solidária**

dinheiro revertido para as mulheres

**Entregamos para todo Brasil****Frete grátis**

nas compras acima de R\$250

Todos | Flâmulas | Cachepôs | Almofadas

**Flâmula | Antônia**
R\$ 100,00**Almofada | Berenice**
R\$ 80,00**Cachepô | Jane**
R\$ 90,00**Almofada | Rita**
R\$ 80,00**Cachepô | Eunice**
R\$ 80,00**Flâmula | Nelci**
R\$ 100,00*Produtos com nome de quem produziu*Flâmulas | Cachepôs | Almofadas | **Antônia****Flâmula | Antônia**

ref. 10558

Antônia nasceu em 1969 na região metropolitana de Porto Alegre - RS. Na obra, demonstra a sua personalidade alegre, intensa e desorganizada. Antônia começou retratando um chão, que para ela é a base de tudo e onde se sente segura. Inicialmente, iria se expressar por balões, buscando a liberdade. Optou por retratar círculos, que segundo a mesma, representam as pessoas em sua vida. Umas são mais presentes e merecem destaque, outras são quase invisíveis e algumas tentam sufocar e se sobrepor a alguns círculos.

R\$ 100,00

ou em até 5x no cartão sem juros

COMPRAR

Descrição | Informações adicionais

Produto único

Materiais: algodão cru, madeira, corda

Tamanho: 30 x 40 cm

Produto pintado com tinta de tecido

Pode ser lavado em máquina

Produtos da mesma região



Flâmula | Maria



Almofada | Sabrina



Almofada | Leandra



Cachepô | Flávia

Manifesto

Desenvolvido na disciplina Laboratório de criatividade, o Manifesto surgiu de uma proposta de três trabalhos relacionados, cada um com um intuito diferente. Todos deveriam ser documentados e apresentados de alguma forma que o acadêmico considerasse adequada. O primeiro foi fazer algo que você nunca fez, o segundo fazer uma intervenção em um local público e o terceiro mudar de alguma forma a vida de alguém.

Descrição

O manifesto se enquadra no segunda projeto, fazer uma intervenção em um local público. É um projeto de rápida absorção. Com o objetivo de fazer uma intervenção urbana não degenerativa, foram desenvolvidos sete modelos de cartazes com frases motivacionais, com a intenção de mudar o dia das pessoas que visualizassem o projeto. Dos sete modelos desenvolvidos foram impressas cinquenta cópias, que foram fixadas em diversos pontos do centro da cidade de São Leopoldo/RS. Com auxílio de QR Code, os cartazes foram disponibilizados também para download. Para a apresentação alguns cartazes também foram colados na sala de aula e permaneceram até o final do semestre.

Manifestar

Revelar, expor, exprimir, declarar, publicar. **Levantar o seu brado contra o que não lhe convém.**



Legendas
01 - Chamada do Manifesto
02 - Cartaz Manifesto
03 - Cartaz Manifesto





04



06



05

Limitações e experiências

As limitações existem para todos os projetos, com o Manifesto o cenário não foi diferente, o orçamento era limitado e para poder espalhar um grande número de cartazes pela cidade precisou-se fazer um impressão simples em um tamanho menor que o previsto. Um ponto muito importante no projeto foi a experiência, a sensação do momento da colagem dos cartazes, os olhares de desaprovação de alguns transeuntes e o olhar de satisfação ou compreensão de outros. Dentre todos o momento mais marcante foi na colagem do cartaz destacado acima, onde houve a abordagem de um senhor de cadeira de rodas, na conhecida parada do triângulo, que questionou o que estava sendo feito e pontuou que é importante trazer esperança para as pessoas.



07

- Legendas
 04 - Cartaz destaque
 05 - Cartaz manifesto
 06 - Cartazes manifesto
 07 - Principais colagens

INTRODUÇÃO

VER NÃO É TÃO SIMPLES QUANTO OLHAR...

Olhe bem a sua volta...

Independente de onde você estiver, verá que os objetos próximos a você estão propositalmente configurados de modo a lhe proporcionar alguma experiência, seja prazer, conforto ou até mesmo o auxílio para realizar alguma tarefa em específico.

Veja que até aqui temos algumas características para entender um pouco mais a respeito de o porquê os objetos podem representar muito além daquilo do que simplesmente aparentam ser.

Para ler as palavras apresentadas até agora, você no mínimo precisou de alguma fonte de luz para poder visualizar e compreender o que aqui está escrito. A luz por sua vez está associada a diversos outros fatores que propiciam as condições necessárias para a sua leitura. Se você estiver dentro de casa neste exato momento, note que perto de você há uma fonte luminosa, sendo esta artificial como as lâmpadas por exemplo, ou até mesmo a janela, capaz de transmitir a luz natural do ambiente externo. Mas o que há de interessante nisso?

Se prestarmos atenção um pouco mais, podemos ver que a luz, tão fundamental nesta abordagem, está intrinsecamente relacionada ao material vidro.

Exatamente! O vidro passa despercebido no nosso dia a dia pois foi configurado de tal forma. Suas propriedades quase que únicas, dão a este material características especiais, como a sutileza de seu uso nos espaços arquitetônicos ou objetos de design, sua capacidade de poder acondicionar alimentos sem interferir no gosto ou cheiro e até mesmo seu uso em tecnologia de ponta como as fibras ópticas.

Estamos tão conectados com o vidro que mal notamos a sua presença, devido ao fato de que atende as nossas necessidades de forma eficaz e satisfatória.

É dentro deste contexto, onde "ver não é tão simples quanto olhar" que tenho orgulho de apresentar o primeiro exemplar da revista Sílica Magazine, que terá como objetivo em todas as suas edições, exercitar uma interpretação mais sensível do material vidro, nos campos do design e das belas artes, aproximando o leitor de tudo aquilo que permeia a história e a atualidade deste incrível material.

Boa Leitura!

O PROJETO

A revista Sílica Magazine surgiu da proposta de se criar um material impresso com conteúdo totalmente voltado ao vidro.

Existindo poucas revistas nacionais no mercado que contemplem esta temática, nenhuma traz uma interpretação mais contemporânea deste material no âmbito do design e da arte.

A Sílica Magazine então, procura atingir os leitores destas áreas mas também quer trazer à sociedade uma perspectiva diferente do mundo, influenciando o leitor a criar um pensamento reflexivo diante daquilo que consome, utilizando-se de exemplo, um material que contempla valores fundamentais da vida moderna, como inovação e sustentabilidade.

A IDENTIDADE VISUAL



A partir do nome, optou-se por projetar como logotipo da marca, o redesign do símbolo do vidro (figura 1). Este símbolo data do século XVI, durante o auge da alquimia na Europa. Sua forma conceitua a durabilidade do vidro vinculada a sua fragilidade, pela união de dois elementos, o infinito e a cruz invertida.

O redesign (figura 2) teve como premissa a decomposição desses elementos, afim de trazer uma estética mais contemporânea, criando espaços que representam lacunas a serem preenchidas, ou seja, as infinitas possibilidades de aplicação que o tempo vem dando a este material.

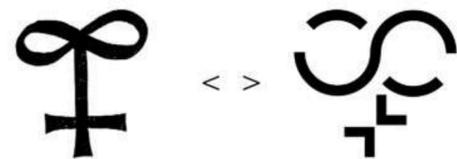


Figura 1

Figura 2

A REVISTA



Tamanho Formato Aberto (largura x altura): 400 x 270mm

Tamanho Formato Fechado (largura x altura): 200 x 270mm

Número de Páginas: 36 páginas

Impressão: Offset

Cores: 4 x 4 CMYK + PANTONE 15-0751 Lemon Curry

Papel: Capa - Couchê Matte 230g | Miolo - Couchê Matte 115g

Encadernação: Revista | Lombada Quadrada (Brochura)

Acabamentos: Verniz UV Localizado e Prolan (Capa)

Tiragem: 3.000 unidades - Bimestral

O CONTEÚDO

Para a primeira edição, foram selecionadas cinco matérias, sendo uma delas feita inteiramente no estúdio de vidro soprado Barroco Atelier em Canela - RS, com entrevista e fotografias exclusivas para a SM.

A revista trará em cada edição, um bloco denominado "Um olhar diferente para o vidro", com conteúdo histórico e no layout vertical, para que o leitor precise mudar a posição da revista para obter uma leitura mais dinâmica, que valoriza as imagens exibidas.

O miolo e a contracapa da revista contam com espaços para anúncios de empresas interessadas no ramo.

Cada matéria possui um símbolo que identifica o início e o fim da mesma (figura 3), uma maneira de auxiliar ainda mais a leitura.

Temos a figura do "infinito" como fluidez, sinalizando o início de uma matéria e a "cruz" como elemento de fechamento, apontando o fim do conteúdo. Ambos estariam situados nos cantos inferiores das páginas.

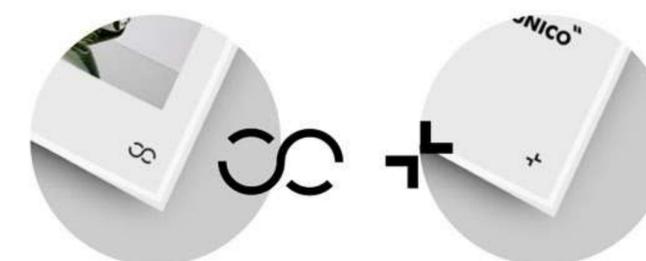


Figura 3

O GRID

O conteúdo textual está disposto em um grid de quatro colunas, com espaçamentos planejados para constituir um layout limpo, claro e dinâmico.

TIPOGRAFIA

Futura BK BT

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

1234567890

Tamanho para textos corridos: 10pt

Futura Hv BT

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

1234567890

Títulos e subtítulos



PÁGINAS DE ABERTURA DAS MATÉRIAS

Pg. 04|05 - Editorial



Pg. 08|09 - Sopros em vidro no maçarico



Pg. 14|15 - Um olhar diferente para o vidro



Pg. 16|17 - O vidro na impressão 3D



Pg. 22|23 - Projeto Zandglass



Pg. 26|27 - Jeremy Maxwell Wintrebert



FASHION TRUCK SEM GÊNERO

CONTEXTO

SETORIZAÇÃO DAS LOJAS DE VESTUÁRIO

Muitas pessoas não se sentem satisfeitas com a atual setorização das lojas, pois se sentem **intimidadas, julgadas e não encontram roupas** adequadas nos **setores pré-determinados**. A mudança entre setores é muito brusca, não há um meio termo entre feminino e masculino, geralmente baseados em:



Ao invés de as lojas nos proporcionarem **liberdade de expressão** através de suas roupas, ela limita nossas escolhas, impondo o que julga correto.

Além disso, quando uma pessoa resolve comprar no setor “oposto” ao seu, se depara com diversos problemas, como **olhares de reprovação, vendedores despreparados e tamanhos inadequados**. Isso faz com que a pessoa evite frequentar este setor, ou quando frequenta e efetua uma compra, seja obrigada a levar em uma costureira para **ajustar às suas medidas**. Um **gasto extra** que não seria necessário se houvesse mais liberdade entre os setores.

CRITÉRIOS NORTEADORES

Após a pesquisa e imersão no problema, foram definidos quatro critérios norteadores: **constrangimento na hora da compra; setorização; comunicação e experiência de compra**.

OBJETIVOS

**sem setorização;
boa comunicação;
para todos;
expressão de identidade;
novo conceito.**

PORQUE UM FASHION TRUCK?

INCLUSÃO

Para que todos pudessem ter acesso, **não seria coerente a limitação a uma loja fixa**. Um caminhão visita as cidades, proporcionando a todos a chance de conhecer a loja.

O fashion truck é mais do que uma loja. **É um conceito**. E seu objetivo é passar pelas cidades do Brasil como um **despertador**, despertando as pessoas para a necessidade de abrir espaço para uma nova demanda, que mostra que chegou a hora de **acolher** um grupo de pessoas que não está sendo incluído na cadeia de lojas existente atualmente.



Os itens do caminhão serão separados por estilo (rock, glam, cute e casual)



Os itens terão tamanhos mais variados (PP, PP2, P, P2, M, M2, G, G2, GG, GG2).



Os funcionários receberão treinamento prévio, para que não cometam erros comuns nas lojas tradicionais, como pressionar e lançar olhares de reprovação ao cliente. Os funcionários receberão uma cartilha com os princípios da empresa, e com o modo ideal de atender os clientes. Após, eles serão submetidos a um atendimento fictício, onde terão que atender um cliente enquanto os treinadores observam. Caso o funcionário faça ou fale algo que não condiz com os ideais do fashion truck, os treinadores intervêm e orientam a forma correta. Serão diversos atendimentos, com diversas peculiaridades, para que os funcionários saibam como agir em todos os momentos.



O fashion truck apoia o movimento “Feito no Brasil” e só comercializa produtos fabricados no Brasil. Essa fabricação leva em conta todo o processo de produção, desde a plantação da fibra até a confecção da peça final. Comprar produtos fabricados no Brasil ajuda a gerar empregos, fortalecer a economia, valorizar os profissionais de moda locais entre diversos outros motivos.

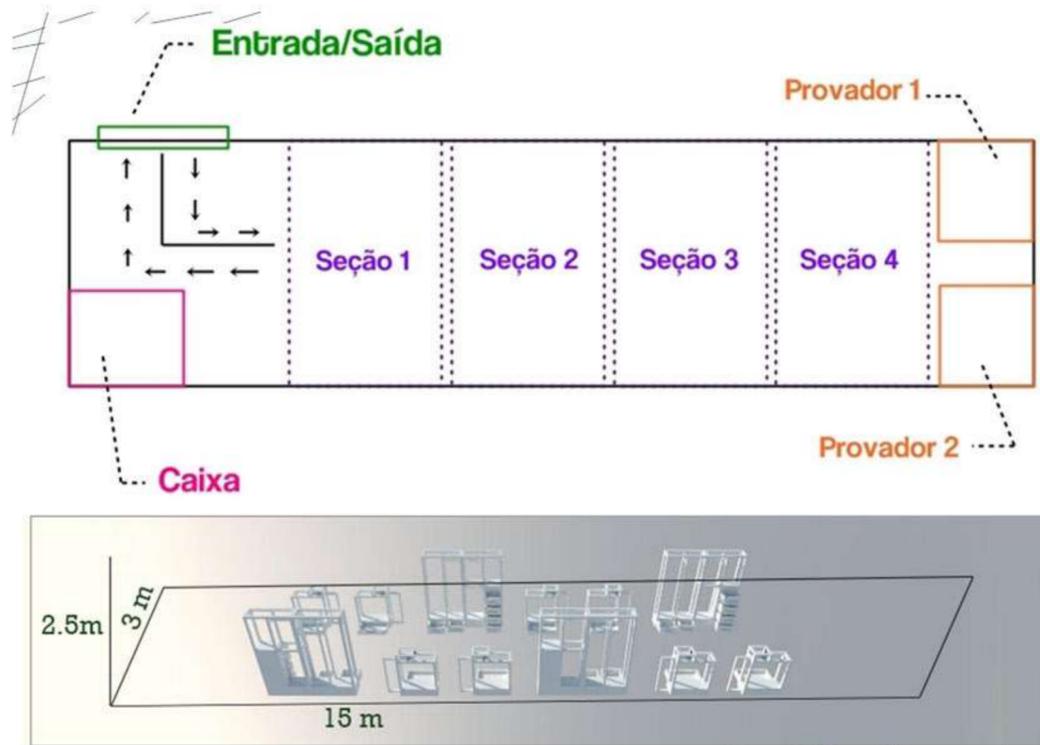
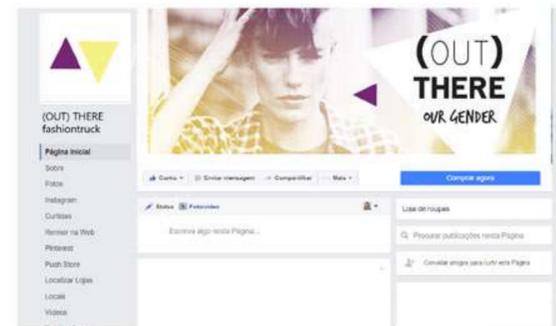


Os recém formados da área de moda também serão beneficiados pelo caminhão: há uma parceria com esses profissionais que acabaram de sair da faculdade, proporcionando a inserção desses novos talentos no mercado, fortalecendo e valorizando a profissão, e abrindo portas para jovens sonhadores.



A identidade visual é composta por triângulos, que determinam direção, saber para onde ir; as cores utilizadas foram roxo que remete à criatividade, respeito; e o amarelo, uma cor alegre, acolhedora e animada.

O nome escolhido foi "out (there) – our gender", a fim de transmitir a ideia de pensamento fora da caixa, remetendo também ao movimento do caminhão pelas cidades; além disso, refere-se ao "nosso" gênero, como sendo um só, sem distinção.



(OUT) THERE

OUR GENDER

#fashiontruck
PROXIMA PARADA BH

Roupa não tem gênero.
Venha conhecer uma nova forma de pensar moda!

25 e 26 DE JANEIRO
DAS 10H ÀS 19H

Local: Estacionamento do Minas Shopping.
Saiba mais em: fashiontruckoutthere.tumblr.com

Esperamos vocês!

Logotipo principal



Trabalho realizado em Materiais e Processos I

Briefing: Livraria/cafeateria que tem por objetivo conquistar o público associando a ideia do consumo de café, literatura e artes em geral.

O trabalho desenvolvido tem como conceito trazer um momento de pausa do cotidiano para seus clientes, por conta disso o nome *Hiatus* e a pausa como símbolo da marca.

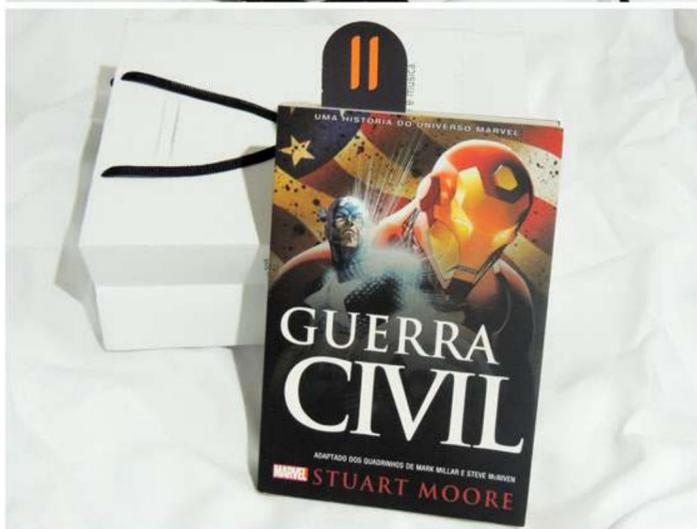
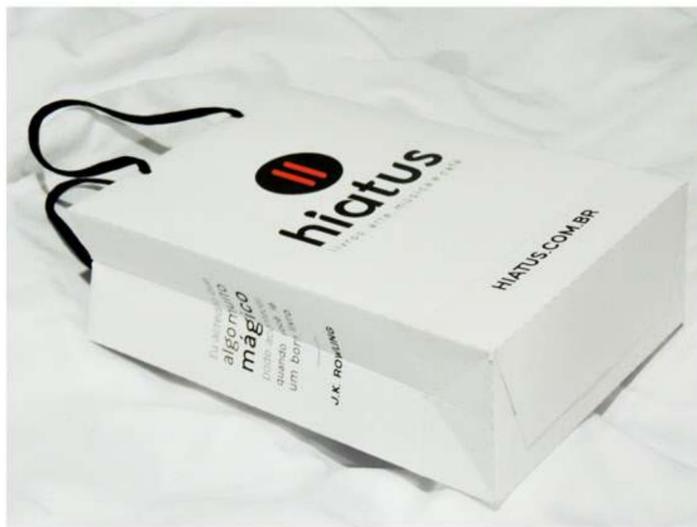
Além do logotipo principal, foram criadas também variações com diferentes cores para especificar cada serviço e caracterizar cada um dos espaços no ambiente.

[hiatus]

dar um tempo ou pausar;
seu espaço de pausa para
cafés, literatura, arte e música.

Variações do logotipo:





Sacola (32x22x10) para transporte de livros comprados no local. Possui marca página destacável para o cliente utilizar em futuras leituras e assim criar uma forma de fidelização e empatia com a marca.

Sacola: papel offset 180g

Marca página: couchê 180g

Cartões: supremo 250g

Display: duplex (com suporte interno em mdf)



Display de chão (200 cm x 45 cm) criado para sinalizar os ambientes do estabelecimento e também usado para interação com os clientes através de cartões (diâmetro: 9 cm) para troca de sugestões nos espaços de literatura e música, e cartões para registrar ideias, desenhos, e pensamentos nos espaços de café e arte.

Projeto de design editorial

Revista *NOVUM*, do alemão novidade. O dicionário descreve novidade como todas tecnologias conhecidas pelo homem, em condições de serem utilizadas para resolver problemas técnicos específicos.



esquema de imposição de página



UM GUIA PARA ESTUDANTES DE DESIGN



novum
O dicionário descreve novidade como todas as tecnologias conhecidas pelo homem, em condições de serem utilizadas para resolver problemas técnicos específicos.

ÍNDICE

- A história do Design resumida **04**
- Sede de conhecimento: livros, séries e filmes **06**
- Criatividade: Bloqueio criativo **08**
- O design sustentável e a indústria **10**
- Estude no exterior: intercâmbio de design **12**
- Solucionadores de problemas: o papel do designer **14**



Esta edição da revista tem como público alvo jovens que pretendem ou acabaram de ingressar na faculdade de Design, abordando a história do design, indicando filmes e livros, dicas de intercâmbio e algumas dicas para combater o tão temido bloqueio criativo. Seu design divertido possui uma paleta de cores saturadas, diversas imagens e ilustrações.

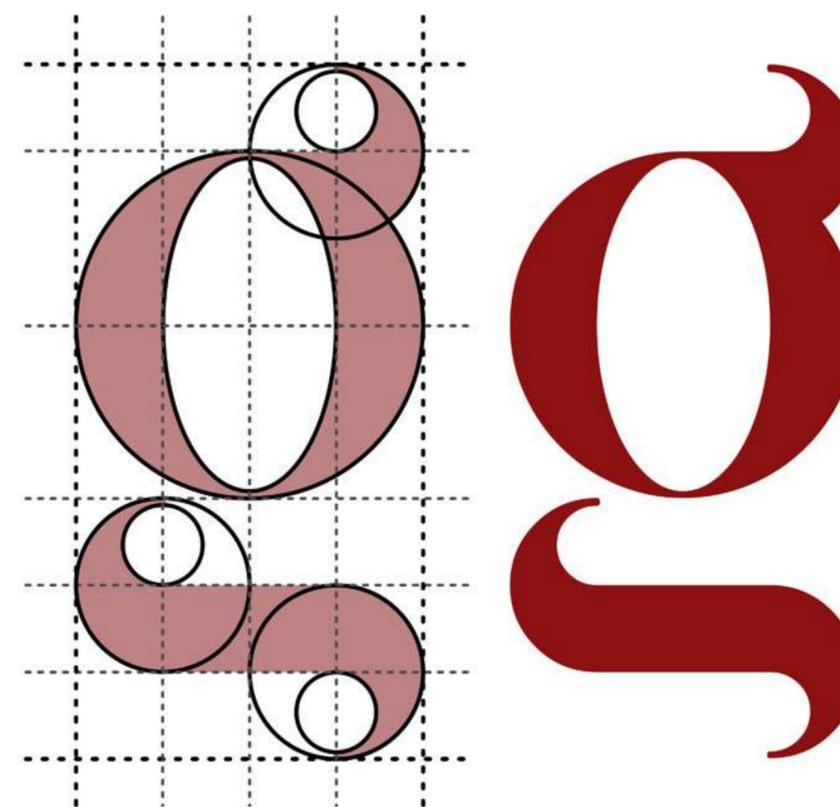
pamplona

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 \$ £ ¤ € § ¢ @ ¸ ç ñ ñ ß ß Æ œ
' ' " " _ . , : ; ¡ ! ¿ ? % / \ © ¨ ¨ ° * + - = ~ #
Á Â Ã Ä Å á à â ã ä () [] { } | < >
É È Ê Ë Ì é è ê ë ì í î ï ð ñ ò ó
Ó Ò Ô Õ Ö ó ò ô õ ö Ú Û Ü Õ Ü ú û ü ü ü

Esta tipografia surgiu como uma única letra para uma marca pessoal. Um inocente 'g' desenhado numa folha qualquer foi se transformando em outras letras e assumindo a forma de uma fonte um tanto quanto estranha, porém, elegante e cheia de personalidade.

As terminações curvas e pontiagudas lembram chifres afiados e caudas sinuosas.

Com mais de 160 caracteres, suporta os idiomas: português, espanhol, inglês e alemão.



THE NIGHT IS
DARK AND
FULL OF
TERRORS

ACESSIBILIDADE FEEVALE

Projeto desenvolvido pela disciplina de Ergonomia 2 da Universidade Feevale, com o intuito de resolver a problemática de acesso a qualquer tipo de deficiente, tanto como motor, visual, auditivo e com mobilidade reduzida à qualquer ambiente dentro de nosso campus.

Tendo em vista essa temática, buscamos auxílio em algumas metodologias como entrevistas abertas com pcds, com agentes patrimoniais e junto ao NUAP (núcleo de acessibilidade e permanência). Observe e fotografamos os agentes patrimoniais trabalhando no traslado dos pcds para identificarmos qual a verdadeira problemática existente no meio. Com isso chegamos a um resultado onde percebemos um grande desencontro entre os pcds e os agentes patrimoniais, pois o sistema existente atualmente possui algumas falhas, entre elas para acionar o agente é necessário que se ligue para uma central chamada CFTV e esta central encaminha o agente disponível para o deslocamento do aluno, entre esse tempo ocorrem alguns fatores como a demora do agente a chegar no local ou do pcd. Pensando neste problemática conversamos com alguns cadeirantes, deficientes visuais e alunos com mobilidade reduzida para confirmarmos que algo relacionado a isto seria de grande importância para a melhora da vida acadêmica.

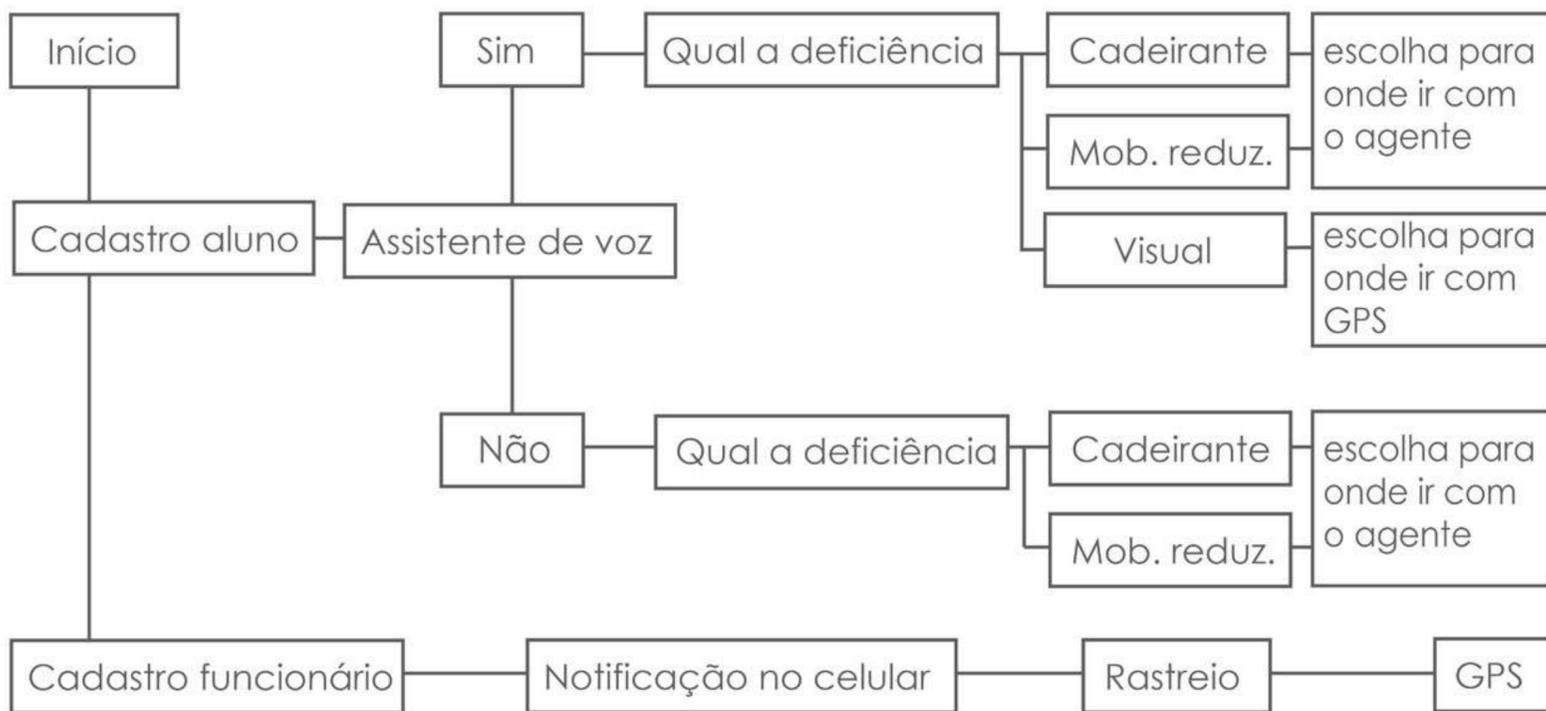
Então, buscamos na ergonomia ajuda para minimizar constrangimentos e para aperfeiçoar o desempenho da tarefa em questão, sendo assim desenvolvemos o app chamado Acessibilidade Feevale, onde nele buscamos colocar em primeiro lugar a autonomia do acesso do pcd junto ao campus.

O primeiro acesso do app é feito por duas escolhas, sendo uma se você é o aluno pcd, cadastrando-se com o código de matrícula da

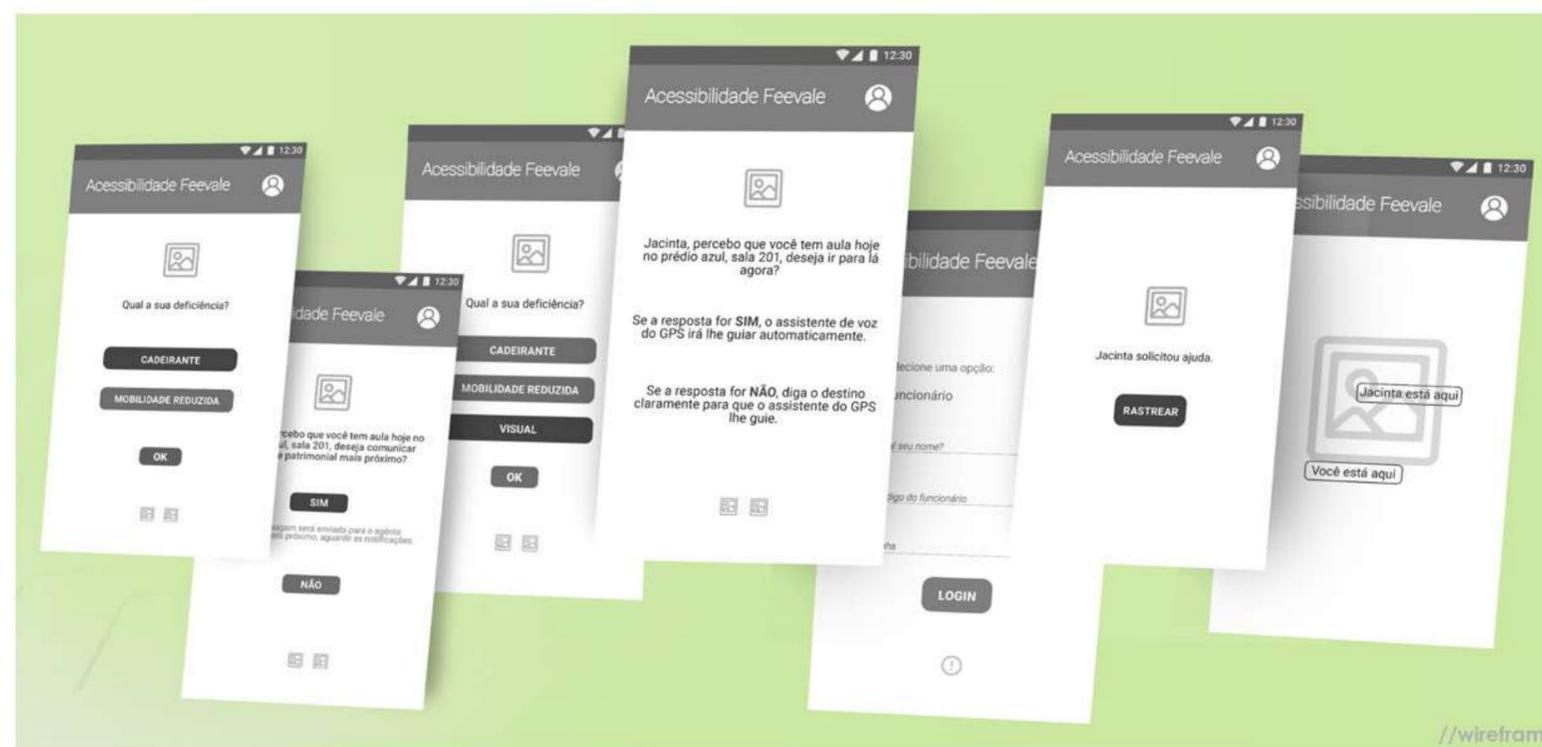
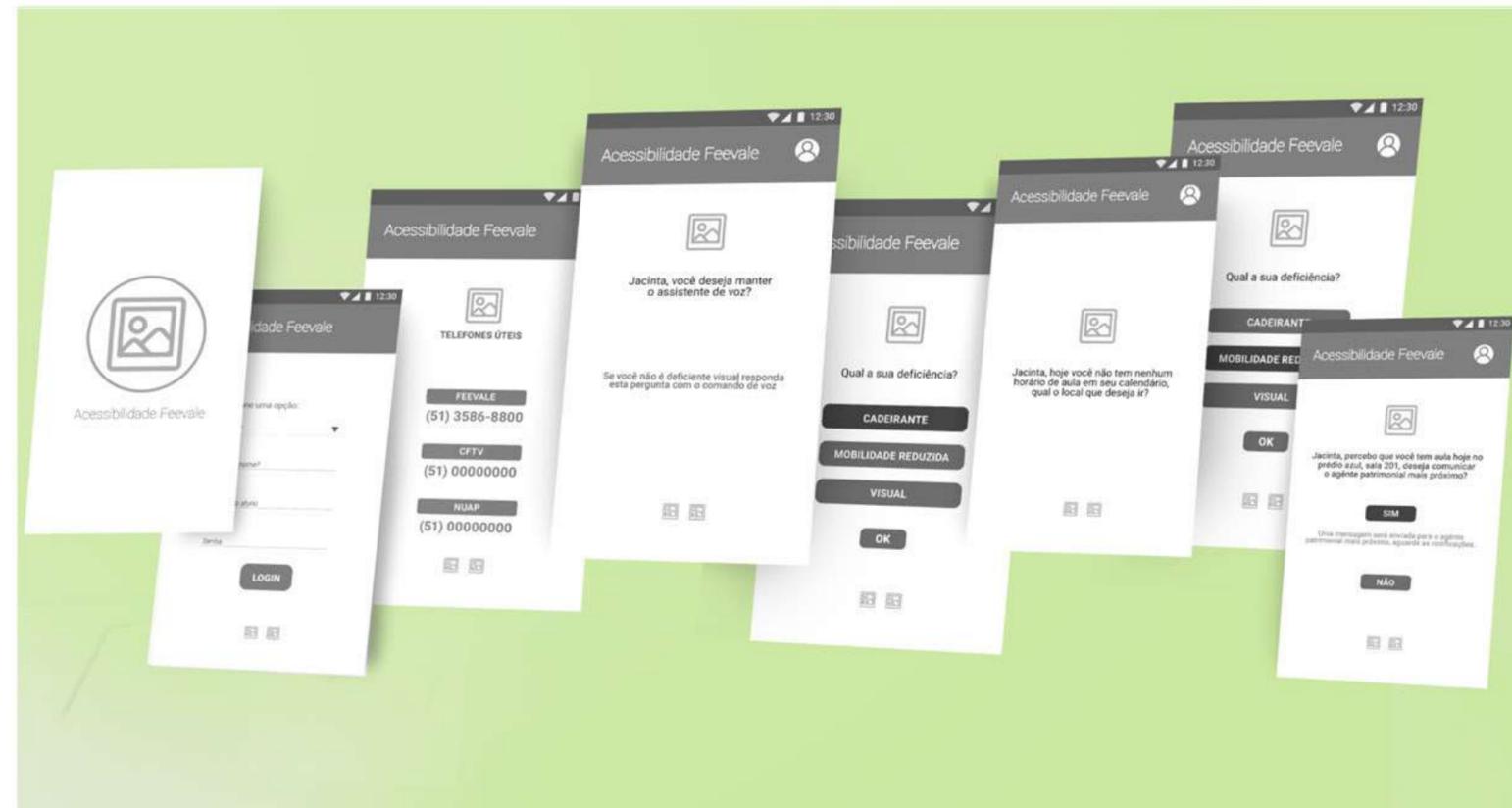
universidade, para assim rastrear as informações pessoais, e de cada disciplina cursada para facilitar o funcionamento, e a segunda opção se a pessoa é um agente patrimonial, também cadastrando-se pela matrícula de funcionário para rastreamento de dados já cadastrados junto a instituição.

Caso você seja um pcd, de início o app começaria com uma assistente de voz questionando se você deseja manter ou não ligada, caso você desejar manter o app entenderá que você pode ser um deficiente visual e automaticamente vai permanecer acionada em todas as telas, abrindo as opções para três tipos de deficiência: cadeirante, mobilidade reduzida e visual. Após isso você poderá escolher qual delas deseja, caso a escolha for visual o assistente questionará o aluno se ele deseja ir a aula alocada no dia ou se deseja ir a outro local, o aluno irá responder em voz alta e com isso será acionando um GPS para guiar o aluno pelo campus até o local desejado. Tendo esta opção de GPS somente para o visual.

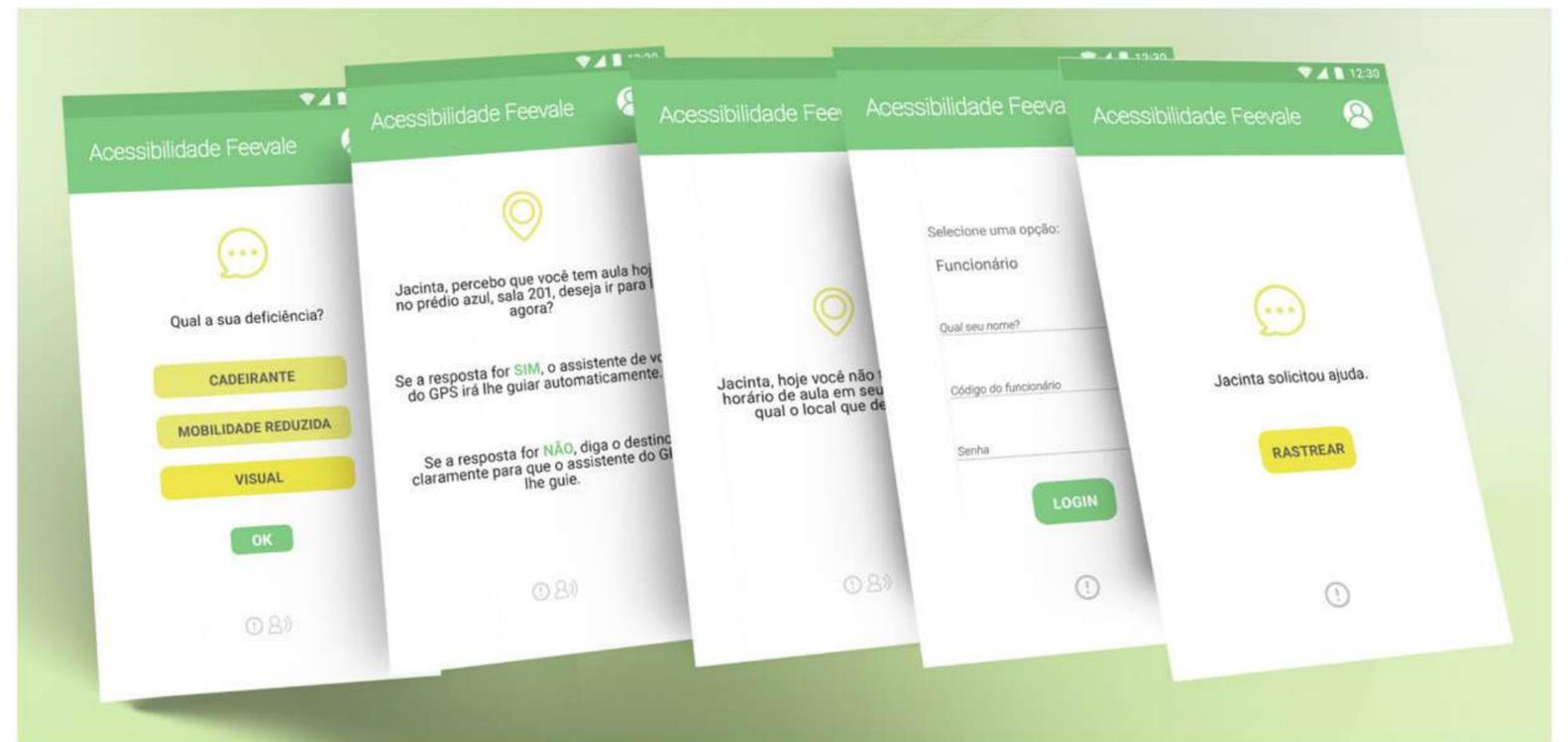
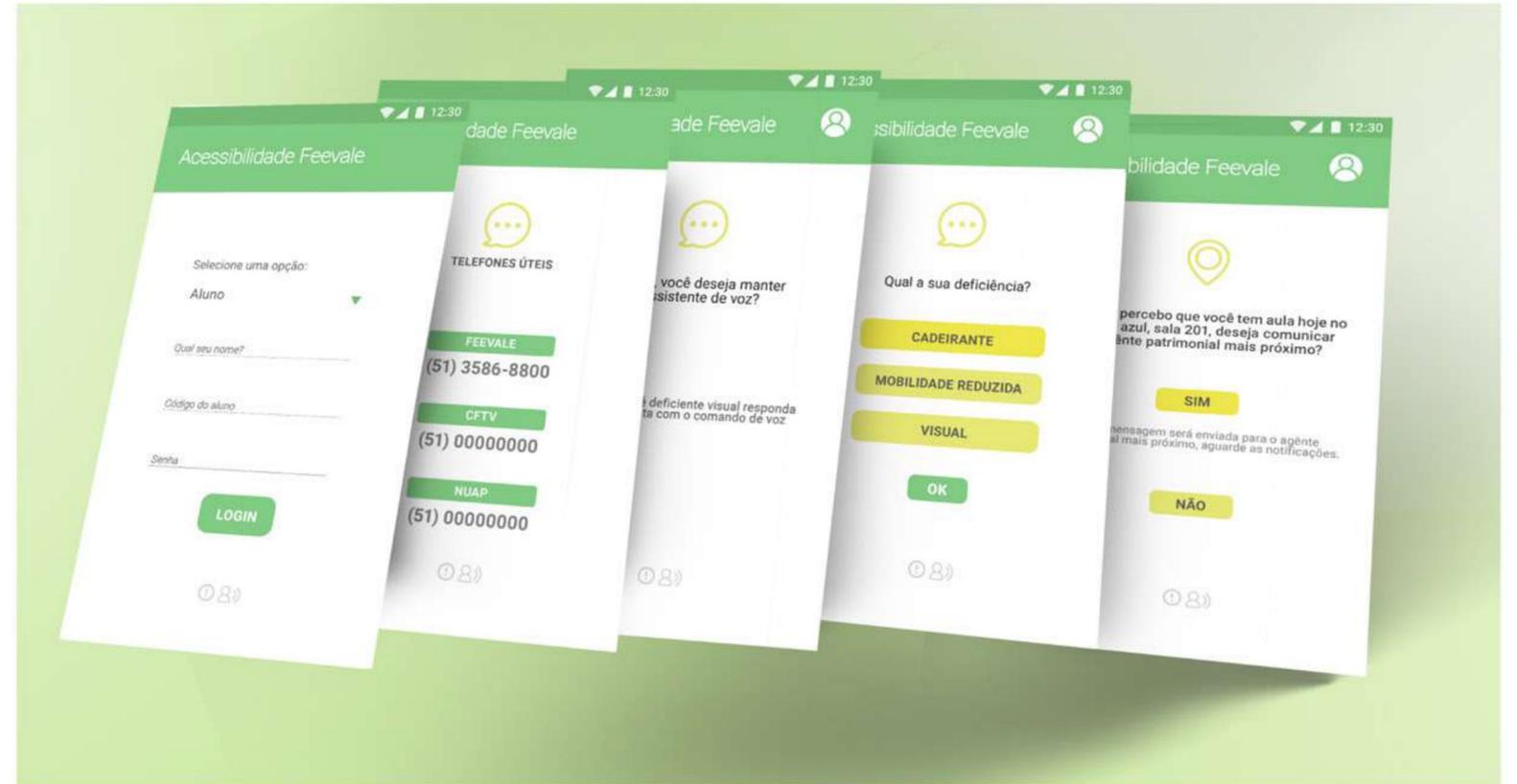
Caso você não deseje manter o assistente o app automaticamente teriam as opções de cadeirante e mobilidade reduzida. Ao próximo passo, o aluno irá escolher uma das opções de deficiência, e após ele será questionado se deseja ir a aula alocada no dia ou a outro local, após a resposta o app mandaria uma mensagem ao agente mais próximo para que o mesmo rastreie o aluno, logo aparecendo uma tela em tempo real de GPS, para que os dois possam saber onde cada um se encontra e assim poder otimizar o tempo. Como é um app acessível, nas configurações se encontram tamanhos variados de fontes, alteração para quem é daltônico e para quem possui baixa visão, para assim trazemos uma nova autonomia a quem mais necessita.



//arquitetura da informação



//wireframe



Meu Pequeno Satanista: Um padrão infantil com temática do Mochila de Criança.

Baphomet é um deus pagão, que veio a ser adotado pelo ocultismo e satanismo, e atualmente está muito presente na cultura pop. Sua representação mais comum, criada pelo ocultista Éliphas Lévi, é de uma figura com cabeça de bode, uma chama acima da cabeça, tórax feminino, mãos humanas, patas de bode, asas, e duas luas crescentes (figura 1). Mesmo com todas as características, encontra-se fácil associação ao Baphomet com apenas o desenho de uma cabeça.

O padrão foi criado a partir do desejo de fazer algo a mais com o pequeno desenho da cabeça de um Baphomet (figura 2). Resolveu-se que um padrão poderia trazer bons resultados.

Mesmo com uma temática vista frequentemente como pesada e adulta, o desenho do Baphomet ficou leve e fofo, e por isso se pensou em símbolos ligados ao satanismo que pudessem ser deixados com um ar mais infantil. Procurou-se ainda utilizar símbolos de fácil associação ao satanismo pela cultura pop, mesmo que tenham pouca ou até nenhuma ligação alguma com o ocultismo, como uma maçã mordida, com alusão à Adão e Eva, uma caveira que em muitas culturas representa a morte, e uma serpente, que em muitas passagens bíblicas representa Satã.

Além da cabeça de Baphomet, utilizou-se as duas luas crescentes comumente encontradas nas representações dele. Para entrar na linguagem, desenhou-se elas com rostos felizes.

Por fim, desenhou-se uma cruz e um pentagrama invertidos, símbolos sempre presentes em obras de cunho satânico.



(figura 1) Baphomet de Lévi

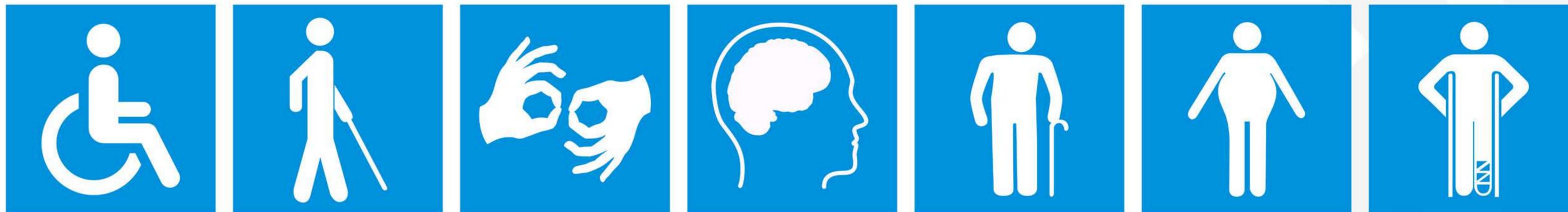


(figura 2) Desenho inicial de Baphomet



problema

O único problema em comum enfrentado por todos os tipos de Pessoas com Deficiência ou com mobilidade reduzida é o preconceito.



Símbolos internacionais de acesso

Os símbolos internacionais de acesso para Pessoas com Deficiência (PcD) e Pessoas com mobilidade reduzida (P.M.R.) ilustram cada tipo de deficiência, no seu aspecto formal, evidenciando justamente suas inabilidades individuais. E fazem isso de maneira muitas vezes pejorativa, o que acaba por despertar a antipatia daqueles que deveriam representar, além de fomentar o preconceito com relação as suas capacidades. Problema que este projeto vai resolver.

Função e relevância

Estes símbolos sinalizam que determinados serviços, espaços, edificações, mobiliários e equipamentos são acessíveis a pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, além de indicar seu uso preferencial. Mas acabam por exercer também uma importante função social: representar a maior minoria do mundo, somando cerca de 10% da população mundial (OMS, 2011), entre deficientes visuais, físicos, auditivos, mentais e de deficiência múltipla.

Idéia: Símbolos de empoderamento para Pessoas com Deficiência

E se os símbolos de acesso, além da função de sinalizar, também transmitissem uma mensagem de conscientização? E se ao invés de evidenciar suas deficiências, enalteçêssemos as qualidades adquiridas pela superação diária destas pessoas? Empoderando pessoas com deficiência através de conceitos como coragem, amor, felicidade e sabedoria desmistificamos tabus, aproximando PcDs e não PCDS.

Nossa proposta é o redesign dos símbolos internacionais de acesso, promovendo a inclusão desse segmento, garantindo sua integração à vida cultural, social e econômica da comunidade, e seu direito a qualidade de vida.

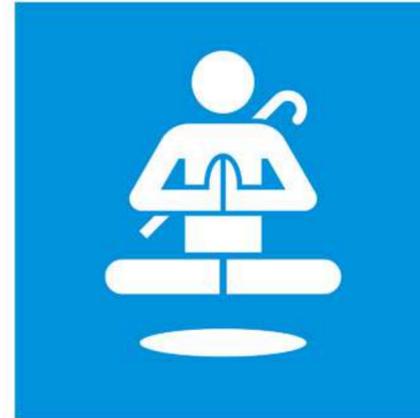
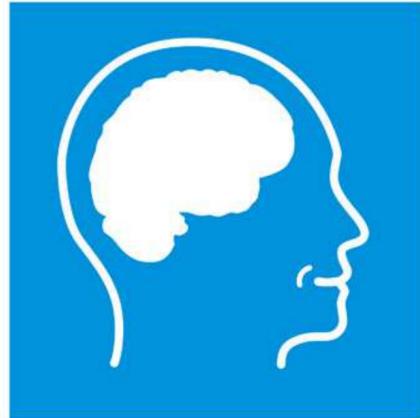
solução

Criamos símbolos que além de informar, cumprem uma função social.

A solução foi o redesign dos símbolos de acesso mais amplamente difundidos pelos sistemas de padronização internacionais. Através de breves modificações nas suas formas notórias, os novos pictogramas passaram a cumprir uma função muito mais ampla do que meramente sinalizar. Criamos símbolos que além de informar, cumprem uma função social.

Agora estes ícones conferem orgulho a cada classe representada, e não mais constrangimento. Na nova proposta, promovem empatia e não mais preconceito. Nas suas formas inspiram a solidariedade e a admiração de todos, características que vão garantir o acesso ao uso do espaço público preferencial, da pessoa obesa ao cadeirante, e seu direito à qualidade de vida.

O produto é um pacote de símbolos de acesso para Pessoas com Deficiência e Pessoas com mobilidade reduzida.



Pessoas em cadeira de rodas

Contra todos os obstáculos

Viver em uma sociedade que ainda vê as Pessoas em cadeira de rodas com preconceito e em cidades totalmente despreparadas para recebê-los é uma verdadeira batalha. O novo ícone para P.C.R. faz jus a este guerreiro do cotidiano, na luta diária por seus direitos. Passando por cima da falta de acesso.

Pessoas com deficiência visual

Múltiplas habilidades

A inclusão na sociedade e no trabalho é um desafio diário para estas pessoas. A perda de um dos sentidos e o direito negado à acessibilidade faz com que desenvolvam incríveis capacidades de adaptação. A inspiração do novo símbolo vem justamente desta capacidade de resiliência, da habilidade da pessoa com deficiência de transformar limitações em virtudes.

Pessoas com deficiência auditiva

Empodere com amor

Para compreender a Pessoa com deficiência auditiva e estabelecer a comunicação, integrando ele à sociedade, é necessária empatia por parte de todos. O redesign do símbolo de acesso para pessoas com deficiência auditiva adapta a linguagem de libras para outra ainda mais universal, a linguagem da solidariedade.

Pessoas com deficiência Mental

Todos contra a Psicofobia

A Psicofobia é o preconceito contra todo tipo de transtorno ou deficiência mental. A assistência necessária para o desenvolvimento de suas plenas capacidades cognitivas é prejudicada pela discriminação e falta de informação. O caminho de uma sociedade melhor e mais justa passa pelo respeito ao direito de cada cidadão à busca pela felicidade.

Pessoa Idosa

Sabedoria que só a experiência traz

Ao contrário do símbolo atual que representa a pessoa idosa através de suas limitações de maneira pejorativa, o novo símbolo evidencia um dos muitos aspectos positivos de quem passou dos 60 anos de idade: a sabedoria e a experiência adquirida durante toda a vida.

Pessoa Obesa

Empodere com autoestima

Pessoas obesas sofrem outro tipo de preconceito: elas são culpabilizadas pela sua condição e o constrangimento à que são expostas acaba às forçando a tentar mudar, ferindo sua autoestima. O novo símbolo empodera a pessoa obesa através do bom humor ao representá-la feliz com seu corpo, livre de qualquer estereótipo ou padrão imposto de beleza ou comportamento.

Pessoas com amputação

Inclusão é representatividade

Pessoas com outras deficiências, como os amputados, não se sentem representadas pelo símbolo internacional de acesso (cadeirantes). Agora as Pessoas com amputação, bem como pessoas com outras deficiências físicas, têm seu próprio ícone empoderado que evidencia suas potencialidades e não suas limitações.

**CATEGORIA
GRÁFICO
EGRESSO**



CAPA DE LIVRO

Trabalho desenvolvido na disciplina de imagem digital. Nesse trabalho foi feita a reformulação da capa do livro do Thomas Edson.

THOMAS EDISON

Na sua vida, Thomas Edison registrou 2.332 patentes. O fonógrafo foi uma de suas principais invenções. Outra foi o cinematógrafo, a primeira câmera cinematográfica bem-sucedida, com o equipamento para mostrar os filmes que fazia. Edison também aperfeiçoou o telefone, inventado por Antonio Meucci, em um aparelho que funcionava muito melhor. Fez o mesmo com a máquina de escrever. Trabalhou em projetos variados, como alimentos empacotados a vácuo, um aparelho de raios X e um sistema de construções mais baratas feitas de concreto.



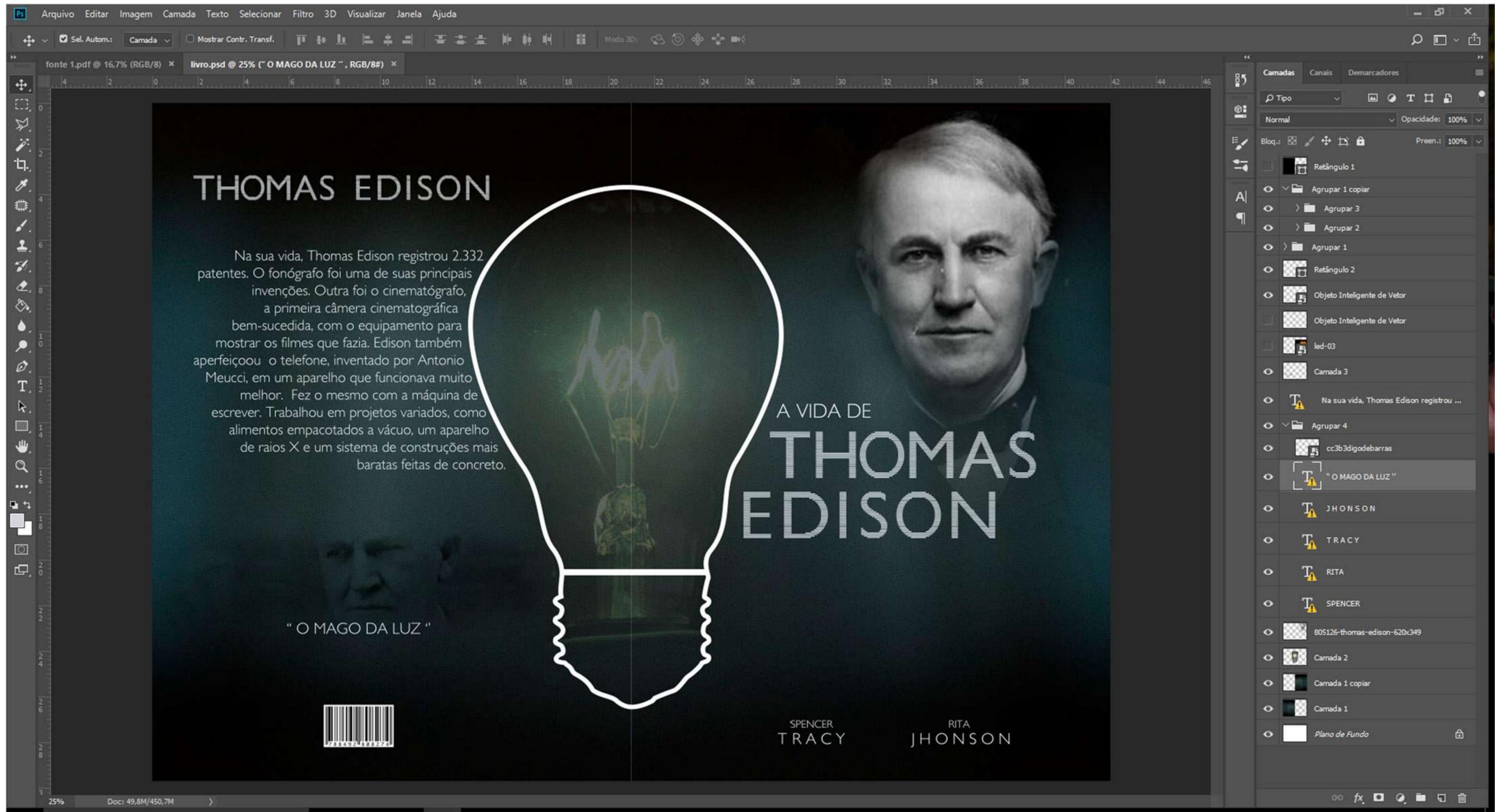
A VIDA DE THOMAS EDISON

SPENCER
TRACY

RITA
JHONSON

" O MAGO DA LUZ "





JUSTIFICATIVA / MOTIVAÇÃO

Comecei a questionar durante a minha formação sobre o meu papel como *(designer)* pessoa. Assim, me conscientizei sobre a importância das **ONGs**, e através deste projeto busquei **fortalecer o reconhecimento** da sociedade perante estas organizações.

OBJETIVO

Desenvolver uma **estratégia** de design que ofereça **inovação** às ONGs na formalização de suas **parcerias**, através da **diversificação** de suas atividades e aprimoramento de seu sistema de **comunicação e gestão**, gerando **sustentabilidade** econômica para a organização e oportunizando a melhoria da **qualidade de vida** para as pessoas da comunidade onde está inserida.

Aqui será representado todos os **elementos gráficos** desenvolvidos a fim de apresentar como a linguagem visual do projeto se comporta.



geração de alternativas para a criação da identidade visual do projeto

FUNCIONALIDADE

A marca é a representação de um **polvo** com diversos braços indicando **diferentes áreas** de atuação do projeto.

Através de uma **plataforma colaborativa**, ONGs e pessoas do bem podem se conectar, identificando **especialidades** de cada um e as **necessidades** de cada ONG.

Como forma de **incentivo**, foram criados sistemas que mantêm as pessoas atuantes dentro dos projetos. Conforme o cidadão ajuda, ele sobe de nível podendo trocar pontos por **descontos em empresas e lojas** parceiras do projeto.



Identidade Visual Coper



A plataforma conta com uma linguagem **simples e intuitiva**.

O usuário pode acessar diferentes áreas através do **painel de controle** a fim de monitorar, por exemplo, quais projetos da ONG estão **sendo executados através da plataforma** e assim identificar as pessoas atuantes dentro desta ação.

Como ponto de contato e conscientização da população, um **site** foi desenvolvido para apresentar o projeto.

www.coper.cc



O Fabuloso Destino de Amélie Poulain

COMO BASE PARA O *Design de Superfície*



O projeto "O Fabuloso Destino de Amélie Poulain como base para o Design de Superfície" foi desenvolvido na disciplina Projeto III, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico da Universidade Feevale. Teve como proposta a união do design de superfície com o cinema, através da produção de estampas inspiradas no filme "O Fabuloso Destino de Amélie Poulain", de Jean-Pierre Jeunet (França, 2001).

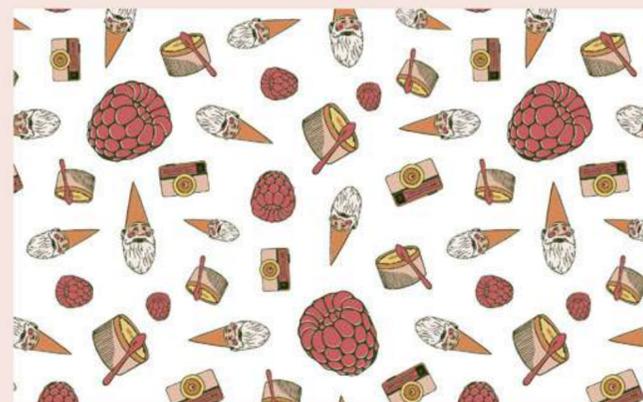
Este filme, além de conter diversos elementos significativos – roteiro, narrativa, cores, cenário e texturas, carrega mensagens inspiradoras e conquista admiradores ao longo dos anos. Em razão do filme gerar uma identificação no espectador, o projeto é destinado aos fãs deste filme.

utilização de 5 elementos significativos no filme



Na fase teórica do desenvolvimento do projeto, realizou-se pesquisa, coleta e análise de dados, por meio de um questionário direcionada aos fãs do filme. Na fase prática, fez-se o uso de materiais e tecnologias para experimentação e solução criativa, utilizando elementos e cores definidos através dos resultados da fase teórica.

Como resultado, foram criadas três estampas a partir do uso dos mesmos elementos visuais obtidos, mas com módulos de repetição diferentes. Duas das três estampas foram escolhidas para a confecção dos protótipos do produto – camisas unissex, peça de vestuário que pode vir a ser adquirida pelos fãs do filme.



MURAL feevale

comunicação
+ organização

didático

blackboard

provas
trabalhos
avaliações

coletivo

pessoal

google keep

lembretes
agenda
alarmes
notas

individual

sociedade acadêmica

geração de conteúdo coletivo

- . login através de identificação Feevale
- . informações em tempo real
- . hashtags fixas
- . perfil com dados acadêmicos
- . multidisciplinaridade
- . chattag

Mural Feevale é uma Interface para aplicativo e painé interativo resultado do estudo da metodologia *Projeto E*.

Objetiva gerar um sistema unificado de rede acadêmica e social de forma equilibrada e abastecida por seus usuários.

Com inspiração funcional nos fóruns e Scraps do Orkut e nas hashtags populares do Twitter, foi idealizado esteticamente como um aplicativo institucional.

login

- matrícula feevale
- senha feevale

novo

- #hashtag
- título
- caixa de texto
- cores/mídia/links
- postar

perfil

- foto
- identificação (nome, curso, instituto)
- posts salvos
- posts feitos

mural (feed)

- menu
- pesquisa
- perfil
- configurações
- novo
- posts

pesquisa

- barra de pesquisa

post

- hashtag
- título
- texto
- leia mais
- perfil de quem postou
- horário da postagem e dia

menu

- novo
- pesquisa
- configurações
- perfil

configurações

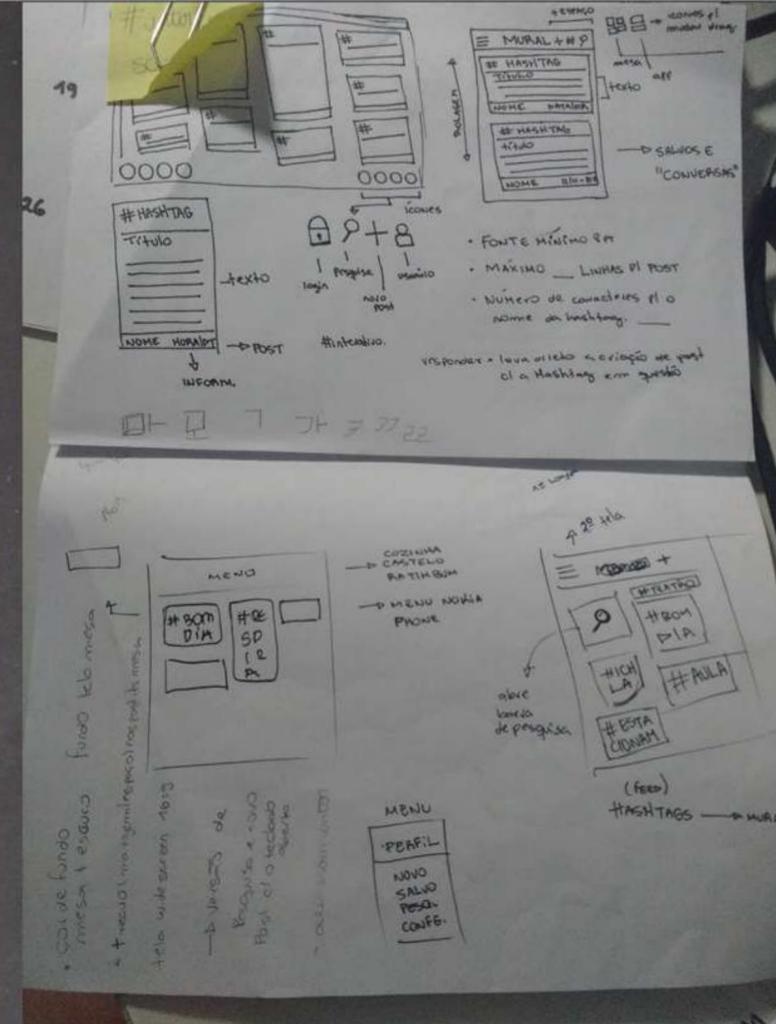
- alterar foto
- ativar notificações

ESTRATÉGIA

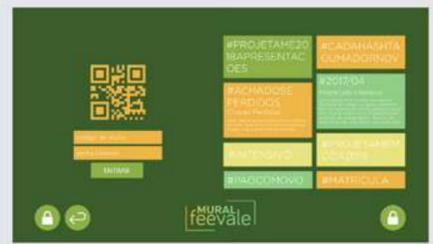
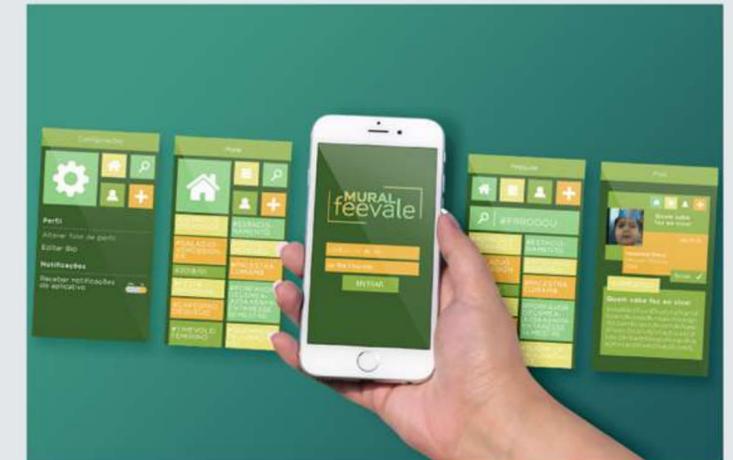
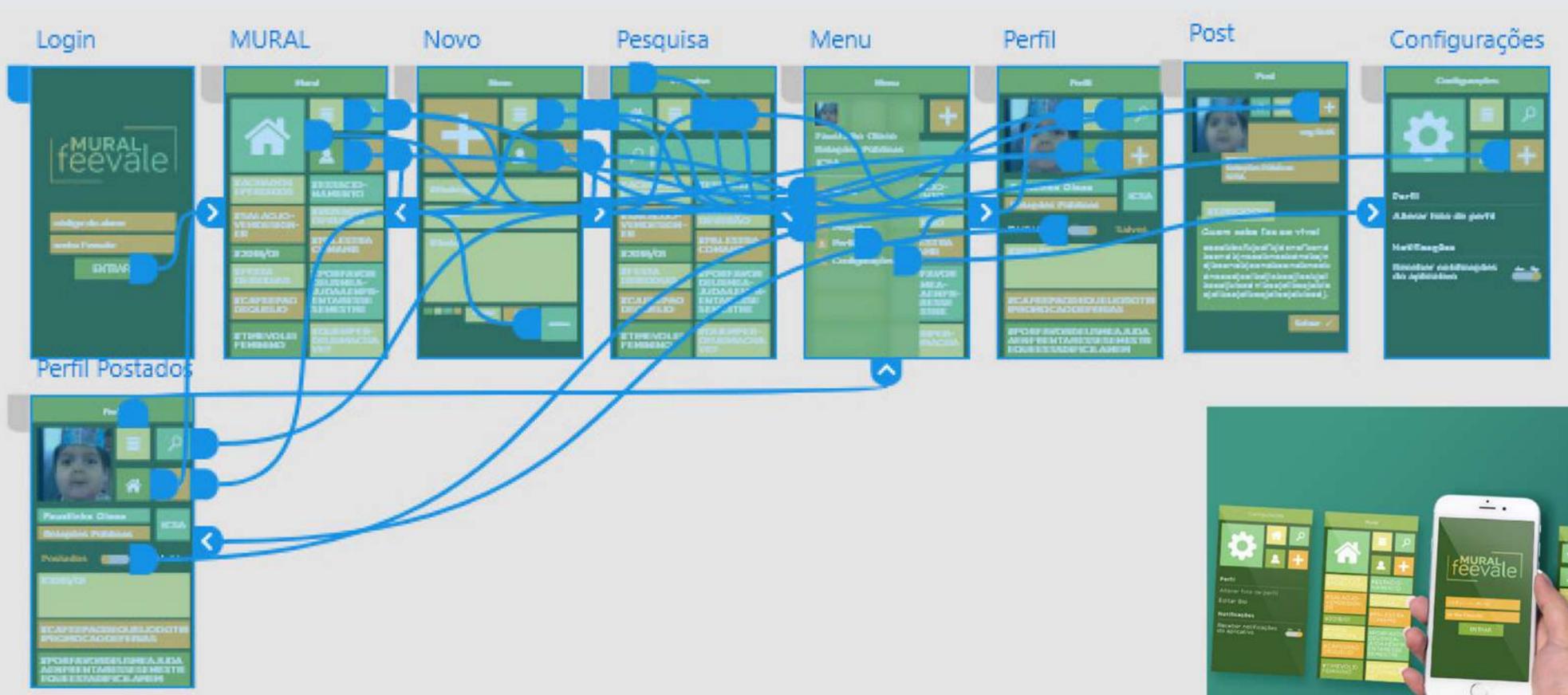
ESCOPO

ESTRUTURA

ESQUELETO



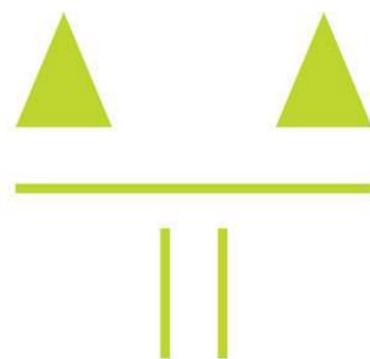
ESTÉTICA



MARCOS BERNARDINI

CAPA LIVRO

O destaque no ponto de venda foi item crucial no desenvolvimento desse projeto. Almejando ultrapassar o lugar comum do gênero em questão, apresentar o tema de forma a ser compreendido pela capa e instigar o público alvo de forma a causar desejo.



MEDIDAS
DIVISÃO
BASE

**QUANDO
A BALANÇA
ESTÁ EM
DESEQUILÍBRIO
FALTA
DIRECIONAMENTO
DE PESO**



PANTONE BLACK UNCOATED 40%

PANTONE BLACK UNCOATED 70%

PANTONE BLACK UNCOATED 90%

PANTONE SOLID UNCOATED 7620 C

TIPOGRAFIA

CORNERSTONE

RESPONSABILIDADE CIVIL



MARCOS BERNARDINI



IN.PRESSÕES

design de superfície

Á partir de fotografar as obras presentes na Exposição In.Pressões surgiram gravuras com inspiração em vários níveis, estéticos e ideológicos dos trabalhos lá expostos.

Foi-se então das gravuras aos vetores e em seguida a aplicação do rapport assim chegando as superfícies resultantes exibidas aqui.

Imaginando uma loja que pudesse vender artigos relacionados com a exposição deu-se também a elaboração de produtos com as superfícies aplicadas.

Os jogos de imaginação e transformação são os regentes deste trabalho que visa afirmar que a inspiração pode vir de qualquer lugar, basta estar atento.

A seguir fotografias e grafia gerada. Na próxima página módulos e aplicações.

EU SEI,
QUANDO
EU SINTO

