

Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design

**LIVRETO INSTITUCIONAL A RESPEITO
DE UM ESCRITÓRIO DE ARQUITETURA**

Mariana Dornelles Carpenedo

Projeto de Conclusão de Curso apresentado
ao curso de Design como parte dos
requisitos necessários à obtenção do título
de Bacharel em Design.
Orientador: Luciano de Castro

Florianópolis 2019

Mariana Dornelles Carpenedo

**LIVRETO INSTITUCIONAL A RESPEITO DE
UM ESCRITÓRIO DE ARQUITETURA**

Este Projeto de Conclusão de Curso (PCC) foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 09 de julho de 2019.

Profª. Marília Matos Gonçalves, Dra. Coordenadora do Curso de Design UFSC

Banca Examinadora:

Profª Sharlene Melanie Martins de Araújo, Me.

Profª Cristina Colombo Nunes, Drª.



Professor/a Orientador/a
Profº Luciano de Castro, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer ao meu orientador professor Luciando de Castro, que teve muita paciência em me orientar neste processo de um ano de pcc. Agradecer imensamente a Universidade Federal de Santa Catarina, por disponibilizar ensino de qualidade independente dos desafios, sempre dispondo conhecimento com muito amor e dedicação. Por compor um ambiente tão rico e acolhedor, aberto a diálogo e muito respeitoso. Com certeza concluir minha graduação nesta instituição é uma honra, hoje percebo como a conquista por esta vaga em 2014 mudou meu caráter e visão de mundo. Só tenho a agradecer.

Agradecer também todos os professores dos quais tive a honra de conhecer, de tanta áreas e gostos diferentes. Professores como Doug e Sharlene que se tornaram amigos queridos que admiro tanto. Professores dos quais às vezes só me relacionei por um semestre mas que abriram meus olhos de uma maneira inspiradora. Este contato direto e amigável que é proporcionado dentro das salas, faz com que a vontade de retribuição e admiração sejam cada vez maiores. Valorizar a profissão que incessantemente estuda, se dedica e se adapta. Gostaria de agradecer ao Dr. Júlio Teixeira, que acreditou em mim e me apresentou a ciência por trás do design, assim como o professor Mário Coelho, que me mostrou a arte em tudo que vemos e fazemos. Gostaria de lembrar e agradecer todos os amigos que fiz neste percurso, tantas admirações, trocas de conhecimento e experiências. Agradecer aqueles que tanto me ensinaram, na vida pessoal, acadêmica e profissional.

Agradecer ao meu pai, que me ensinou que conhecimento é a arma mais poderosa que se pode possuir, pois uma vez adquirido, ninguém nunca poderá retirar de você.

Agradecer também ao escritório Arquion - Arquitetura e Design Ltda. que confiou em mim para projetar este livreto e esteve sempre presente em todo o processo, atento e envolvido. Ao meu tio amado, que tantas vezes me acalmou via telefone acreditando em mim e no meu percurso.

Agradecer ao NUTE, local especial que trabalhei e sinto falta até hoje.

Agradecer a minha família que me fez forte para estar onde estou hoje.

E por fim, a minha mãe que é meu símbolo de persistência e amor.

Gratidão à todas as pessoas que felizmente compartilharam comigo um pouco de sua trajetória e me ajudaram a construir pedaços da minha, em mais esta experiência de aprendizagem.

RESUMO

Este trabalho propõe traduzir conceitos extraídos do escritório Arquion - Arquitetura e Design Ltda., através da análise e diagnóstico de seu propósito, suas construções arquitetônicas, ideologia e posicionamento no mercado por meio de um livreto institucional. Utilizou-se a Metodologia Projetual para Produtos Gráfico-Impressos desenvolvida por Matté (2004), para guiar este projeto, com auxílio do método de estruturação gráfica proposto por Castro e Perassi (2018), com o objetivo de oferecer conteúdo agradável e relevante através de um material que converse com o público do escritório, aplicando estratégias e princípios de design que foram definidos por meio de pesquisas e estudos, para que assim a mensagem a ser passada reflita o interior do escritório, conectando-se com seus clientes de maneira física, objetiva e atual. O resultado final consiste no protótipo de um livreto institucional, construída e baseada especialmente para o escritório Arquion - Arquitetura e Design Ltda.

Palavras-chave: Design Gráfico, Design Editorial, Livreto institucional, Arquitetura, Livreto Arquitetura.

ABSTRACT

This work proposes to translate concepts extracted from the Arquion - Architecture and Design office, through the analysis and diagnosis of its purpose, its architectural constructions, ideology and positioning in the market through an institutional booklet. Was used the Project Methodology for Graphic-Printed Products developed by Matté (2004), to guide this project, with the support of the graphic structuring method proposed by Castro and Perassi (2018), with the objective of offering gentle and relevant content through a material that converses with the public of the office, applying strategies and principles of design that have been defined through research and studies, so that the message to be passed reflects the interior of the office, connecting with their clients in a physical way, objective and current. The final result consists of the prototype of an institutional booklet, built and based especially for the Arquion - Architecture and Design office.

Keywords: Graphic Design, Editorial Design, Institutional Booklet, Architecture, Booklet Architecture.

1. INTRODUÇÃO 6

1.1. 1.1. OBJETIVOS 6

1.1.1. Objetivo geral 6

1.1.1.1. *Objetivos específicos* 7

1.2. JUSTIFICATIVA 7

1.3. DELIMITAÇÃO DO PROJETO 7

2. METODOLOGIA PROJETUAL 7

2.1. COMPREENSÃO DO PROJETO 9

2.1.1. Pesquisa 9

2.1.1.1. *Histórico* 9

2.1.1.2. *Briefing* 13

2.1.1.3. *Público* 15

2.1.2. Análise 15

2.1.2.1. *Função utilitária/necessidade* 15

2.1.2.2. *Uso e funções técnico/físicas* 16

2.1.2.3. *Similares* 27

2.1.2.4. *Formal e Informal* 30

2.1.2.5. *Produtivo e Custos* 31

3. 3. CONFIGURAÇÃO DO PROJETO 31

3.1. DEFINIÇÃO 31

3.1.1. Lista de Requisitos 31

3.1.2. Hierarquização dos Fatores Projetuais 32

3.2. MODELAÇÃO INICIAL 33

3.2.1. Formato de página 33

3.2.2. Definição da Tipografia e Entrelinha	34
3.2.3. Anatomia da Página	36
3.2.4. Espelho da Publicação	41
3.2.5. Definição da Proposta Cromática	42
3.2.6. Definição da proposta tipográfica (valores da escala aplicada) e gráfica (box, formas, grafismos...)	44
3.2.7. Proposta de imagens	46
4. 4. REALIZAÇÃO DO PROJETO	47
4.1. MODELAÇÃO FINAL	47
4.1.1. Diagramação	48
4.1.2. Diagramação e Elemento especial	52
4.1.3. Formas e Imagens	54
4.1.4. Capa	57
4.2. NORMATIZAÇÃO	58
5. CONCLUSÃO	58
6. REFERÊNCIAS	59

1. INTRODUÇÃO

Uma boa peça de design editorial ajuda os comerciais da empresa a gerar notoriedade e consequentemente vendas, assim como ajuda a transmitir aos seus clientes o posicionamento da empresa e dos produtos ou serviços, ajudando a manter a marca e os produtos na memória do consumidor. Deverá passar uma mensagem clara, objetiva e concreta, assim como apresentar os atributos mais relevantes da empresa e do produto ou serviço prestado.

Escritórios de Arquitetura estão baseados na prestação de serviços diretamente à pessoas físicas, empresas, construtoras ou governo. Neste sentido, os serviços prestados por um Escritório de Arquitetura vão desde a consultoria e desenvolvimento de projetos arquitetônicos, design de interiores, podendo chegar à coordenação de obras, paisagismo e planejamento urbano. A concorrência no mercado é grande, de acordo com o censo do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil, em 2011 havia 99 mil arquitetos registrados na entidade. Em 2013 o número de registros aumentou para aproximadamente 110 mil profissionais. Além da atuação dos arquitetos no segmento, há também profissionais de outras áreas como engenheiros, decoradores, designers de interiores, construtores e paisagistas que disputam o mesmo mercado. Com isto a proposta regida por este trabalho é destacar o escritório Arquion - arquitetura e design ltda. no mercado. O escritório atua em diversos segmentos, buscando sempre inovar e desafiar-se com novos projetos e propostas. Visa trabalhar em harmonia com a natureza, projetando para pessoas e esforçando-se para realizar sonhos.

Segundo Timothy Samara,

“Publicações são aplicações extensas de texto e imagem e, como tais, implicam uma grande quantidade de questões que o designer deve considerar. Ao contrário dos itens de formato único, como cartazes ou anúncios, até mesmo documentos singulares contendo mais de 8 ou 12 páginas exigem que os designers se concentrem nas questões decorrentes da leitura extensa: organizar grandes volumes de conteúdo em pacotes de informações relacionadas; trabalhar a tipografia para que seja confortavelmente legível ao longo de diversas páginas, mas mantendo a leitura vivaz o suficiente para envolver o leitor; estruturar partes de páginas e seções para acomodar uma variedade de conteúdo, seja ele baseado em imagens ou em texto; e integrar as imagens à tipografia para obter uma forma unificada e construir uma comunicação que é maior que a soma de suas partes.” (2011, p. 11)

Visto que, há uma forte concorrência por esta fatia no mercado, propõe-se por meio deste projeto o desenvolvimento de um livreto institucional para o escritório Arquion - Arquitetura e Design ltda., contendo seus projetos e trajetória no decorrer dos anos, refletindo de maneira fiel os conceitos e ideais do escritório.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo geral

Realizar o projeto gráfico-editorial de um livreto de literatura corporativa, evidenciando a trajetória, os projetos já desenvolvidos e o conceito atual do escritório de arquitetura.

1.1.1.1. *Objetivos específicos*

- Situar e entender os materiais trabalhados pelo escritório;
- Separar materiais exclusivos para o projeto, categorizá-los em segmentos;
- Reunir recursos teóricos e técnicos para a definição e o desenvolvimento do projeto proposto;
- Planejar e experimentar a peça gráfica;
- Diagramar e estruturar a peça gráfica;
- Compor um protótipo da peça gráfica.

1.2. JUSTIFICATIVA

Colocar em prática e testar habilidades adquiridas durante o período de graduação e explorar possibilidades da área de maneira autônoma, desenvolvendo um material útil para pessoas e empresas, é uma das justificativas deste projeto.

Contudo, em um mercado que apresenta número significativo de escritórios de arquitetura se faz necessário a existência de um diferencial, que dialogue de maneira clara, direta e eficiente com seu público, visando destacar-se da concorrência. Diante disto, surge a necessidade de comunicação entre o escritório Arquion - Arquitetura e Design Ltda. e seus clientes, através de um produto gráfico que ressalte seus projetos já desenvolvidos no decorrer de sua trajetória e a ideologia do escritório, organizando e sintetizando os conteúdos em um único produto. Por tratar-se de um produto físico existente no mundo e no mercado há bastante tempo, e que nos dias atuais tornou-se de certa forma ultrapassado com o advento da internet e sites interativos entre outras ferramentas contemporâneas, a proposta deste projeto é resgatar esta essência, o contato físico com o produto, dando-lhe um novo significado, adaptando-o para uma linguagem atual e tornando-o útil, fomentando uma nova relação e experiência com o cliente em relação ao escritório.

1.3. DELIMITAÇÃO DO PROJETO

O projeto delimita-se a um produto gráfico-editorial que poderá vir a se tornar também material digital para ser exposto futuramente no site da empresa. A identidade visual será construída a partir das pesquisas de referências e o conteúdo será coletado com o dono e arquiteto do escritório, senhor João Gustavo Gambin. Inicialmente, terá tiragem significativa, com intuito de contemplar clientes via correspondência, dos quais terão seus projetos participando do livreto, assim como dispor unidades no local fixo do escritório fim de presentear clientes que chegam ao local com intuito de conhecer como o escritório atua e seus projetos.

2. METODOLOGIA PROJETUAL

Para atender aos objetivos do projeto apresentado, selecionou-se trabalhar com a Metodologia Projetual para Produtos Gráfico-Impressos desenvolvida por Matté (2004), na qual será trabalhada de maneira adaptada conforme as exigências do projeto em processo.

Segundo MUNARI (2008),

“O método para o designer não é nada absoluto nem definitivo. É, portanto, algo que se pode modificar, caso se encontre outros valores objetivos que melhorem o processo. E isto se liga à criatividade do projetista que, ao aplicar o método, pode descobrir algo para melhorá-lo. Portanto, as regras do método estimulam o projetista a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros.”

A metodologia de Matté é dividida em oito etapas, das quais seis estão agrupadas em três fases (macro-estrutura), que são: 1. Compreensão do projeto (Período de análise e pesquisas em torno de seu contexto), 2. Configuração do projeto (definição de requisitos e hierarquia de elementos, assim como a modelação inicial) e a fase 3. Realização do projeto (modelação final e definições técnicas). A oitava etapa, chamada Supervisão, parte final da metodologia original, foi retirada, pois processos industriais e acompanhamento técnico, fundamentais desta etapa, não farão parte desse projeto de conclusão de curso.

Por conseguinte, as etapas do projeto se dão de forma que a Problematização, primeira etapa da metodologia, apresenta o problema e identifica qual a necessidade do projeto e como melhor organizá-lo para atingir seu objetivo. Logo em seguida, dentro da Fase de Compreensão do Projeto, entram as etapas de Pesquisa e Análise. Através da etapa de Pesquisa, busca-se conhecer todo o universo em que o projeto está inserido, coletando informações sobre a organização e seu histórico. A partir dos dados da pesquisa, é feita a Análise, que trabalha de maneira mais aprofundada as informações obtidas e investiga os aspectos técnicos e funcionais de seus produtos e similares, e como irão contribuir para o desenvolvimento do produto proposto. Já na Fase de Configuração do Projeto, temos as etapas de Definição e Modelação Inicial. Na etapa de Definição decide-se o conteúdo, forma e demais aspectos técnicos do produto. A partir disso, começa-se a Modelação Inicial do material.

Por fim, na Fase de Realização do Projeto temos as etapas de Modelação Final, na qual finaliza-se a produção, e a etapa de Normatização, na qual descreve-se os aspectos técnicos de produção do produto.

FASES	ETAPAS	ATIVIDADES
	PROBLEMATIZAÇÃO	Exposição do problema. Programa. Contrato.
COMPREENSÃO DO PROJETO Período informativo no qual são reconhecidos os princípios lógico-informacionais, técnico-funcionais, estético-formais e mercadológicos do produto, identificando o universo no qual está inserido.	PESQUISA	Diacrônica. Siacrônica. Aspectos mercadológicos.
	ANÁLISE	Função utilitária/necessidade. Uso/funções técnico-físicas. Produtivo/custos. Formal e informal.
CONFIGURAÇÃO DO PROJETO Período de concepção no qual todas as informações anteriormente compreendidas são convertidas em textos, esquemas e desenhos iniciais do produto.	DEFINIÇÃO	Lista de requisitos. Hierarquia dos fatores projetuais. Redefinição do problema.
	MODELAÇÃO INICIAL	Modelos iniciais/intermediários.
REALIZAÇÃO DO PROJETO Período de aprimoramento do desenho do produto e preparação segundo os requisitos de produção industrial.	MODELAÇÃO FINAL	Modelos finais.
	NORMATIZAÇÃO	Definição técnica de produção.
	SUPERVISÃO	Apoio técnico a produção e implementação.

Figura 1: Metodologia original.
Fonte: Produzido pela autora

FASES	ETAPAS	ATIVIDADES
	PROBLEMATIZAÇÃO	Exposição do problema.
COMPREENSÃO DO PROJETO Período informativo no qual são reconhecidos os princípios lógico-informacionais, técnico-funcionais, estético-formais e mercadológicos do produto, identificando o universo no qual está inserido.	PESQUISA	Objeto de estudo.
	ANÁLISE	Função utilitária/necessidade. Uso/funções técnico-físicas. Similares. Formal e informal. Produtivo/custos.
CONFIGURAÇÃO DO PROJETO Período de concepção no qual todas as informações anteriormente compreendidas são convertidas em textos, esquemas e desenhos iniciais do produto.	DEFINIÇÃO	Lista de requisitos. Hierarquia dos fatores projetuais. Redefinição do problema.
	MODELAÇÃO INICIAL	Modelos iniciais/intermediários.
REALIZAÇÃO DO PROJETO Período de aprimoramento do desenho do produto e preparação segundo os requisitos de produção industrial.	MODELAÇÃO FINAL	Modelos finais.
	NORMATIZAÇÃO	Definição técnica de produção.

Figura 2: Metodologia adaptada.
Fonte: Produzido pela autora

2.1. COMPREENSÃO DO PROJETO

2.1.1. Pesquisa

2.1.1.1. Histórico

O escritório de arquitetura Arquion - Arquitetura & Design Ltda. (objeto de estudo deste Projeto), é uma empresa privada, criada por João Gustavo Gambin no ano de 1991 e atualmente está situada na cidade de Santa Rosa, no noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. O escritório visa trabalhar um novo conceito em arquitetura, onde a “sustentabilidade combina com tecnologia e modernidade”, segundo João Gambin. Após a conclusão de sua graduação na faculdade de arquitetura Unisinos em São Leopoldo, buscou empreender dentro de sua área, trabalhar e arquitetar em sociedade com um escritório já existente em Santa Rosa, chamado MA Engenharia. Contudo, após um breve período de dois anos trabalhando em conjunto (1988 à 1990), optou seguir por conta própria e abrir seu escritório em 1991. O nome escolhido para o escritório ocorreu de maneira bem descontraída pois, como aluno, João Gambin utilizava o Software chamado Architron, e influenciado pelo personagem Megatron, da animação televisiva Transformers, criou em meio a brincadeiras o nome do atual escritório: Arquion. Com isto, o radical escolhido **Arqui** que em latim representa superior/maior e o sufixo **on** do inglês que significa ligado/atento.

Entre os anos de 1991 e 1999 o escritório Arquion se fortaleceu em Santa Rosa, efetuando diversos trabalhos durante este íterim, destacando dentre eles: edifícios residenciais e comerciais com características diferenciadas para a época,

tais como Villaggio Del Sole, Feliccita e Bella Citta na cidade de Santa Rosa e Porto Alegre. Foram construídas também dezesseis casas residenciais e a Escola Frederico Jorge Logemann na cidade de Horizontina. Do mesmo modo foram projetadas lojas comerciais, atendendo o público de cidades da região, como por exemplo Santa Maria, Porto Alegre, Horizontina, Ijuí e Porto Vera Cruz, atendendo também algumas construtoras como parceiras de projetos. No ano de 1993 foi percebida a importância e o diferencial da participação do design de interiores nos projetos trabalhados como uma ferramenta excepcional e potencializadora de realização e proximidade do cliente com o resultado final. Assim, o design de interiores tornou-se tão importante quanto as edificações, acrescentando de forma inerente esse serviço nos projetos e no nome do escritório, Arquion - Arquitetura & Design Ltda.

No ano de 2000 a convite de um colega paulista chamado Evandro Mendes, da empresa - Performance Participações e Construções, João Gambin mudou-se para Florianópolis, onde operou durante 12 anos, porém nunca deixou de atuar com o escritório Arquion em Santa Rosa. Foi contratado para gerenciar as obras da empresa mencionada além de acompanhar e coordenar projetos elaborados pelo arquiteto Clóvis Guiorzi. Reformou inúmeros imóveis da empresa contratante e coordenou processos entre proprietários e arquitetos durante este período.

Em 2002 desligou-se da empresa Performance Participações e Construções e abriu uma nova sede do escritório Arquion em Florianópolis, pois até então o escritório funcionava apenas em Santa Rosa. Durante este período na nova cidade, participaram de mostras de design de interiores, como Mostra Bordaux em 2003, foram premeados com o oitavo Lugar no Núcleo Catarinense de Decoração no ano de 2006 e participaram também da Mostra Casanova em 2007 na Beiramar Norte, visando inovar-se e manter-se atualizado com as demandas do mercado buscou-se inclusive referências e estudos internacionais nas bienais de Buenos Aires, São Paulo e na feira de Milão. Após dez anos, em 2012 retornou para Santa Rosa, pois a demanda era superior às demandas existentes em Florianópolis, concluindo-se então que era melhor retornar a cidade natal.

A atuação em ambos os estados, permitiu uma experiência valiosa em função das diferenças de mercado. Em ambos os mercados de trabalho, atuaram na produção de projetos de arquitetura e design de interiores para edifícios comerciais, institucionais, residenciais e hotelaria. Buscando a excelência na prestação de serviços de projeto e consultoria. O corpo técnico da empresa busca constantemente atualizações em feiras nacionais e internacionais, eventos ligados ao setor de arquitetura e design de interiores, pesquisando tendências e novas tecnologias.

A equipe técnica da Arquion é formada pelo Arquiteto Joao Gustavo Gambin e pela Designer de Interiores Rovena Dornelles, conjunto com uma equipe de 03 colaboradores diretos e mais parceiros terceirizados que atuam como colaboradores para a confecção de projetos complementares.

Com isto, em 2013 foram premiados como escritório com maior volume de trabalhos efetuados e ganharam uma viagem para Itália, ambos concedidos pelo Grupo Viabiliza, como reconhecimento de todo trabalho executado pelo escritório. Participaram da mostra Idu Móveis em Santa Rosa no ano de 2016 e das feiras Revestir em São Paulo e feira Móveis Sul em Gramado.

Atualmente o escritório também desenvolve inúmeros projetos distintos, como edificações para estacionamento, crematório, condomínios, urbanização de parques e edifícios de até 26 pavimentos. Segundo João Gambin

“O propósito do escritório com seus projetos é desenvolver espaços pensados e moldados para as pessoas, num contexto sinérgico e

completamente interativo com a natureza em sua volta, procurando integrar o meio com a arquitetura, não modificando o local a favor da construção, mas sim mesclando um ao outro de maneira simbiótica. Prega e pratica a ética social, trabalha de forma sincera, honesta, inquieta e corajosa. Busca incessantemente por novos conhecimentos, visando aperfeiçoar as habilidades de arquitetar e de transformar o mundo que nos cerca de maneira harmônica com o todo.”

Participações e Premiações

Participação como colaborador e agraciado com Menção Honrosa no trabalho de autoria do Arquiteto Mauro Defferrari, ao Concurso Público de Arquitetura para Escolha de Idéia para a criação de um Terminal Rodoviário no Bairro do Meier- Rio de Janeiro, Promovida pela Empresa Municipal de Urbanização- RIORUBE e organização pelo Departamento do Rio de Janeiro em dezembro de 1987. Oitavo Lugar no Núcleo Catarinense de Decoração no Ano de 2006. Escritório Destaque nos anos de 2012 e 2013 do Grupo Viabiliza. Viagem a Fiera Del Mobili de Milão, Itália no ano de 2014, prêmio concedido pelo Grupo Viabiliza de Santa Rosa, como o escritório com maior volume de vendas no ano de 2014 junto ao grupo de empresas que compõe o Grupo Viabiliza.



Figura 3: Fachada externa do escritório em Santa Rosa - RS
Fonte: Foto enviada pelo cliente



Figura 4: Parte interna do escritório em Santa Rosa - RS
Fonte: Foto enviada pelo cliente



Figura 5: Projeto no ano de 2006 de casa residencial.
Fonte: Material enviado pelo cliente



Figura 6: Projeto no ano de 2015 de loja comercial.
Fonte: Material enviado pelo cliente



Figura 7: Projeto no ano de 2017 de design de interiores
Fonte: Material enviado pelo cliente

No decorrer dos anos a Arquion preocupou-se em manter-se atualizada e conectada com seus clientes e o mercado no qual trabalha, com isso passou por três significativas transformações em sua identidade visual, como demonstra a figura 8. A marca inicial nasceu com a criação do escritório em 1991, que inicialmente chamava-se Arquion – arquitetura e construção, contudo após a entrada definitiva do design em 1993, adicionou-se a tagline utilizada até os dias atuais e assim foi registrada no INPI como uma marca tridimensional. Em 2004, após a mudança para Florianópolis buscou-se desenvolver uma nova marca, como mostra a figura e, por fim, no ano de 2010 foi desenvolvida a marca atual, alinhada com o propósito do escritório, visando comunicar-se de maneira fidedigna e objetiva com seu público. Percebe-se no desenvolvimento das marcas gráficas no passar dos anos uma tendência a ser seguida, pois em 1993 identifica-se na marca gráfica a simetria e pesos bem distribuídos, demonstrando forte alinhamento e linhas racionais. Já em 2004 percebe-se a quebra deste padrão, uma transformação visível, através dos elementos tipográficos com seu kerning aumentado, porém mantendo ainda a caixa-alta, percebido de maneira imperativa, a tagline modificada para caixa-baixa e com fonte sem serifa, demonstrando modernidade e adaptação as transformações atuais. A linha horizontal abaixo da nomenclatura, assemelhando-se a um rastro de tinta assimétrico de pincel, feito a mão, torna a marca gráfica mais pessoal e próxima. Por conseguinte, nota-se na última marca gráfica desenvolvida adaptações, seguindo a linha da marca anterior. Manteve-se a assimetria e optou-se em utilizar a tipografia com caixa-baixa no nome principal do escritório, reforçando a proximidade e personalidade da marca. Retornou-se para o uso inicial das cores azul e alaranjado e o kerning foi ajustado, mantendo igualdade de espaçamento entre os caracteres, demonstrando seriedade e unidade com o todo. A tagline agora utilizada em duas linhas trabalha com duas tipografias distintas, uma especial para a palavra arquitetura, serifada remetendo ao tom sério e arcaico da existência da arquitetura no mundo e uma tipografia mais leve e descontraída para a palavra design. Contudo, verifica-se na marca atual a existência de assimetria, proximidade, unidade e contrastes, seja de cores, tamanhos e formas.



Figura 8: Evolução da marca gráfica do escritório Arquion
Fonte: Material enviado pelo cliente

2.1.1.2. Briefing

Em conjunto com o cliente foi efetuado o briefing do projeto. À priori, o preenchimento do documento foi efetuado via e-mail, pois João encontrava-se ocupado com demandas de trabalho e viagens. Após o recebimento do briefing preenchido, entrou-se em contato via telefone para discutir e alinhar ideias e visões do trabalho, para que estivessem ambos, projetista e cliente direcionados para o mesmo resultado. Após uma longa conversa, acordou-se os pontos e estabeleceu-se fraquezas e vontades do cliente para com o projeto. Segue assim o briefing coletado e preenchido pelo cliente com auxílio da projetista. Vale ainda

ressaltar que o preenchimento e alinhamento do briefing se estendeu pelo período de duas semanas, desde o primeiro contato via e-mail até o último contato via telefone.

a) Do que se trata o projeto?

Desenvolvimento de produto gráfico-editorial para expor a ideologia/filosofia do escritório Arquion – Arquitetura e Design LTDA concomitantemente com uma seleção de projetos já executados.

Qual assunto do projeto?

Diferentes segmentos de atuação do escritório, missão, visão e valores assim como a ideologia atual do escritório. Expor projetos já produzidos ao longo de sua trajetória e ilustrar a trajetória percorrida até os dias atuais

b) Qual é o objetivo?

Diferenciar-se da concorrência com material impresso personalizado conforme conceitos do escritório e aproximar-se do público que atende.

c) Quem é o público?

Empresas, clientes e construtoras.

d) Qual a mensagem principal?

Passar aos clientes a preocupação e comprometimento diário em honrar as responsabilidades que o escritório recebe, com objetivo de produzir espaços que serão utilizados por pessoas e valorizar a participação das pessoas no espaço, fazendo o espaço valorizar as pessoas. Simbiose entre ser humano e natureza. Sinergia. Proximidade. Criatividade, conhecimento técnico adquirido ao longo dos anos, expressar a atualidade refletida nas novidades dos projetos.

Existem outras mensagens a serem propagadas (secundárias)?

Histórico e projetos do escritório.

e) Como o produto será distribuído? Onde ele será visto (método de distribuição)?

O material a ser desenvolvido será de posse do escritório, como material institucional, no qual poderá ser enviado a clientes especiais via correspondência, ser utilizado como portfólio conceitual do escritório e como material convidativo e exemplificador dos diferentes segmentos de projetos já concluídos pelo escritório para clientes interessados.

Qual orçamento do projeto?

de 5 à 8 mil reais.

f) Como se parece o material dos concorrentes?

Por tratar-se de conteúdo do universo arquitetônico, os matérias demonstram aspecto limpo e bem organizado. Recortes bem definidos, com fotografias de ótima qualidade focando em detalhes. Há harmonia nos materiais gráficos selecionados, a fusão entre desenhos/sketches e fotografias.

Apresentam breve texto explicativo dos projetos efetuados e um histórico inicial do arquiteto e seu escritório.

g) Existe uma sensação, uma personalidade que você (o cliente) gostaria de dar a este produto gráfico?

Então, quando foi feito a proposta de montar um material gráfico com a trajetória do escritório fiquei empolgado pois me fez resgatar muitas coisas que já não constavam na minha memória do cotidiano profissional, lembrei de muitos casos e situações que na época foram extremamente significativas, mas que o tempo esqueceu. Curti muito tudo isso, desse “revival”, e penso que isso vai recompor muitos eventos profissionais do escritório que certamente vai enobrecer nosso trabalho. Acho muito legal quando nos perguntam de determinadas obras já produzidas a um certo tempo e falamos que foi nosso escritório quem fez. A melhor sensação que imagino nisso tudo é de uma maneira gráfica ratificar a nossa história e demonstrar o quando nosso esforço contínuo no exercício de nossa profissão foi massa e valeu a pena. A sensação de ter feito a coisa certa me deixou muito satisfeito. Montar este livreto com nossa história, contando com conteúdo maior da nossa trajetória e aproveitando para auto analisar o caminho percorrido e nosso contexto ao longo do tempo será muito gratificante e assim lisonjear nossa história.

Conceitos retirados do parágrafo: trajetória, resgatar, memória, reviver, ratificar a história.

Conceitos debatidos via telefone: mostrar conteúdo, mostrar capacitação, conhecimento técnico, experiência, preocupação, deixar registrado o legado de dedicação, competência, histórico.

2.1.1.3. Público

Como citado anteriormente, o escritório atua em diferentes segmentos de arquitetura, todavia os segmentos mais atuantes são: Edifícios Residenciais/ Comerciais/Institucionais; Lojas comerciais; Residências e Design de Interiores.

O público que o escritório contempla é vasto, presta-se serviços para clientes em particular, estes mesclam-se entre investidores e pessoas que buscam realizar o sonho de construir sua casa própria, num contexto geral são médicos, bancários ou empresários com faixa etária acima dos 40 anos e com família constituída. De modo que caracteriza um público rigoroso, de classe social elevada, exigentes quanto a tipologia arquitetônica e uso de materiais sofisticados e de qualidade nos projetos. As construções residenciais apresentam no mínimo 280m² de área para serem trabalhadas e exigem desenho personalizado e apurado, com pedidos de gosto pessoal a serem atendidos. O escritório busca sempre mapear as necessidades do cliente e estes apresentam um programa de necessidades mais apurado e mais detalhado que o comum. As empresas das quais a Arquion atende são privadas, dos mais variados segmentos, dando ênfase especial a lojas comerciais, podendo destacar clientes como a Hidrotec Piscinas e a empresa Formato. Quanto ao serviço prestado para construtoras, habitualmente procuram a Arquion pelo seu desenho apurado de arquitetura com especialidade em edifícios residenciais e comerciais.

2.1.2. Análise

2.1.2.1. Função utilitária/necessidade

A partir da análise do mercado, pesquisa a respeito do escritório Arquion e as informações coletadas no briefing, percebeu-se a oportunidade de desenvolver um produto gráfico-editorial diferenciado para o escritório, com objetivo de promovê-lo e destacá-lo diante da concorrência, visando também ressaltar a

importância da arquitetura em conjunto com construtoras para o desenvolver do espaço físico, assim como aproximar-se dos atuais clientes e clientes em potencial. Seu conteúdo será composto por imagens dos projetos realizados, expondo como conteúdo principal o envolvimento do escritório no projeto arquitetado, mostrando título do empreendimento, local e data de construção. Como conteúdo secundário, será exposto de maneira estilizada as imagens dos projetos, para acompanhar os textos referentes a experiência de criação. Existirá textos esclarecendo brevemente a historia da Arquion e a Arquion nos dias atuais. Sendo assim, busco explorar as particularidades das relações entre palavra escrita e imagem visual no livreto, tratando de demonstrar como essa interação contribui para a formação de um todo.

2.1.2.2. Uso e funções técnico/físicas

Quanto aos aspectos técnicos que irão contribuir no desenvolvimento, destacam-se os segmentos de atuação do escritório Arquion, bem como seus canais de comunicação tais como redes sociais e produtos gráficos desenvolvidos com a identidade visual do escritório. Conforme citado anteriormente, a Arquion, atua em diversos segmentos, com propósito residencial, comercial e também no segmento de design de interiores.

a) Segmento Residencial, Comercial e Design de Interiores

Nas figuras 9 a 16 pode-se observar que as construções seguem o padrão de formas retangulares, linhas retas e marcantes, espaços vazios em contraste com área preenchidas e uma assimetria bem equilibrada. Percebe-se a utilização de cores claras e materiais notáveis, como madeira, tijolos à vista, mármore, vidro e etc. trazendo as características destes materiais para as sensações que buscam ser expressas pela construção.



Figura 9: Casa residencial.
Fonte: Material enviado pelo cliente



Figura 10: Edifício residencial.
Fonte: Material enviado pelo cliente



Figura 11: Condomínio residencial
Fonte: Material enviado pelo cliente



Figura 12: Loja Comercial
Fonte: Material enviado pelo cliente

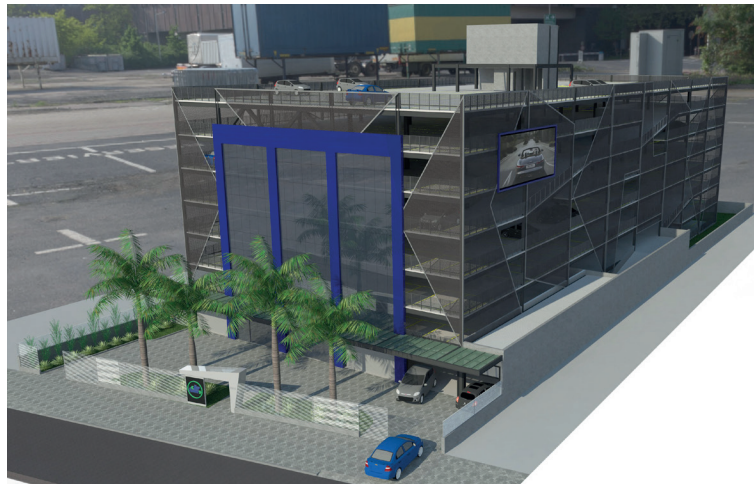


Figura 13: Estacionamento comercial
Fonte: Material enviado pelo cliente



Figura 14: Hipermercado
Fonte: Material enviado pelo cliente



Figura 15: Design de Interiores espaço duplex
 Fonte: Material enviado pelo cliente



Figura 16: Design de Interiores espaço sala e cozinha integrada
 Fonte: Material enviado pelo cliente

b) Redes Sociais

O escritório encontra-se presente em inúmeras redes sociais, porém algumas apresentam conteúdo desatualizado.

• Instagram

É a plataforma mais recente na qual estão inseridos, com um total de 348 seguidores (visualizado em 01 de novembro de 2018). Percebe-se que não há padrão de escolha nas imagens postadas, existem fotos reais assim como mockups digitais. Até a data de visualização o escritório possuía apenas 23 fotos inseridas em um período de 6 meses, essa é considerada uma participação baixa para os padrões de publicação da rede.

Não há padrão na aplicação de cores nem cuidado com a angulação das

fotos, também não são usados filtros ou tratamento de imagem. Atua de maneira direta e rápida, avaliado apenas como um supositório fotográfico. Pode ser melhor gerenciado, pois, como comprovado, as redes sociais nos tempos atuais conferem forte conexão entre empresas e seus clientes. Percebe-se o uso equivocado da aplicação da marca, sem respeitar um padrão, alguns momentos apresenta a marca atual do escritório e em outros a marca desatualizada, desenvolvida em 2004. Há breves textos de legenda, não trazendo informações pertinentes como o tempo de execução da obra ou o tamanho da área projetada, por exemplo. Quando retrata participação em mostras e eventos, há deficiência de informações como por exemplo o ano de atuação, o local e o propósito da mostra.

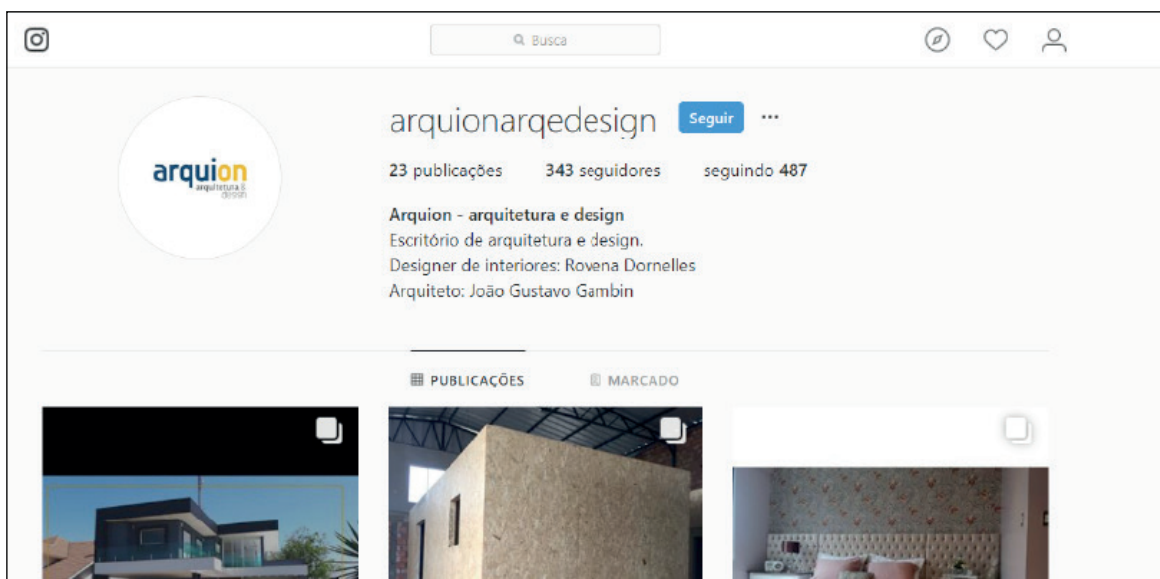


Figura 17: Página do Instagram do escritório.
Fonte: Retirada da página do Instagram do escritório



Figura 18: Página do Instagram do escritório
Fonte: Retirada da página do Instagram do escritório

• Facebook

É a plataforma analisada mais ativa, com 905 seguidores e com inúmeras publicações, desde fotos, imagens computadorizadas de projetos e vídeos. Buscam mostrar o dia-a-dia dos funcionários e da empresa, demonstrando participações em feiras, eventos, entrevistas, reportagens e projetos diferenciados. Não há informações detalhadas do escritório na página “sobre”, carece de informações extras para quem busca conhecer a respeito do escritório. Contém 4 avaliações e todas positivas. Não apresenta padrão gráfico de postagens, como citado anteriormente, nem organização das mesmas em álbuns. Contudo, apresenta a marca atual do escritório na foto de perfil e uma capa diferenciada, comunicando-se de acordo com a identidade visual estipulada e respeitando as cores e a tipografia.



Figura 19: Página do Facebook do escritório
Fonte: Retirada da página do Facebook do escritório

• LinkedIn

O escritório também está presente na plataforma LinkedIn, porém com poucos dados preenchidos e pouca participação ativa na rede social como é possível observar na imagem abaixo:

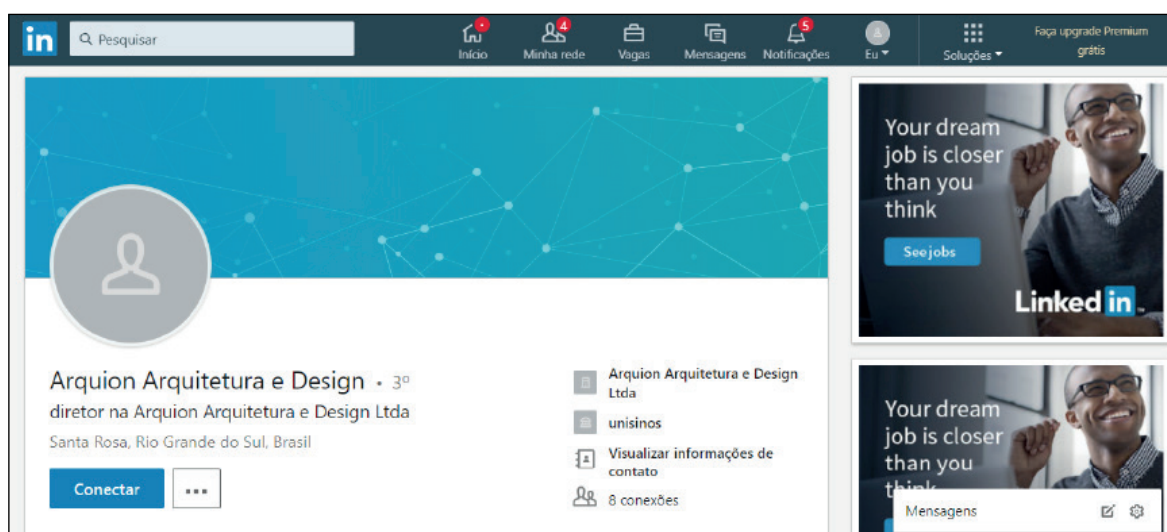


Figura 20: Página do LinkedIn do escritório
Fonte: Retirada da página do LinkedIn do escritório

• Site

Ainda possui um site com domínio próprio, porém observa-se que não há manutenção do mesmo, pois não apresenta conteúdo em nenhuma das abas disponíveis para informação. Não há registro da equipe, nem dados para contato ou informações gerais. Considera-se aqui uma oportunidade de crescimento e maior contato com seus clientes via plataformas web.

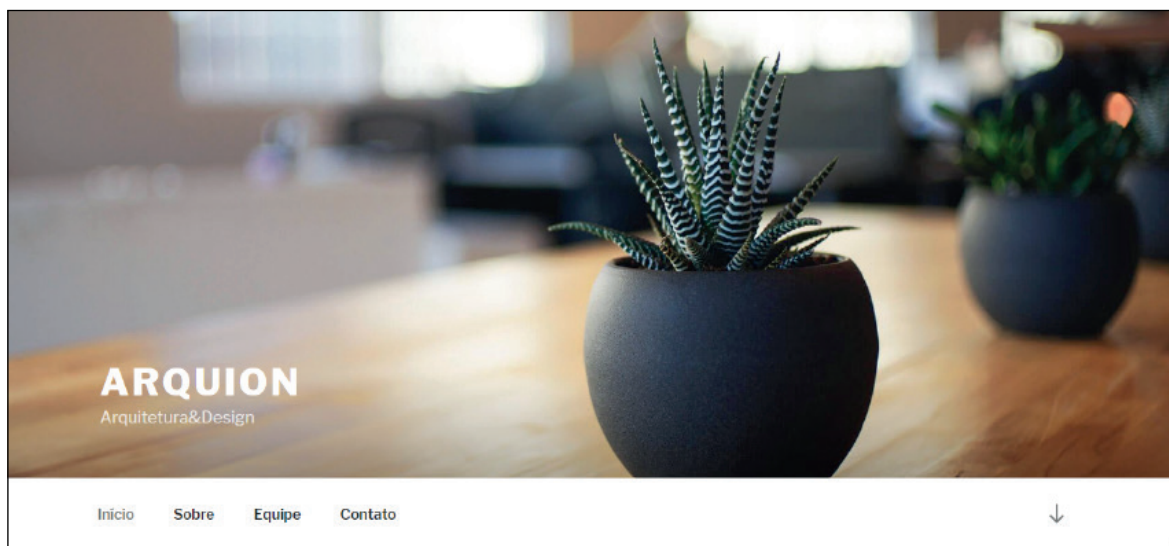


Figura 21: Página do site próprio do escritório
Fonte: Retirada da página do site do escritório

• Blog

O escritório conta também com o auxílio de um blog para expor idéias, inspirações, fatos interessantes e projetos. Esta plataforma é mais ativa que o site, com algumas postagens de temas distintos. No entanto, novamente, sem padronagem e preocupação com a comunicação da identidade visual da Arquion.



Figura 22: Blog do escritório
Fonte: Retirada da página do blog do escritório

c) Materiais gráficos

A comunicação do escritório vem sendo adaptada ao longo dos anos, portanto o material gráfico utilizado tende a acompanhar o padrão evolutivo da sua identidade visual atual. É possível observar pequenos descuidos, como a utilização de tipografias distintas em diferentes materiais gráficos, a disposição da marca não respeita padrão de aplicação nas peças gráficas. Quanto a utilização da cor, dá-se de maneira fiel, contudo os grafismos alternam-se entre linhas retas diagonais e linhas orgânicas, não estabelecendo um grafismo forte e consistente. A tipografia utilizada na nomenclatura arquiom em caixa-baixa é uma tipografia adaptada, desenvolvida especialmente para representar os conceitos do escritório de maneira fiel e personalizada. A marca gráfica consiste em três tipografias distintas, a desenhada especialmente para o nome arquiom e duas fontes diferentes, entre elas a fonte Grandesign Neue Roman para a escrita 'arquitetura', uma fonte robusta e com serifa, pronunciando sensação de solidez, confiabilidade e durabilidade. A fonte utilizada para palavra design é a fonte Deibi, uma tipografia mais descontraída e delicada, contrastando fortemente com a fonte Grandesign. De modo que a tipografia institucional, que contribui para manter a identidade visual em materiais gráficos em textos é a fonte Museo100.

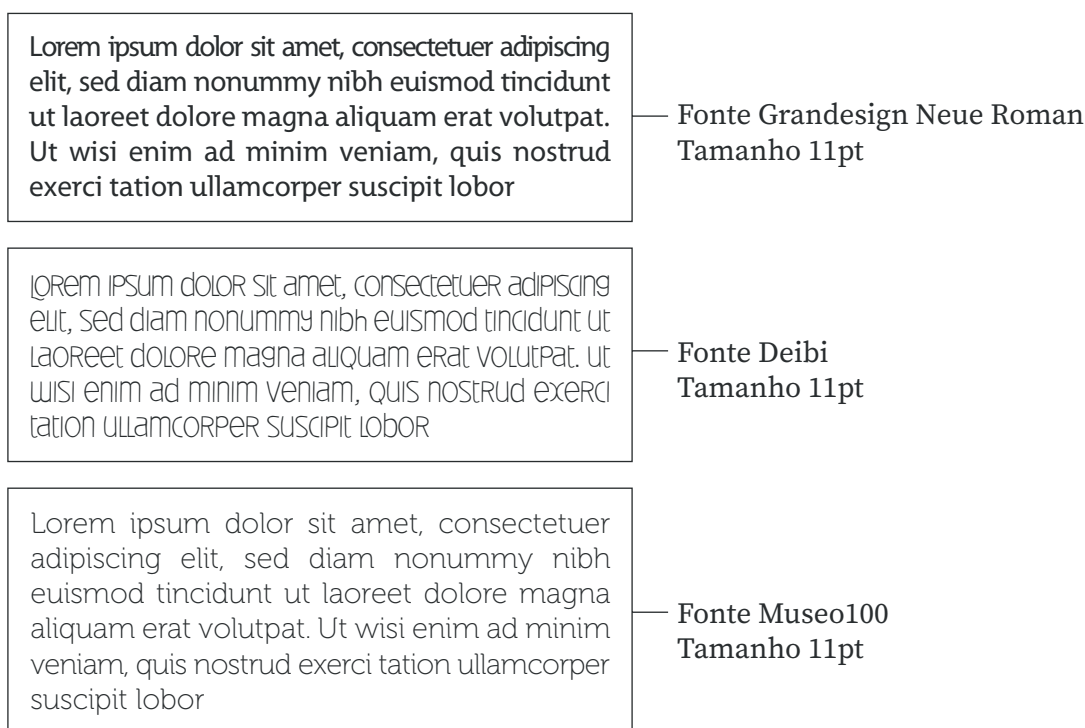


Figura 23: Tipografias representadas visualmente
Fonte: Produzido pela autora



Figura 24: Comunicação gráfica de final de ano
Fonte: Retirada da página do Facebook do escritório

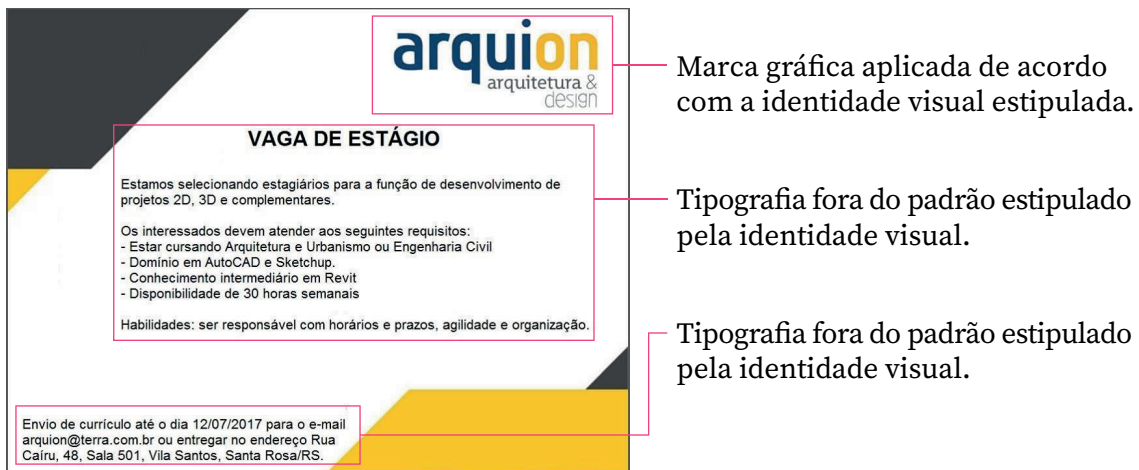
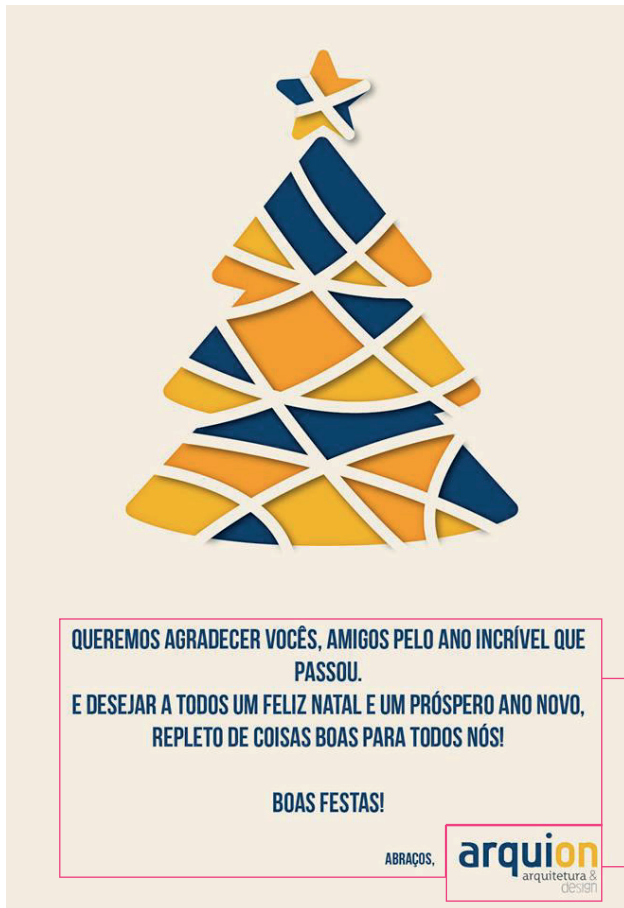


Figura 25: Comunicação gráfica de contratação de estagiário
Fonte: Retirada da página do Facebook do escritório



Tipografia não pertencente ao padrão visual da identidade gráfica.

Marca gráfica aplicada de acordo com a identidade visual estipulada.

Figura 26: Comunicação gráfica de fim de ano
 Fonte: Retirada da página do Facebook do escritório



Marca gráfica aplicada de acordo com a identidade visual estipulada.

Tipografia fora do padrão estipulado pela identidade visual.

Tipografia fora do padrão estipulado pela identidade visual.

Figura 27: Comunicação gráfica de aniversário do escritório
 Fonte: Retirada da página do Facebook do escritório

• Assinatura de e-mail

O escritório possui uma assinatura de e-mail personalizada, com as informações do funcionário acompanhado pela marca do escritório. Respeitando cores, aplicação da marca gráfica, entretanto utilizando de maneira incorreta a tipografia para texto.



Figura 28: Assinatura de e-mail utilizada pelo escritório
Fonte: Material enviado pelo cliente

• Placas de obras

A Arquion conta com uma placa (figura 29) de divulgação do escritório nas obras em andamento, observa-se aqui uma coerência quanto a utilização das cores, grafismos e tipografia. A tipografia institucional que acompanha a marca na placa é a tipografia Museo100 que contrasta através das espessuras com tipografia Grandesign Neue Roman, também utilizada na marca do escritório.

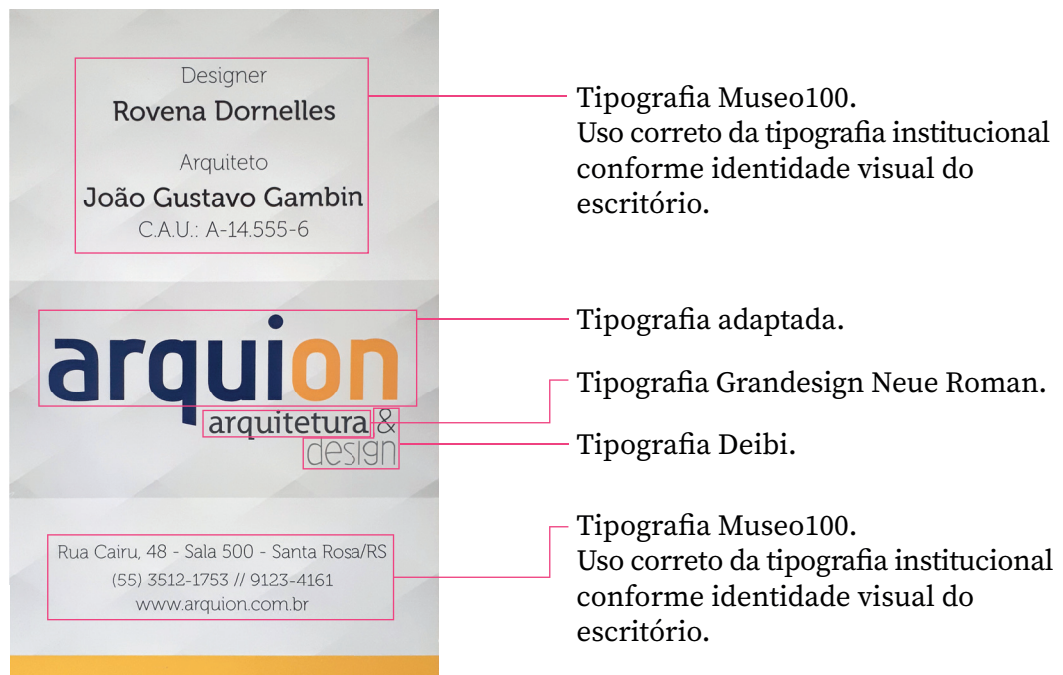


Figura 29: Placa de obra
Fonte: Material enviado pelo cliente

• Cartão de visitas

O escritório possui cartão de visitas conforme nova identidade visual, respeitando o uso das tipografias, grafismos e cores, contrastando o alinhamento de parágrafo da marca com o alinhamento de parágrafo das informações no verso do cartão.



Figura 30: Cartão de visita
Fonte: Material enviado pelo cliente

Após a análise, conclui-se que há déficits em relação a comunicação visual do escritório com seu público, pois em determinados momentos opta-se por seguir o padrão estipulado da identidade e em outros momentos, insere-se elementos e tipografias adversas as estipuladas pelo designer criador da marca gráfica, prejudicando a padronização de uma unidade e da própria identidade do escritório. Contudo, o presente projeto limita-se em desenvolver um produto gráfico-editorial impresso, buscando refletir aspectos conotativos e denotativos do escritório em um livreto de literatura corporativa, sem estender-se em revolver assuntos de identidade gráfica aplicada desacertadamente pelo escritório. Para isso, manter-se fiel a identidade visual aqui analisada e buscar dar foco aos aspectos positivos apurados, assim como os dados coletados pelo briefing, dará maior credibilidade e reconhecimento dos clientes com o material. Reforçar o uso das cores, de linhas geométricas, contrastes de áreas percebidos nas edificações, o uso da tipografia estipulada como correta pelo designer antes contratado, fará com que o material se conecte de maneira natural a identidade do escritório.

2.1.2.3. Similares

Nesta etapa da metodologia busca-se analisar trabalhos similares relatando aspectos positivos e negativos do mesmo que servirão de base para estruturação futura do projeto.

a) Smart Design

<http://www.agenciasmart.com.br/projetos/detalhe/catalogo-institucional>



Figura 31: Smart Design Escritório Lobo & Ibeas - análise de similares.
Fonte: Retirado do portfólio online no site do estúdio Smart Design

A Smart Design é um estúdio de Design e Branding que oferece soluções personalizadas e refinadas, situado no estado de São Paulo. Nota-se no material produzido selecionado para análise a mistura de materiais entre a capa e o miolo. Aplicação de baixo relevo na capa proporcionando sensação de requinte e espaço para arquivamento de folha extra ao final do material. Observa-se o fechamento total da capa do livreto com fecho delicado, demonstrando cuidado e consistência. Assim como a presença de informações na contra capa, deixando uma mancha desnecessária que poderia estar contida no material interno. A capa é do mesmo tamanho do miolo e a costura da lombada é diferenciada pois é propositalmente exposta.

b) Dzigual

<http://www.dzigual.com.br/trabalho/portobello2018/>



Figura 32: Dzigual Portobello - análise de similares
Fonte: Retirada do site Dzigual

A Dzigual Golinelli é uma empresa ítalo-brasileira de comunicação estratégica. Seus clientes são as indústrias e as grandes empresas. No material selecionado da Dzigual, na qual trabalha com o portfólio da Portobello, é possível analisar a consistência da paleta de cores trabalhada, a presença de áreas de respiro em contraste com manchas de textos e imagens preenchendo totalmente a página, focando em detalhes sutis e importantes. Sua lombada é com costura interna e trabalha apenas com fotografias reais.

c) Portfólio Arquitetura

https://issuu.com/eytanlevi/docs/eytanlevi_portfolio



Figura 33: Eytan Levi Portfólio - análise de similares
Fonte: Retirada do site issuu

O portfólio do arquiteto Eytan aqui analisado, salienta a existência de áreas de respiro ao longo do material, com grandes áreas de margens nas fotografias e nos textos existentes. Utiliza faca de corte especial na capa, trazendo exclusividade ao material. Atua de forma consistente na aplicação e repetição de formas ao longo do livreto. Contém pouca quantidade de textos e utiliza fonte com serifa. Contudo, abrange aspectos muito técnicos dos projetos, misturando vários estilos gráficos, como ilustração a mão, ilustração digital, fotografias e imagem de mockups digitais.

d) Lumen Design



Figura 34: Lumen Design Portfólio - análise de similares
Fonte: Revista fotografada pela autora

Empresa privada localizada em Curitiba, já premiada e conhecida nacionalmente. Oferece serviços de design gráfico, de produto, web e marketing. O portfólio da empresa Lumen Design analisado, é material físico, no qual foi possível observar a utilização de verniz localizado na capa e uma boa qualidade de imagens. O papel possui gramatura alta e boa reprodução de cores. Contém vinhetas com o título do projeto para orientar o leitor, porém nenhuma informação extra a respeito do conteúdo sendo mostrado e nem separação por seções ou segmentos de atuação. Capa com gramatura maior que do miolo. Apresenta título na lombada, porém a lombada apresenta mal acabamento, pois aparece a costura no miolo. Utiliza fonte sem serifa.

e) Mostra black



Figura 35: Mostra black - análise de similares
Fonte: Revista fotografada pela autora

Revista a respeito da Mostra Black de 2015. Material físico analisado. Apresenta título na lombada, com grandes áreas de respiro na parte interna do material. Uso reforçado de P&B em suas publicações. Utiliza cores somente nas propagandas. Percebe-se a aplicação de hot stamping na capa e papel de qualidade, com boa absorção de pigmento. Contém textos em longas colunas. Capa com gramatura similar ao miolo. Utiliza web fonte, sem serifa chamada FF DIN Round.

Síntese de análise de similares: Assim, após a análise dos similares aqui expostos, percebeu-se características importantes para serem alcançadas no projeto aqui proposto, como mistura materiais, tamanho de capa similar ao tamanho do miolo, consistência da paleta cromática ao longo de todo material, muitas áreas de respiro, grandes imagens em contraste com espaços vazios, forte unidade estética, repetição consistente de formas, pouco texto, aplicação diferenciada, seja por verniz, faca especial ou papel especial e uso de imagens em preto e branco.

2.1.2.4. *Formal e Informal*

Conforme informações levantadas no briefing, nas funções técnico/físicas e na análise de similares, pôde-se observar uma vasta área de atuação do escritório e com isso a necessidade de organizar e poder através desta disposição de elementos, refletir o que há de melhor dentro do escritório Arquion durante sua existência. Busca-se retratar a maneira que o escritório projeta-se para o mundo, demonstrando conhecimento técnico, capacitação, trajetória, dedicação e competência em sua área de atuação. Por conta disto, sugere-se desenvolver um livreto de literatura corporativa, propondo estruturar de forma visual o envolvimento no ato de projetar no passar dos anos, atraindo clientes e divulgando seu conteúdo de maneira distinta de seus concorrentes.

Os materiais aqui analisados, foram buscados em diferentes plataformas e com foco em diferentes propósitos. Dentre as cinco peças, três são exclusivamente online, portanto não houve análise física destas, mas procurou-se analisar a diagramação, formato, disposição de imagens e qualidade das mesmas. Entre as duas peças físicas analisadas, pode-se perceber por meio da interação com o produto a qualidade do papel, capacidade de absorção de pigmentos e facilidade ou dificuldade de manuseio conforme seu formato. Observou-se como ponto positivo a existência de um diferencial, como o uso de faca para corte especial, aplicação de verniz, papel especial ou hot stamping na capa. Destacou-se também a importância da existência de áreas de respiro nas páginas de texto, a permanência em uma paleta de cores pré-definida e a gramatura e o tamanho da capa ser superior e maior que o miolo respectivamente. O livreto proposto para o escritório Arquion trará alguns destes aspectos positivos, selecionados de manei-

ra que todos interajam de acordo com o resultado esperado. Será um livreto de 40 a 60 páginas, com existência um breve texto inicial situando o cliente da existência e o propósito do escritório Arquion. Também planeja-se descrever a relação e o envolvimento experienciado no desenvolvimento dos projetos selecionados para o livreto, conforme exigências, dificuldades, desafios e etc. encarados pelo escritório, desde a ideia inicial até a sua finalização. Tem a intenção de ser distribuído via correspondência para clientes dos quais seus projetos participarão do livreto, permanecer na sede do escritório enquanto o cliente aguarda para ser atendido e para clientes que buscam conhecer o serviço prestado pela Arquion.

Conforme a metodologia de Matté (2004) utilizada neste projeto, é constatado que, quanto a complexidade, possuem-se inúmeras variações resultantes do cruzamento de diferentes complexidades dos aspectos informal e físico. Contudo, neste projeto, em concordância com as pesquisas já realizadas, o livreto enquadra-se na situação 3, apresentada na figura 36, retirada do artigo Proposta de Metodologia Projetual Para Produtos Gráfico-Impressos de Volnei Matté, contendo aspecto informacional (informação/mensagem) de baixa complexidade por tratar-se de um livreto de conteúdo imagético, com a presença de textos auxiliares e com aspecto físico (suporte/meio) de média para alta complexidade, por referir-se a um escritório de arquitetura, do qual trabalha predominantemente com um público considerado exigente e refinado, que valoriza produtos de boa qualidade, possui senso estético apurado e é atento aos detalhes.

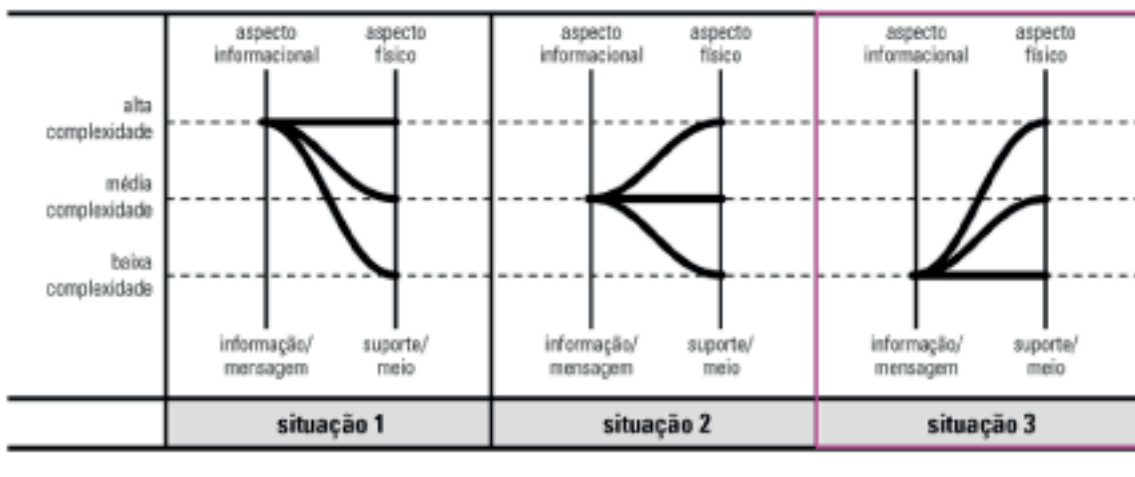


Figura 1 – Algumas complexidades de produtos gráfico-impressos

Figura 36: Proposta de metodologia projetual para produtos gráfico-impressos de Matté, Volnei.
 Fonte: Figura retirada do artigo Proposta de metodologia projetual para produtos gráfico-impressos de Matté, Volnei.

2.1.2.5. Produtivo e Custos

A proposta do projeto é desenvolver um produto atemporal, podendo ser atualizado futuramente com novos projetos caso venha a ser o desejo do escritório. Propõe-se uma tiragem inicial de 1.100 exemplares, para dispor unidades no escritório físico, presentear os clientes que tiveram seus projetos expostos no livreto via correspondência e como forma de presente para quem visitar o escritório para conhecer mais a respeito do mesmo. O processo escolhido para atender a demanda de tiragens e qualidade do produto é a impressão offset, pois o baixo custo e a rapidez com que são reproduzidas dão à offset vantagens quando trabalhamos com impressão de produtos de baixo número de páginas e baixa tiragem. Quanto a qualidade, de uma forma geral, a impressão offset ainda é

superior, principalmente quando há grandes áreas de cores sólidas, como em imagens, por exemplo.

3. CONFIGURAÇÃO DO PROJETO

Esta fase propicia a utilização das habilidades psicomotoras de modelação do projetista, no qual o desenho começa a ser estruturado. É neste período de concepção no qual todas as informações anteriormente compreendidas são convertidas em textos, esquemas e desenhos iniciais do produto.

3.1. DEFINIÇÃO

3.1.1. Lista de Requisitos

Define-se aqui a lista de requisitos de projeto, realizada de modo que os requisitos propostos partiram dos resultados obtidos nas análises anteriores em sincronia com as prospecções futuras a serem alcançadas pelo projeto.

Objetivos	Estratégias
Requisitos Obrigatórios	
1. Evidenciar projetos e trajetória do escritório	*Selecionar projetos de quantidade proporcional ao material recolhido *Elaborar linha do tempo *trabalhar com efeito P&B para remeter ao passado
2. Demonstrar diferentes segmentos de atuação	*Compreender diferentes áreas de atuação do escritório *Selecionar materiais para cada segmento de atuação do escritório de maneira proporcional a quantidade de materiais recolhidos de cada segmento
3. Diferenciar-se da concorrência	*Desenvolver produto exclusivo para o escritório (livreto), que dialogue de maneira clara e objetiva com o público *Desenvolver texto de abertura apresentando o escritório
Requisitos Desejáveis	
1. Evidenciar conceitos elencados no briefing	*Estruturação gráfica racionalista *Através de elementos gráficos textuais e não textuais que expressem o conceito da empresa *Cores saturadas *Bom acabamento e cuidado nos detalhes *Uso de papel especial
2. Aproximar-se dos clientes	*Tom de voz passivo e convidativo *Demonstrar cuidado e envolvimento dos profissionais no desenvolver dos projetos do escritório/humanismo *Utilizar papel com textura
Requisitos Opcionais	
1. Sketch da planta interna dos projetos	*Com papel diferenciado demonstrar a planta interna/baixa do projeto selecionado *Com traços de caneta nanquin assemelhando-se a um desenho feito a mão

Figura 37: Quadro de requisitos
Fonte: Produzido pela autora

3.1.2. Hierarquização dos Fatores Projetuais

A partir do briefing com o cliente e a análise de similares, reconheceu-se os seguintes fatores de maior importância para o projeto em desenvolvimento, que são: evidenciar a filosofia e envolvimento do escritório no desenvolvimento de seus projetos. Optou-se por beneficiar-se deste objetivo central para produzir um produto diferenciado da concorrência e com isto aproximar-se de seus clientes finais. Como fatores projetuais de menor importância para o projeto, destacou-se as imagens dos projetos e a segmentação das áreas de atuação.

3.2. MODELAÇÃO INICIAL

Nesta etapa da metodologia apresenta-se o modelo inicial do projeto, resgatando os aspectos formais e informacionais antes citados. Buscando experimentar ao máximo no momento de produção para conseguir alcançar a melhor solução para o resultado esperado. Utilizou-se como base para esta etapa o método exposto no livro “Estruturação de projetos gráficos” (Castro e Perassi, 2018).

- 1- Predefinição da forma da página;
- 2- Definição da tipografia;
- 3- Estabelecimento da entrelinha;
- 4- Determinação do módulo;
- 5- Dimensionamento da forma da página e construção do grid (módulos);
- 6- Representação do diagrama (largura de colunas e margens);
- 7- Configuração e ativação da linha de base;
- 8- Distribuição de texto e imagens para compor a mancha gráfica.

3.2.1. Formato de página

Segundo André Villas-Boas (2010), é importante considerar o formato do papel e a quantidade de páginas por lâmina de papel a ser impressa, pois este cuidado inicial no projeto leva a um menor desperdício e, portanto, a um custo menor de produção. O tamanho escolhido conforme os aspectos selecionados a serem transmitidos com este projeto foi o tamanho 22x24 cm, encaixando-se no modelo de 12 folhas por página 66x96. Este formato foi escolhido levando em consideração os três aspectos fundamentais para escolha de papel segundo André Villas Lobo (2010), custo, estética e usabilidade. Uma vez que o formato escolhido é diferente do usual, o material demonstra proximidade, não sendo um material de formato comum, tornando-se convidativo a ser transportado em conjunto com o cliente podendo caber em bolsas e facilitando o transporte e vinculação do mesmo por meio dos clientes do escritório. Optou-se por esta tomada de decisão referente a usabilidade, para provocar no leitor conforto, ao deparar-se com um produto diferente porém cômodo para o manuseio.

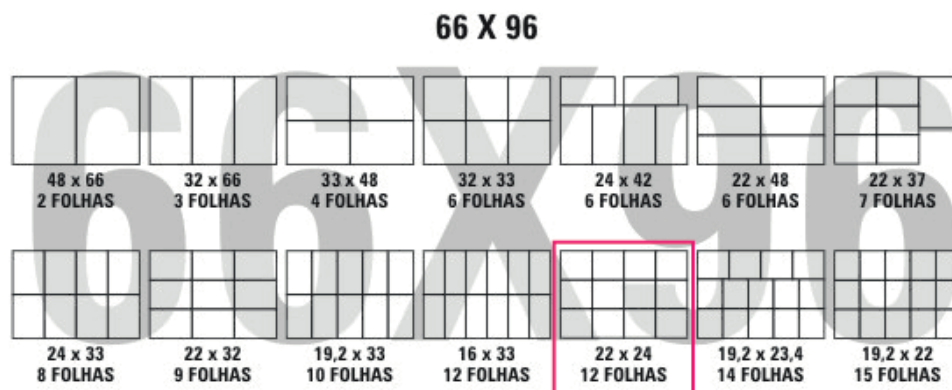


Figura 38: Espelho de folhas 66x96
Fonte: Retirado do site da gráfica equipgraf

3.2.2. Definição da Tipografia e Entrelinha

A definição da tipografia para um projeto gráfico-editorial representa uma das etapas mais importantes e determinantes para o processo de estruturação do projeto. Para isso, antes será analisado fatores importantes para a tomada de decisão.

Conteúdo: O conteúdo interno do livreto mescla-se entre textual e imagético, ambos interagindo de maneira dependente. Percebendo as características valorizadas pelos clientes e o próprio escritório, optou-se pelo uso de tipografias não serifadas para o corpo de texto, remetendo ao moderno e atual e uma tipografia serifada para o título, pois esta combinação reforça o contraste existente na identidade do escritório. A fonte de texto terá o tamanho de 10pt. Julga-se necessário uma boa família tipográfica, para ser possível explorar uma vasta variação de pesos, possibilitando assim um dinamismo na leitura, sem a necessidade de diferentes famílias tipográficas.

Leitor: Trata-se de público adulto, com idade superior a 40 anos em média e com família constituída. Caracteriza um público rigoroso, de classe social elevada e exigente quanto a tipologia arquitetônica, portanto busca-se refletir esta demanda no material gráfico a ser desenvolvido, com preferência pelo uso de materiais sofisticados e de qualidade.

Suporte: livreto impresso. Apesar de a quantidade de texto não ser extensa, existe a necessidade de escolher uma tipografia adequada para corpo de texto conforme exigências pré-estabelecidas, que garantam também uma boa legibilidade e leiturabilidade do material.

Para a tipografia de corpo de texto, optou-se por trabalhar com a família Gotham, uma família extensa que possui uma vasta variação de pesos na família, contemplando aspectos julgados como fatores importantes na tomada de decisão. É classificada como uma fonte sem serifa grotesca e geométrica, escolhida propositalmente para contrastar com a fonte título. Possui terminal e eixo ausente e será trabalhada na altura de 10pt com entrelinha de 12pt, pois de acordo com Furtado (2009), define-se como entrelinha mínima para uma boa leitura aquela que for equivalente ao tamanho da fonte do corpo de texto. Uma boa entrelinha terá um aumento de 20% sobre o tamanho do corpo da fonte, assim proporcionando maior espaço entre as linhas de texto e oportunizando maior respiro na folha. A altura das ascendentes e descendentes são similares a altura-x da fonte, e apresenta proporções e formas geométricas, facilitando o reconhecimento e leiturabilidade ao leitor. “Quanto maior a diferença entre estas alturas, menor será a legibilidade” (ALI,2009, p 114).

GOTHAM

Gotham Thin. From the streets of New York City. For both text and headlines. **Gotham X-Narrow Book.** Flourishing at small sizes. **Gotham Book.** For both text and headlines. **Gotham X-Narrow Bold.** With roots in the lettering of the 1920s. **Gotham Bold.** Vernacular lettering. **Gotham Condensed Book.** The designer's photographic approach. **Gotham Condensed Bold.** Examples of vernacular lettering. **Gotham Ultra. Maximum density.** **Gotham Narrow Book.** Both narrow columns and headlines. **Gotham Narrow Bold.** Headlines and text. **Gotham Rounded Book.** Templates for packaging. **Gotham Rounded Bold.** Engravers.

Figura 39: Caracteres e pesos fonte Gotham
Fonte: Retirada do site Pinterest



Figura 40: Exemplificação visual da anatomia de fonte quanto aos terminais
Fonte: Retirada de material exposto em sala de aula e alterado pela autora



Figura 41: Exemplificação visual da anatomia de fonte quanto ao eixo
Fonte: Retirada de material exposto em sala de aula e alterado pela autora

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna

Gotham 10pt Entrelinha 12pt

Figura 42: Gotham tamanho 10pt com entrelinha de 12pt
Fonte: Produzido pela autora

3.2.3. Anatomia da Página

Nesta etapa da metodologia, é necessário desenvolver toda anatomia da página do livreto, usando como base o tamanho do alfabeto e da entrelinha da tipografia estipulada na etapa anterior.

a) módulo

Segundo Castro, “O módulo da grade é um quadrado ou um retângulo na horizontal com altura e largura equivalentes ao valor da entrelinha que se repetem respectivamente no sentido vertical e horizontal, compondo visualmente a trama que suporta a diagramação.” (2018 p 34). Para isto basta fazer uma regra de três simples, sabendo que um ponto vale 0,35275mm, multiplica-se o valor da entrelinha, de 12pt pelo valor de um ponto em milímetros e obtém-se o valor do módulo quadrado de 4,233mm, como mostra a figura 43.

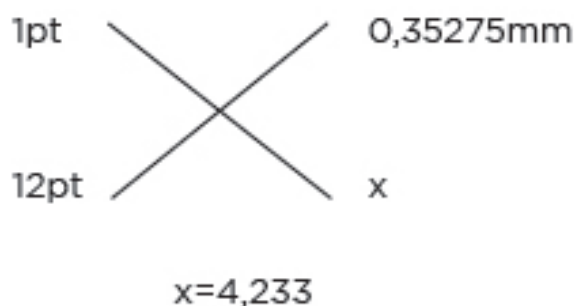


Figura 43: Cálculo do valor do módulo
Fonte: Produzido pela autora

b) dimensionamento da página

O formato da página pré estabelecido, considerando o aproveitamento de papel, era de 22 x 24 cm, para que a dimensão contenha exatamente a quantidade de módulos que irão caber na página, tanto na horizontal como na vertical é necessário cálculos para que o número de módulos seja inteiro. Após definir o tamanho do módulo para estruturação do grid, o tamanho da página deve ser ajustado para que encaixe uma quantidade exata de módulos na largura e na altura. Para isso, o tamanho original da página em milímetros é dividido pelo tamanho do módulo, que resulta num valor que deverá ser arredondado para que se chegue a um número inteiro de módulos. Em seguida, esse número é multiplicado pelo valor do módulo, resultando no tamanho ajustado da página. Como mostra a figura 44.

Grid Horizontal (Largura da Página)	Grid Vertical (Altura da Página)
$220/4,233 = 51,93 = \mathbf{52 \text{ módulos}}$	$240/4,233 = 56,69 = \mathbf{57 \text{ módulos}}$
$52 \times 4,233 = \mathbf{220,116}$	$57 \times 4,233 = \mathbf{241,28}$

Dimensões Finais
220,116x241,28

Figura 44: Cálculo do redimensionamento das páginas
Fonte: Produzido pela autora

c) representação do diagrama (largura de colunas e margem)

Esta é uma etapa crucial no processo de estruturação gráfica do projeto, pois o diagrama é a estrutura na qual se baseia o layout de todas as páginas que irão compor o livreto. Para garantir uma boa legibilidade, a largura das colunas de texto não podem ser nem muito largas, nem muito estreitas, a fim de definir a largura aceitável e ideal de coluna. Para isso mediu-se o comprimento do alfabeto em caixa baixa, que resultou em 146,3pt como mostra a figura 45. Portanto, usando como base a tabela de Bringhurst (2005), representada na figura 46, e arredondando o valor em pontos do alfabeto para baixo, totalizando 145pt. Analisou-se que para o projeto em questão, a quantidade ideal de caracteres por linha é de 61 a 66, provendo uma coluna de 26 a 28 paicas. Contudo, após testar o tamanho das possíveis colunas no grid estipulado, optou-se por trabalhar com a coluna de 22 paicas = 93,12mm, contemplando 51 caracteres por linha para o diagrama de duas colunas, considerado ainda pela tabela como satisfatório e para o diagrama de uma coluna, será utilizada a largura de 28 paicas = 118,52mm, total de 66 caracteres por linha, considerado como ideal.



Figura 45: Tamanho do alfabeto em pontos
Fonte: Produzido pela autora

		MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA																
LARGURA DA COLUNA (paicas)	10 12 14 16 18 20 22 24 26 28 30 32 34 36 38 40																	
	80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160	COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa-baixa (pontos)
85	38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151	linha ideal	
90	36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	122	129	136	143		
95	34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	117	123	130	137		
100	33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	112	119	125	132		
105	32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	108	114	120	127		
110	30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	104	110	116	122		
115	29	35	41	47	53	59	64	70	76	82	88	94	100	105	111	117		
120	28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	95	101	106	112		
125	27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	91	97	102	108		
130	26	31	36	41	47	52	57	62	67	73	78	83	88	93	98	104		
135	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
140	24	29	34	39	44	48	53	58	63	68	73	77	82	87	92	97		
145	23	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80	84	89	94		
150	23	28	32	37	41	46	51	55	60	64	69	74	78	83	87	92		
155	22	27	31	36	40	45	49	54	58	63	67	72	76	81	85	90		
160	22	26	30	35	39	43	48	52	56	61	65	69	74	78	82	87		
165	21	25	30	34	38	42	46	51	55	59	63	68	72	76	80	84		
170	21	25	29	33	37	41	45	49	53	57	62	66	70	74	78	82		
175	20	24	28	32	36	40	44	48	52	56	60	64	68	72	76	80		
180	20	23	27	31	35	39	43	47	51	55	59	62	66	70	74	78		
185	19	23	27	30	34	38	42	46	49	53	57	61	65	68	72	76		
190	19	22	26	30	33	37	41	44	48	52	56	59	63	67	70	74		
195	18	22	25	29	32	36	40	43	47	50	54	58	61	65	68	72		
200	18	21	25	28	32	35	39	42	46	49	53	56	60	63	67	70		
210	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67		
220	16	19	22	25	29	32	35	38	41	45	48	51	54	57	60	64		
230	15	18	21	24	27	30	33	36	40	43	46	49	52	55	58	61		
240	15	17	20	23	26	29	32	35	38	41	44	46	49	52	55	58		
250	14	17	20	22	25	28	31	34	36	39	42	45	48	50	53	56		
260	14	16	19	22	24	27	30	32	35	38	41	43	46	49	51	54		
270	13	16	18	21	23	26	29	31	34	36	39	42	44	47	49	52		
280	13	15	18	20	23	25	28	30	33	35	38	40	43	45	48	50		
290	12	15	17	20	22	24	27	29	32	34	37	39	41	44	46	49		
300	12	14	17	19	21	24	26	28	31	33	35	38	40	42	45	47		
320	11	13	16	18	20	22	25	27	29	31	34	36	38	40	43	45		

Figura 46: Tabela de Bringhurst
Fonte: Bringhurst (2015)

MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA																	
LARGURA DA COLUNA (palcas)	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	
ETO em caixa-baixa (pontos)	80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160
	85	38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151
	90	36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	122	129	136	143
	95	34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	117	123	130	137
	100	33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	112	119	125	132
	105	32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	108	114	120	127
	110	30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	104	110	116	122
	115	29	35	41	47	53	59	64	70	76	82	88	94	100	105	111	117
	120	28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	95	101	106	112
	125	27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	91	97	102	108
	130	26	31	36	41	47	52	57	62	67	73	78	83	88	93	98	104
	135	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
	140	24	29	34	39	44	48	53	58	63	68	73	77	82	87	92	97
	145	23	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80	84	89	94
	150	23	28	32	37	41	46	51	55	60	64	69	74	78	83	87	92
	155	22	27	31	36	40	45	49	54	58	63	67	72	76	81	85	90
	160	22	26	30	35	39	43	48	52	56	61	65	69	74	78	82	87
165	21	25	30	34	38	42	46	51	55	59	63	68	72	76	80	84	
170	21	25	29	33	37	41	45	49	53	57	62	66	70	74	78	82	

 linha satisfatória
 linha ideal

Figura 47: Demonstração das larguras de colunas selecionadas para o projeto
 Fonte: Produzido pela autora

Após estipulado o tamanho ideal da largura da coluna para o projeto, elaborou-se o diagrama desejado para atender as demandas e expectativas do livreto. Preferiu-se trabalhar com o diagrama modular. Segundo Samara (2011), além de praticidade, o diagrama modular desenvolveu um padrão estético e conceitual atraente para alguns designers, derivado da concepção racionalista da Bauhaus e do Estilo Internacional suíço, defendendo a objetividade e a ordem, a redução aos princípios essenciais e a clareza na forma e na comunicação.

Por conseguinte, determina-se as margens da página, de modo que em um projeto gráfico as margens devem emoldurar e proteger a mancha de um modo que se ajuste ao seu planejamento, facilitando a visualização do leitor e tornando o manuseio conveniente. Desta maneira, o diagrama modular estipulado a partir do formato da página, seleção da tipografia, entrelinha, geração do módulo e definição das margens ficou como demonstra a figura 48.

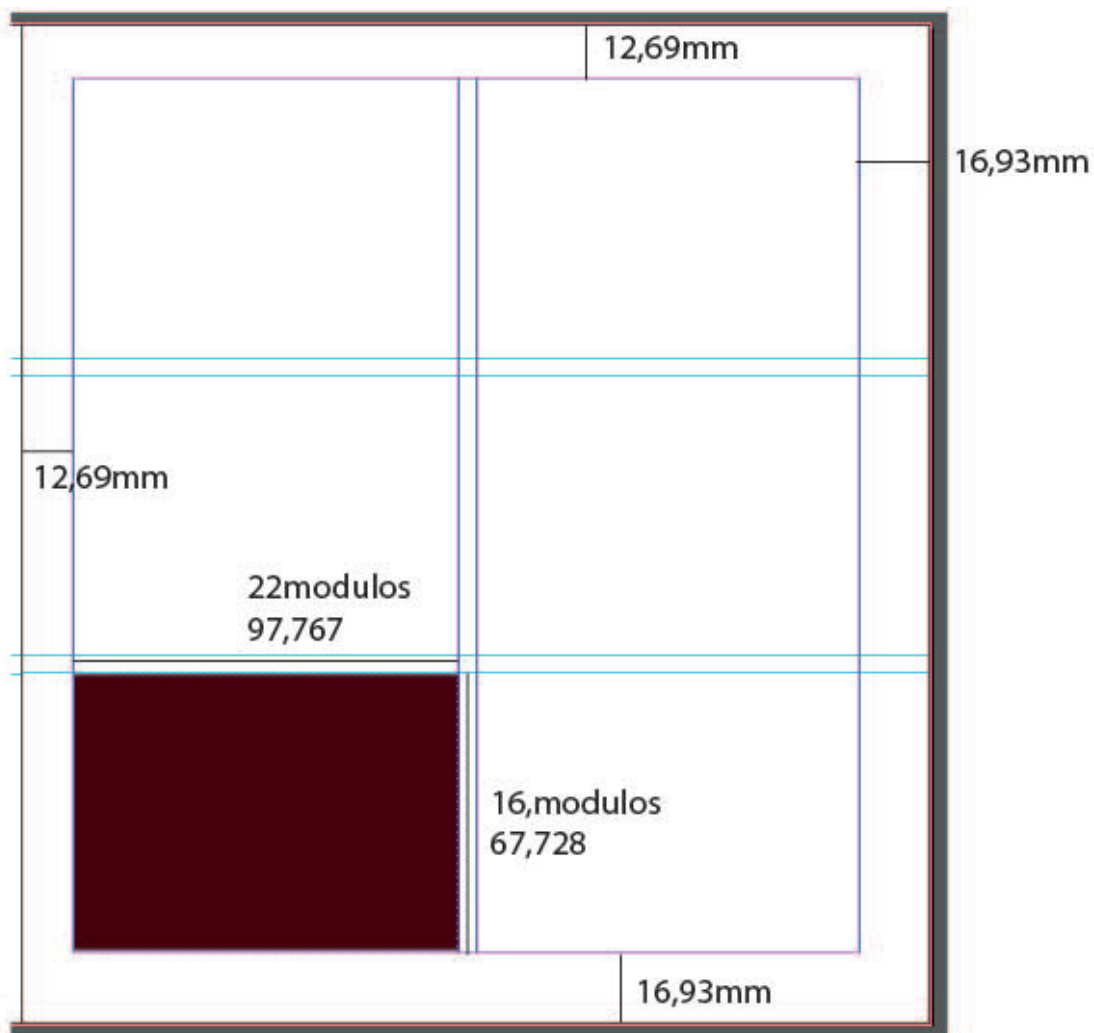


Figura 48: Anatomia da página diagrama duas colunas.
Fonte: Produzido pela autora

margem interna 3 módulos $4,233 \times 3 = 12,69$ mm
 margem externa 4 módulos $= 4,233 \times 4 = 16,93$ mm
 margem superior 3 módulos $4,233 \times 3 = 12,69$ mm
 margem inferior 4 módulos $= 4,233 \times 4 = 16,93$ mm

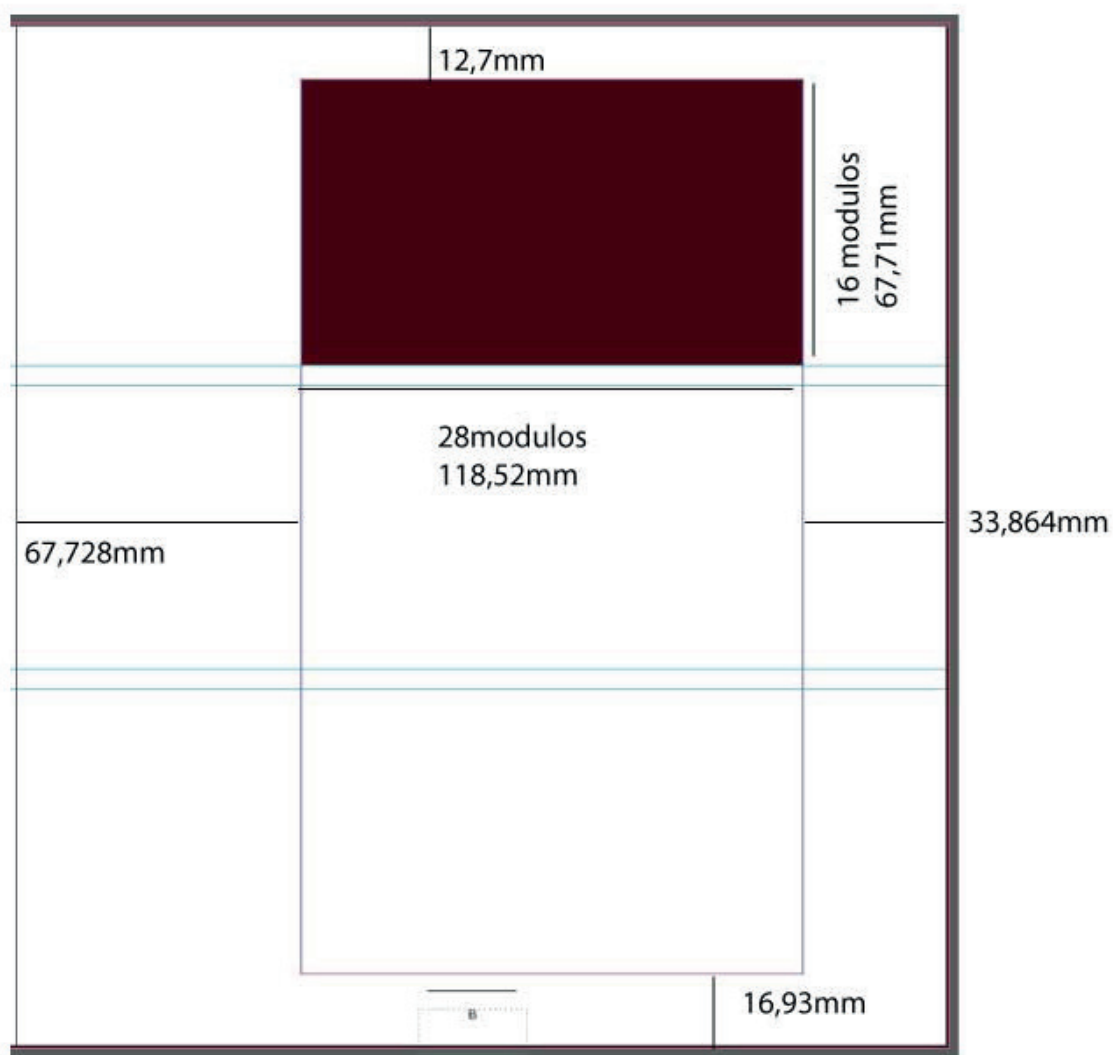


Figura 49: Anatomia da página diagrama de uma coluna
Fonte: Produzido pela autora

margem interna 16 módulos = $4,233 \times 8 = 33,864$ mm
 margem externa 8 módulos = $4,233 \times 16 = 67,728$ mm
 margem superior 3 módulos $4,233 \times 3 = 12,7$ mm
 margem inferior 4 módulos = $4,233 \times 4 = 16,93$ mm

3.2.4. Espelho da Publicação

O espelho de publicação funciona como um guia, previamente planejado de como será o projeto gráfico-editorial. Nele é representada a ordem dos conteúdos e como eles são distribuídos pelas páginas, como mostra a figura 50. Neste projeto, o espelho foi organizado com a parte introdutória primeiro, com texto de abertura e linha do tempo do escritório, seguido de uma pequena seleção do portfólio do escritório ao longo de sua jornada, separando em segmentos de atuação.

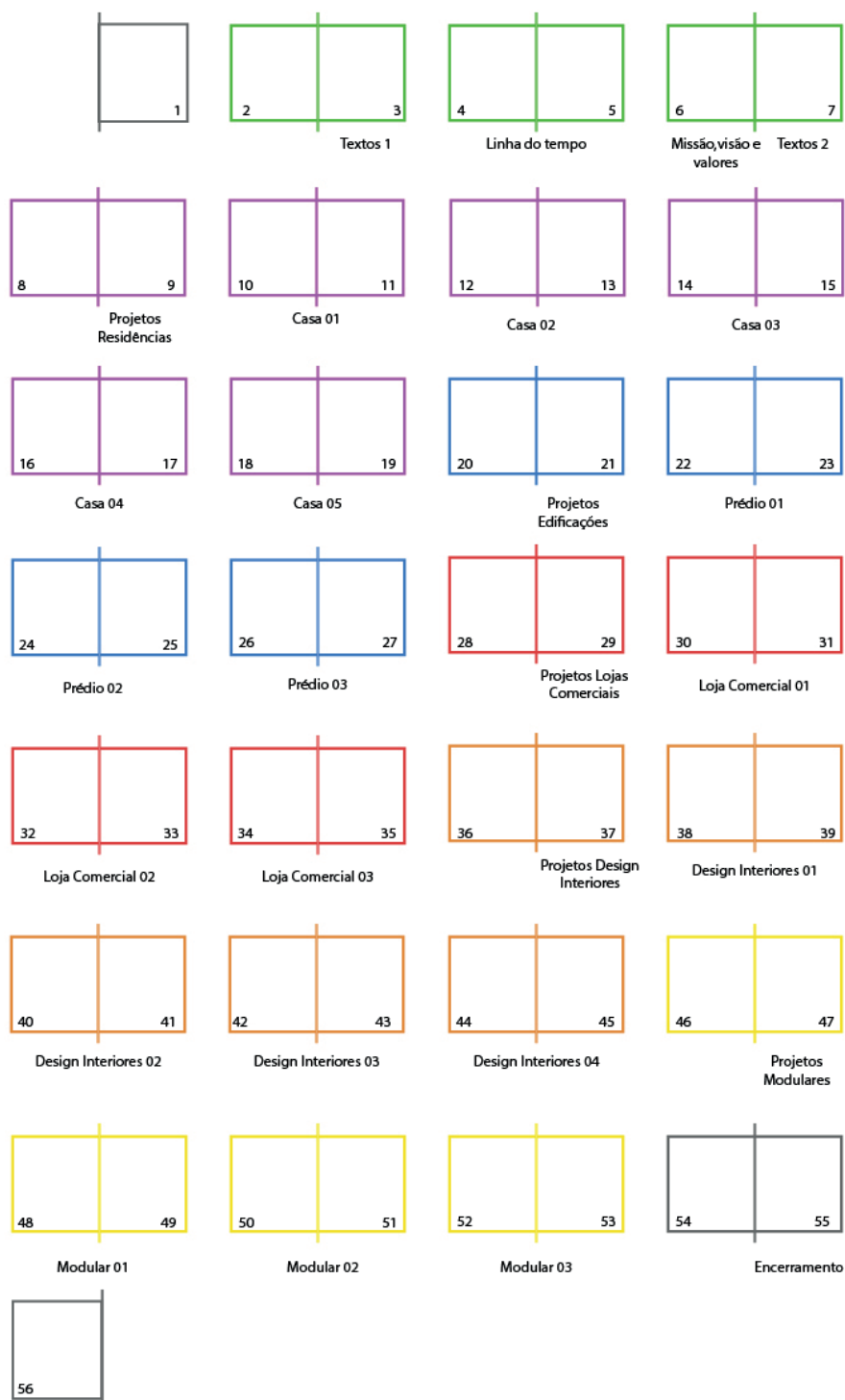


Figura 50: Espelho de publicação

Fonte: Produzido pela autora

3.2.5. Definição da Proposta Cromática

A partir das cores já existentes na marca gráfica do escritório, desenvolveu-se a criação da paleta a ser trabalhada no livreto. Tem-se como objetivo realçar a identidade da Arquion arquitetura e design ltda. no projeto através do reforço visual das cores aplicadas a elementos gráfico visuais no livreto. As cores são amarelo, azul e cinza, conforme mostra a figura 51.

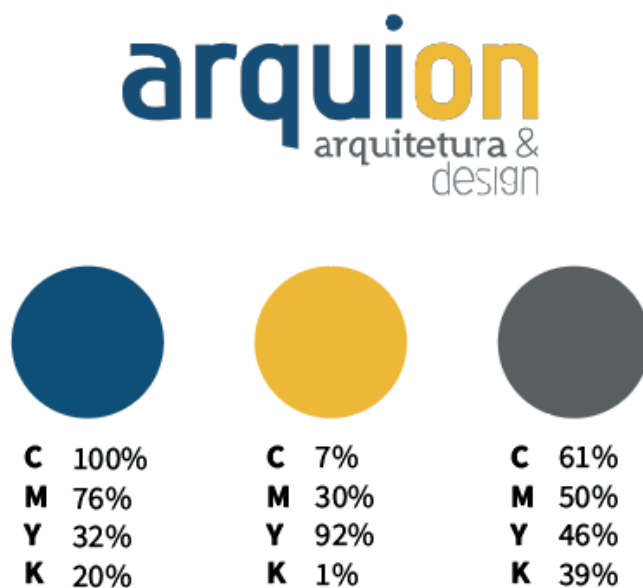


Figura 51: Cores da marca Arquion - Arquitetura e Design Ltda. e os respectivos valores na escala CMYK
Fonte: Produzido pela autora

Conforme a classificação tradicional, as cores azul e amarelo são cores primárias e possuem assim contraste de matiz, pois são ditas como cores puras no disco de cor. “Como estas cores não têm absolutamente nada em comum, as interações entre elas são particularmente fortes” (Gonçalves, 2005, Fundamentos da cor, p. 30). Possuem também contraste quente/frio, e conforme Gonçalves (2005),

“Além do contraste simples de complementos, há um estranho efeito que ocorre quando cores quentes e cores frias são colocadas próximas umas das outras. Em geral, as cores frias parecem recuar, enquanto as cores quentes avançam para o primeiro plano. Este fenômeno visual torna os contrastes quente e frio úteis para fazer os objetos saltarem do plano da figura e flutuarem à frente de outros objetos. Por sua própria natureza, isso torna as cores frias mais adequadas para cores de fundo que as cores quentes, já que não competem com as imagens e com o texto no primeiro plano.”

Portanto, partindo deste forte contraste de combinação entre o azul e o amarelo como orientador para seleção da paleta, decidiu-se trabalhar com cores análogas a estas, reforçando o contraste e ao mesmo tempo harmonizando com as cores análogas as cores base. Sendo assim, será trabalhado através da paleta o contraste de matiz, e a harmonia análoga das cores, reavendo conceitos pré estabelecidos do projeto, como contraste, integração e harmonização.

A cor azul é a cor da simpatia, harmonia, amizade e da confiança,

conforme HELLER (2013). O efeito psicológico do azul adquiriu um simbolismo universal, remetendo também a cor da fidelidade.

O amarelo é uma cor brilhante e alegre, que lembra as estações mais quentes do ano, é a cor da espontaneidade e da impulsividade. É compartilhado por todos como efeito simbólico: o sol, o que faz com que o amarelo aja de forma enérgica e revigorante, segundo HELLER, (2013).

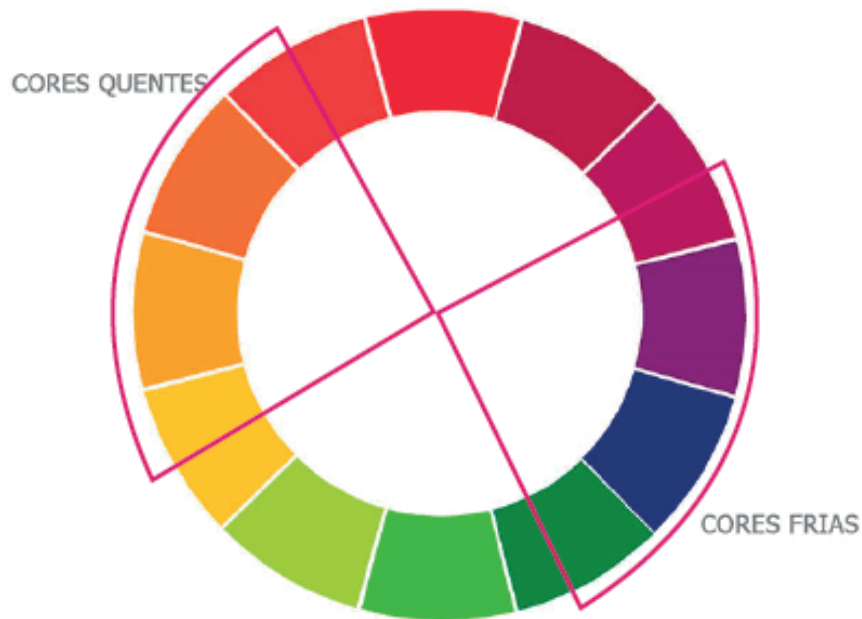


Figura 52: Disco de cores com marcação das cores análogas a serem trabalhadas
Fonte:Retirado do site google.com

Após o estudos de cores, combinações e testes, chegou-se a paleta final a ser trabalhada no livreto, como mostra a figura 53. A terceira coluna, representada pela cor cinza servirá como cor de apoio.

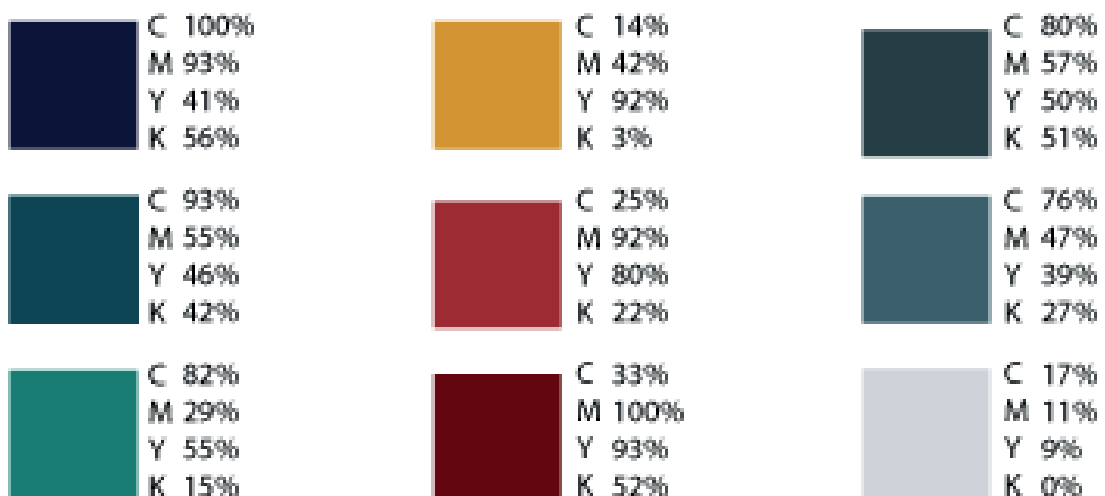


Figura 53: Cores selecionadas para projeto-gráfico do livreto.

Fonte: Produzido pela autora

3.2.6. Definição da proposta tipográfica, valores da escala aplicada e gráfica

Após diversos testes de impressão, para a tipografia de título, previamente estipulada uma tipografia com serifa, foi escolhida a Grandesign Neue, tipografia já utilizada pelo escritório em sua marca gráfica e em alguns materiais gráficos produzidos, reforçando assim características já existentes do escritório no livreto. Possui terminais afiados, segundo o sistema de classificação de tipos proposto por Dixon em 1995, e é uma fonte serifada quadrada, especificada como unilateral retangular, caracterizada pelo traço adicionado ao início ou ao fim dos traços principais de uma letra (BRINGHURST, 2005). Possui ausência de eixo ou eixo vertical presumido, que é o ângulo de inclinação característico das letras b, c, e, g, o, p e q (ROCHA, 2001). Suas ascendentes e descendentes possuem altura similar a altura-x, apresentando consistente unidade de mancha gráfica, com bom preenchimento, por consequência de sua anatomia, citada anteriormente.

**THE QUICK BROWN FOX
JUMPED OVER THE LAZY
DOG. the quick brown fox
jumped over the lazy dog.
0123456789**

Figura 54: Caracteres fonte título Grandesign Neue.
Fonte: Retirado do site google.com

A determinação de uma escala tem como objetivo harmonizar elementos como tamanhos tipográficos, margens e outros elementos gráficos dentro de um projeto gráfico-editorial. Para este projeto, foi utilizada uma escala que consiste em uma série de tamanhos comuns escolhidos pela projetista para atender os aspectos e funções informacionais citadas anteriormente.

Estipulou-se um tamanho diferente de caractere, para abertura de segmentos, nome de cada projeto, títulos, corpo de texto e fôlio. Todos trabalhados em dimensões proporcionais que respeitam o grid construído e proporcionam dinamismo na leitura.

Título 1 - 150pt

Título 2 - 72pt

Título 3 - 62pt

Título 4 - 48pt

Texto Data/Local - 12pt

Corpo de texto - 10pt

Fôlio - 9pt

Figura 55: Tamanho de caracteres utilizados na diagramação
Fonte: Produzido pela autora

Conforme informações obtidas no briefing, aspectos observados nas construções arquitetônicas do escritório, e a análise do escritório, foi retirado aspectos visuais que guiaram a criação e desenvolvimento dos elementos gráficos deste projeto. Portanto selecionou-se utilizar formas geométricas como quadrados, retângulos e linhas retas, aspectos esses presentes nas construções, e o triângulo, elemento presente indiretamente na marca atual do escritório, e de forma direta na primeira marca registrada pelo escritório, que também acompanha a forma circular. Observa-se também o contraste e a assimetria, presente tanto na marca gráfica especificado pela alteração de cor, tanto nas construções, com quebras de padrões e mudança de materiais.



Figura 56: Elementos gráfico-visuais
 Fonte: Produzido pela autora

3.2.7. Proposta de imagens

Para contemplar outros conceitos elencados como importantes previamente, como memória e harmonia, optou-se por misturar o conteúdo imagético do escritório com ilustrações e recortes, integrando o conteúdo ao livreto, assim como o escritório aplica em suas construções em simbiose com o meio ambiente.



Figura 57: Paineil visual do projeto
Fonte: Produzido pela autora

4. REALIZAÇÃO DO PROJETO

Nesta última etapa proposta, concentra-se em atividades para modelação final do produto. Neste último estágio o projeto assume carácter industrial, por meio do refinamento da sua forma, avaliações mais aprofundadas, aumento no nível de detalhamento e adequação ao setor produtivo.

4.1. MODELAÇÃO FINAL

A partir de todas as informações definidas na Modelação Inicial, foi reunido em um documento todo o conteúdo de texto que consta no livreto. Os textos

foram redigidos pelos donos do escritório, descrevendo brevemente a experiência e a lembrança do desenvolvimento de cada um dos 18 projetos selecionados para constar no livreto do escritório. Todas as fotos referente aos projetos foram coletadas, tratadas e manipuladas para adequar-se aos conceitos coletados no desenvolver do livreto. Após a seleção das imagens mais apropriadas para representar cada projeto, levando em consideração, qualidade, tamanho e estética para a tomada de decisão, realizou-se o tratamento no Photoshop onde todas foram recortadas do fundo, redesenhada partes faltantes, tratadas e deixadas em preto e branco, preocupando-se com o contraste e nitidez das linhas e sombras nas construções para apresentar um bom resultado.

4.1.1. Diagramação

A etapa da diagramação busca colocar em prática todos os estudos prévios realizados nas etapas anteriores deste projeto, e como os requisitos e estratégias de design foram aplicados para melhor representar os objetivos traçados a serem atingidos através deste livreto e a mensagem que o mesmo pretende passar para a público.

Os parágrafos de texto estão alinhados à esquerda e sem hifenização, pois este tipo de alinhamento proporciona dinamismo na leitura. Isso garante que a informação presente no livreto seja passada ao leitor de acordo com os conceitos e objetivos deste projeto, bem como com os demais elementos da composição. Não houve necessidade do uso de recuo pois os textos ficaram dispostos em parágrafos únicos. Optou-se por trabalhar com o diagrama modular, pois possibilita uma maior flexibilidade para uso de imagens em conjunto com pequenas quantidades de texto. A seguir, nas figuras 58,59,60, serão mostrados alguns spreads da revista para representar o uso do diagrama.



Figura 58: Exemplo de diagramação interna do livreto
Fonte: Produzido pela autora

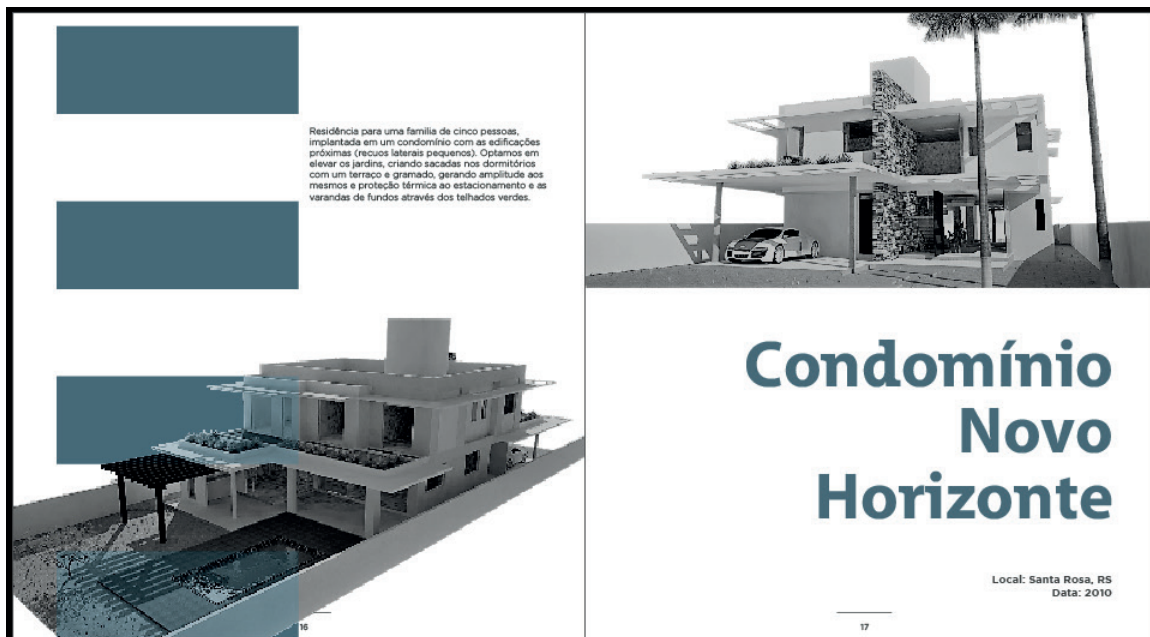


Figura 59: Exemplo de diagramação interna do livreto
 Fonte: Produzido pela autora

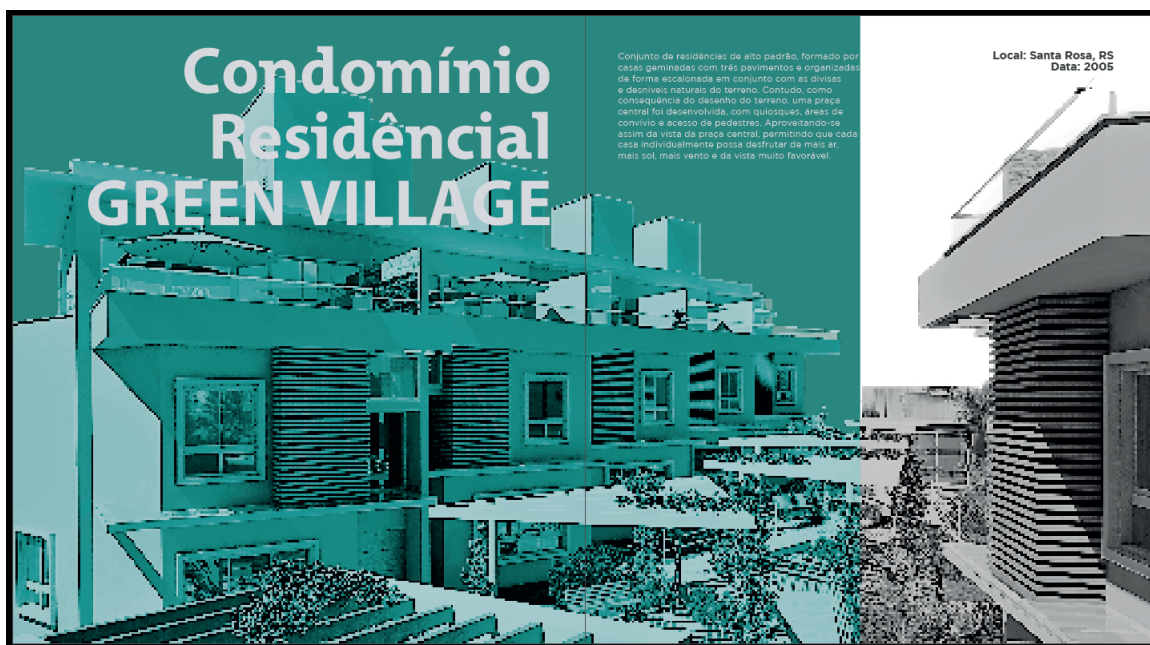


Figura 60: Exemplo de diagramação interna do livreto
 Fonte: Produzido pela autora

Na parte inicial do livreto na qual conta-se um pouco da história da Arquion - Arquitetura e Design Ltda. assim como seu propósito atual, as páginas foram diagramadas com o grid de uma coluna, trazendo uma unidade na mancha gráfica de texto. Na parte missão visão e valores do livreto, mesclou-se os títulos, textos e imagens, trazendo dinamismo e integração entre fundo, texto e cores



Figura 61: Exemplo de diagramação abertura do livroto
 Fonte: Produzido pela autora



Figura 62: Exemplo de diagramação missão, visão, valores e propósito do escritório
 Fonte: Produzido pela autora

Os títulos dos projetos dentro dos segmentos estão alinhados propositalmente de forma contrária aos textos principais de conteúdo do spread, traduzindo de maneira subjetiva o conceito de contraste, já levantado em análises anteriores dentro do projeto. Os textos contendo a informação de data e local foram dispostos separados do texto principal, para ser arranjado com maior liberdade no spread, auxiliando no equilíbrio da composição com o todo.

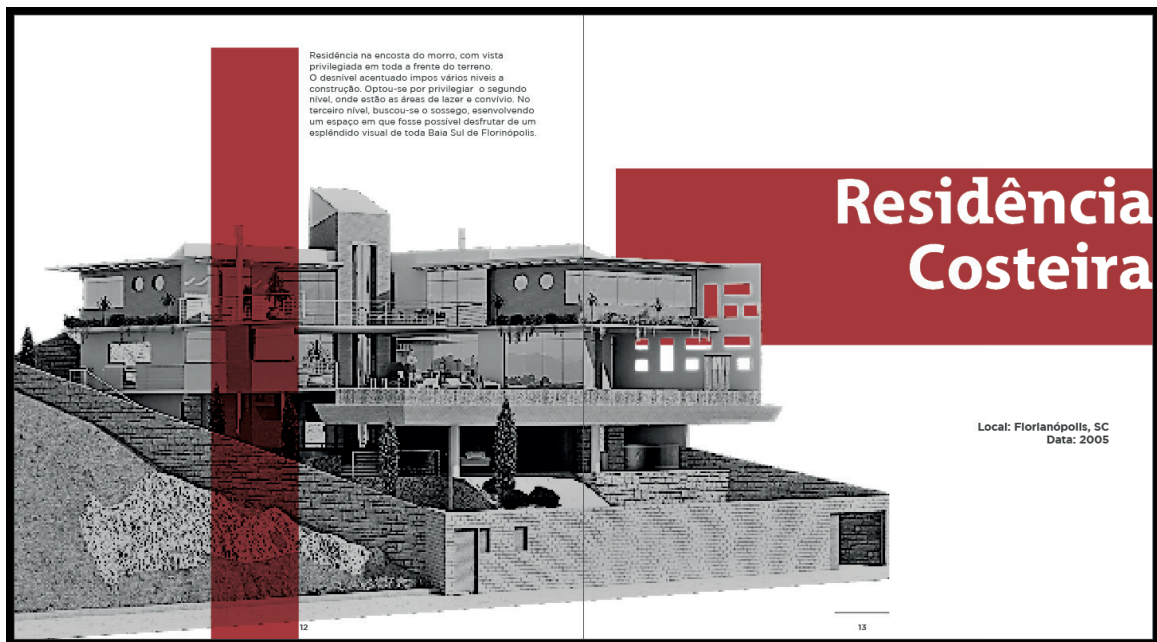


Figura 63: Exemplo de contraste entre paragrafação título e corpo de texto
 Fonte: Produzido pela autora



Figura 64: Exemplo de contraste entre paragrafação título e corpo de texto
 Fonte: Produzido pela autora

Para os títulos principais de cada segmento, estabeleceu-se o alinhamento à direita, ocupando o espaço final da folha, insinuando um escape proposital, reforçando o conceito de assimetria, analisado nas construções arquitetônicas do escritório. Selecionou-se imagens de planta baixa de um projeto interno do segmento para colocar como imagem de abertura na capa do segmento, mostrando outra maneira de retratar os projetos produzidos. Cada subtítulo “projetos” foi disposto de maneira diferente, buscando fazer menção ao título do segmento e seu propósito, seguindo sempre o grid estipulado.

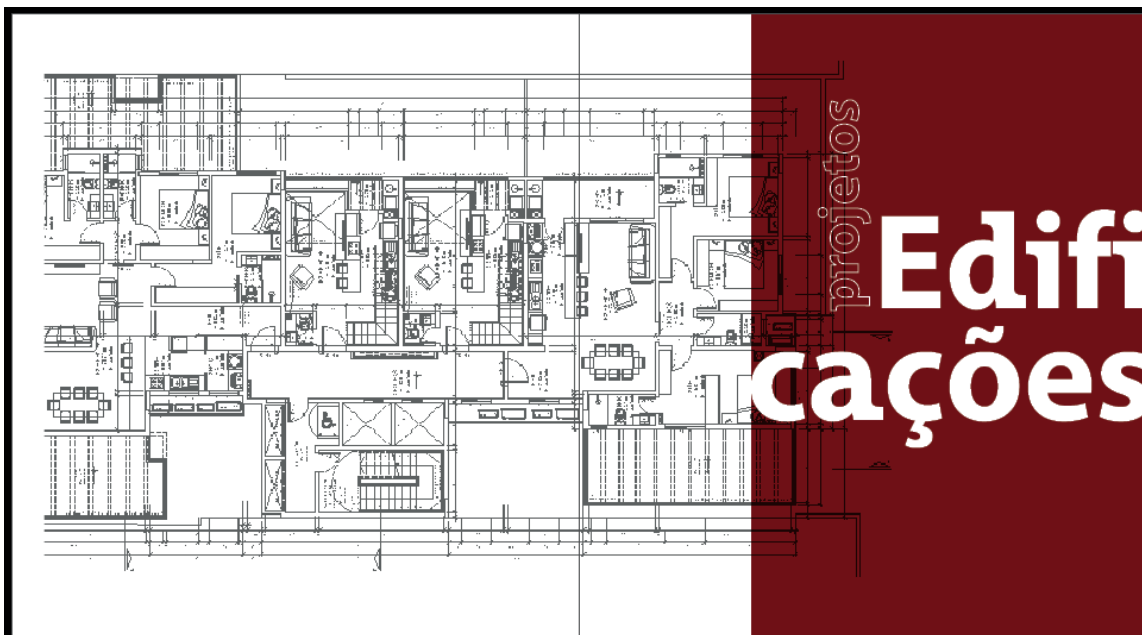


Figura 65: Exemplo de abertura de segmento
Fonte: Produzido pela autora

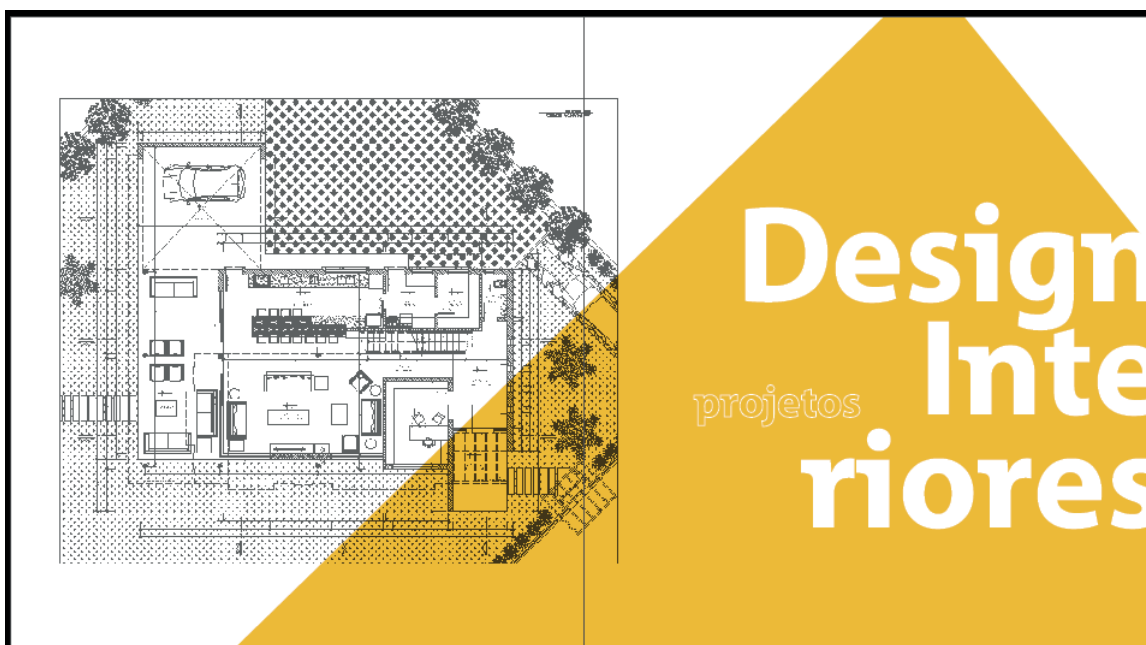


Figura 66: Exemplo de abertura de segmento
Fonte: Produzido pela autora

4.1.2. Diagramação e Elemento especial

Para proporcionar uma experiência diferente ao leitor ao folhear o livreto, definiu-se duas formas de interação. Uma trata da diagramação diferente do restante do livreto, para ofertar uma dinâmica diferente a leitura. Na apresentação do projeto Tower Center, por se tratar de um edifício bem alto, brincou-se em ser necessário ler esta página em pé, sendo fundamental virar o livreto para ver o prédio inteiro, buscando demonstrar seu tamanho de maneira desigual do restante, convidando o cliente a manipular o livreto de forma diferente a habitual.

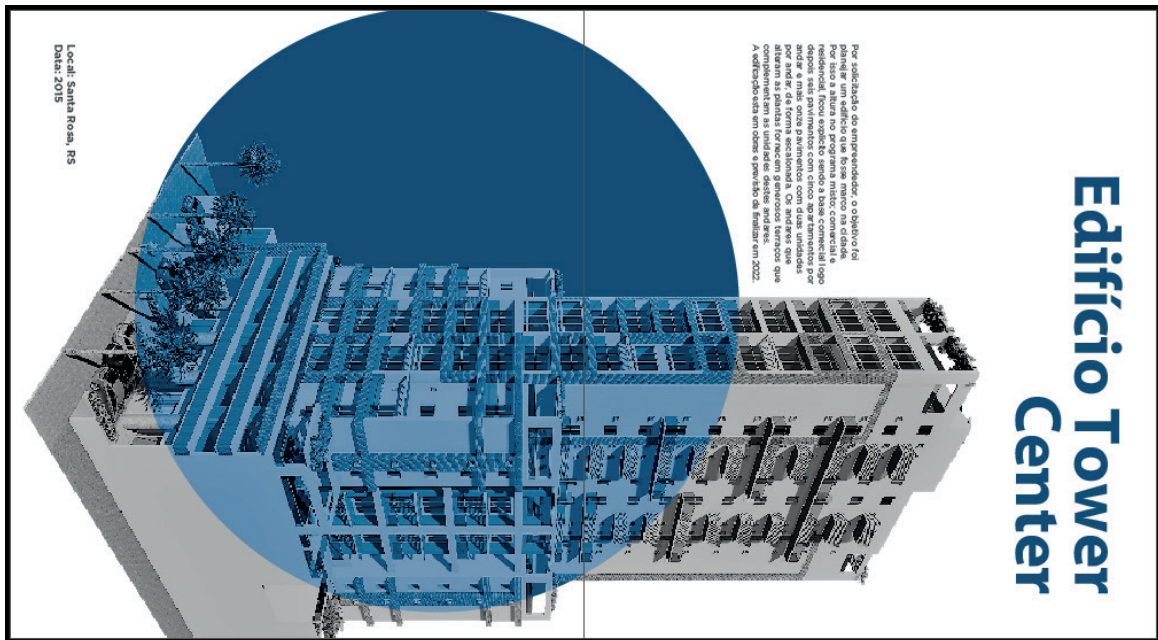


Figura 67: Exemplo de página especial dentro do livroto
 Fonte: Produzido pela autora

Outro elemento especial escolhido para fazer parte do miolo do livroto é o uso de uma folha transparente, na qual será impresso alguns sketches do senhor João Gustavo, no processo de criar as construções, isto virá em conjunto com o spread que trata a respeito da trajetória do escritório, que foi ilustrado por meio de uma linha do tempo. Assim, ao percorrer o passar dos anos de existência do escritório Arquion - Arquitetura e Design Ltda., é possível interagir com os desenhos desenvolvidos de maneira livre pelo arquiteto de forma espelhada nas duas folhas de conteúdo. Trazendo mais um elemento de interação diferente a experiência de ler o livroto, demonstrando inovação, carisma e autenticidade do escritório.



Figura 68: Exemplo de página especial dentro do livroto
 Fonte: Produzido pela autora

4.1.3. Formas e Imagens

A proposta gráfica com as formas presentes em todo decorrer do livreto foram extraídas da análise da marca e das construções arquitetônicas do escritório, buscando reforçar elementos intrínsecos do carácter do escritório em aspectos visuais aplicáveis ao livreto. Portanto definiu-se em utilizar formas geométricas como quadrados, retângulos e linhas retas, aspectos esses presentes nas construções, e o triângulo e círculo, elementos presentes nas marcas, antiga e atual do escritório. Observa-se também o contraste e a assimetria, presente tanto na marca gráfica, quanto nas construções. Esta assimetria e contraste foram alcançadas visualmente no livreto por meio da disposição das cores, e disposição de títulos e textos.



Figura 69: Exemplo de formas utilizadas dentro do livreto
Fonte: Produzido pela autora



Figura 70: Exemplo de formas utilizadas dentro do livreto
Fonte: Produzido pela autora

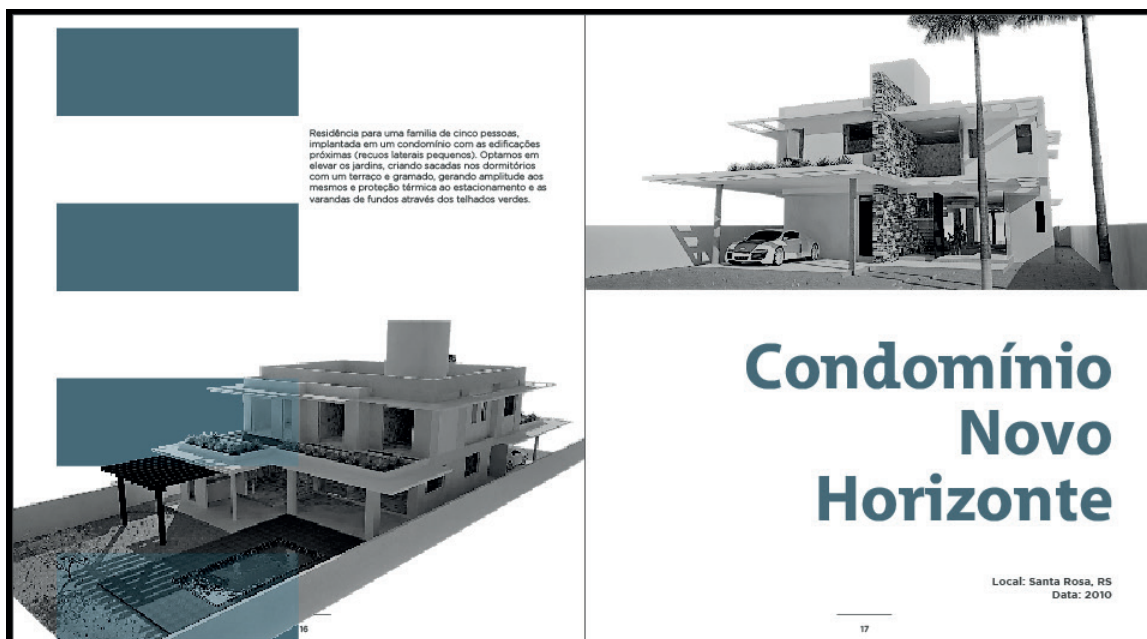


Figura 71: Exemplo de formas utilizadas dentro do livreto
Fonte: Produzido pela autora

As imagens, como mencionado anteriormente, foram coletadas com o cliente e selecionadas conforme um padrão estético, do qual melhor representaria os projetos conforme o tempo disposto para realização do livreto. Assim, levando em consideração qualidade, tamanho e estética para a tomada de decisão, realizou-se o tratamento das fotos coletadas no Photoshop, onde foram recortadas do fundo, buscando representar o aspecto de integração com o meio, no qual a imagem do projeto faz parte do todo, integrando com a folha, o fundo e as formas ali presentes. Deixadas em preto e branco, preocupando-se em reforçar a ideia de memória, mencionada pelo cliente como algo importante no momento da construção do briefing. Contudo, para o segmento de design de interiores, optou-se por não recortar a imagem, pois como o serviço é prestado no ambiente interno, curvas de paredes, altura e espaço influenciam muito no resultado final, portanto, decidiu-se por manter a imagem inteira, apenas efetuar pequenos recortes com proporções assimétricas, criando vincos entre as partes, buscando assim o resultado de integração com o todo sem afetar o resultado final do projeto.

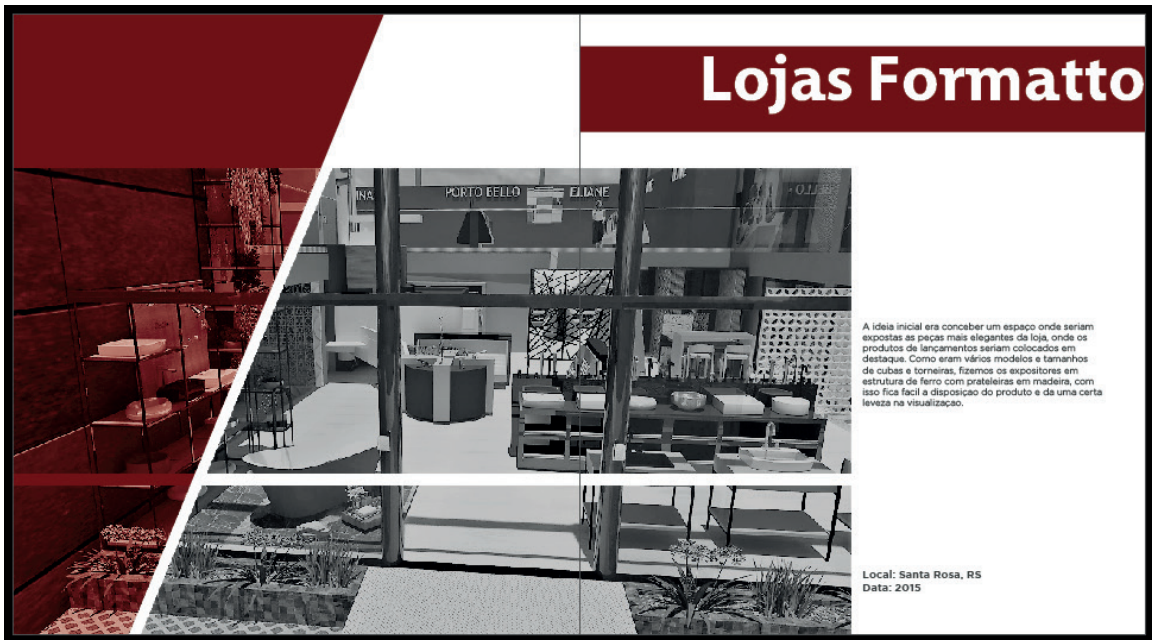


Figura 72: Exemplo de diagramação do segmento design de interiores
 Fonte: Produzido pela autora



Figura 73: Exemplo de diagramação do segmento design de interiores
 Fonte: Produzido pela autora



Figura 74: Exemplo de utilização de imagem preto e branco dentro dos projetos
 Fonte: Produzido pela autora

4.1.4. Capa

A arte selecionada para ir na capa do livreto do escritório trás a identidade atual que o escritório trabalha em conjunto com o desenho de planta baixa, posicionado de maneira assimétrica, reforçando o conceito representado na marca através das cores e mesclado com a forma geométrica de um triângulo retângulo ao fundo de cor amarela. Por meio destes elementos, interpretou-se conceitos presentes na marca gráfica de maneira diferente, dialogando mais diretamente com a maneira traduzida dos conceitos no interior do livreto. Realizou-se o cálculo da lombada e a planificação da capa, como mostram as figuras 75 e 76.

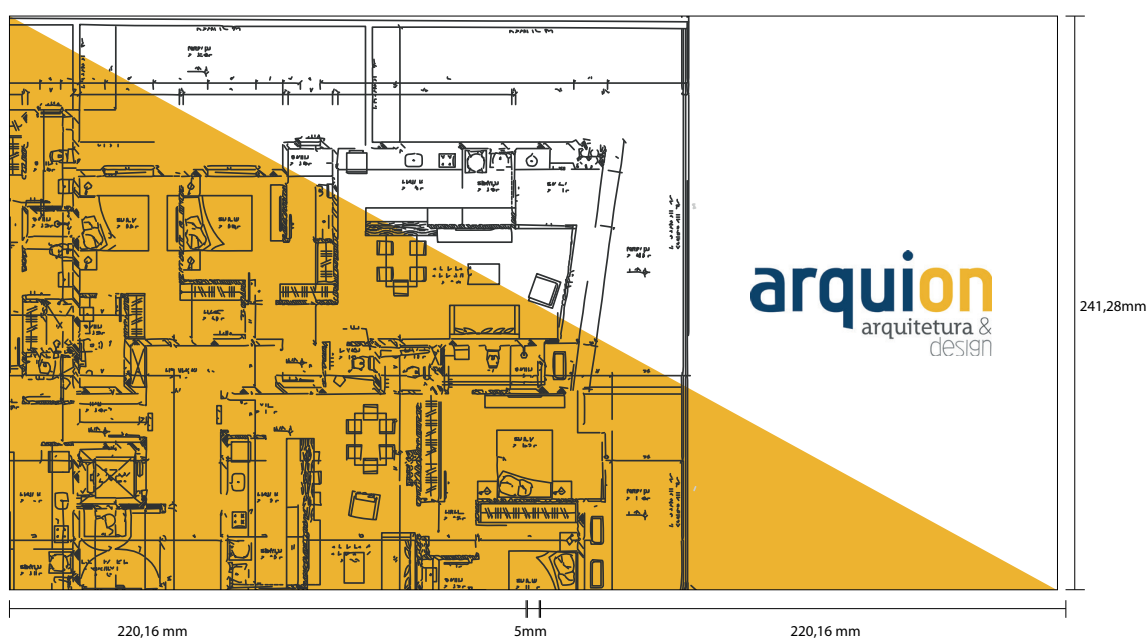


Figura 75: Capa do livreto planificada
 Fonte: Produzido pela autora

Cálculo Lombada

$$\frac{56 \times 120 \times 2}{28.800} = 0,46$$

aproximadamente 5mm de lombada.

Figura 76: Cálculo da lombada para a capa do livreto
Fonte: Produzido pela autora

4.2. NORMATIZAÇÃO

A impressão do material desenvolvido neste projeto deverá seguir as seguintes especificações:

Processo: offset
Tiragem: 1.100 exemplares
Encadernação: lombada quadrada

Miolo

- Número de páginas: 56 páginas
- Formato aberto: 440,32 mm x 241,28 mm
- Formato fechado: 220,16 mm x 241,28 mm
- Cores: 4/4
- Papel: offset 120g
- Acabamento: impressão especial de papel transparente

Capa

- Formato aberto: 445,32mm x 241,28 mm;
- Formato fechado: 220,16 mm x 241,28 mm
- Cores: 4/4
- Papel: offset 250g
- Acabamento: laminação soft touch, com lombada de 0,5cm.

5. CONCLUSÃO

A proposta inicial deste projeto era desenvolver o portfólio da empresa Arquion - Arquitetura e Design Ltda., contudo, no desenvolver das etapas foram percebidas alguns percalços no caminho, pois o escritório por conter uma longa jornada, encontrava-se em um momento de mudança quanto sua comunicação e não dispunha de muitos materiais disponíveis ao tempo estabelecido para realização deste trabalho. Após uma longa busca e estudo de todos os projetos existentes, selecionou-se a estética adequada que melhor adaptaria-se para este trabalho, e assim percebeu-se que os materiais disponíveis não eram os melhores projetos desenvolvidos pelo escritório, portanto ocorreu uma importante tomada de decisão no andamento das etapas, necessária para dar continuidade ao projeto. Optou-se por alterar o objetivo principal, não dando mais foco unicamente aos projetos construídos, pois isto poderia acarretar consequências negativas ao es-

critério, não demonstrando seu real potencial. Portanto, tomou-se a decisão de retratar assim a ideologia e a filosofia que o escritório busca traduzir em suas obras e como ele se apresenta nos dias de hoje.

Assim, por meio da Metodologia Projetual para Produtos Gráfico-Impressos, adaptada para este trabalho, cumpriu-se os objetivos propostos de desenvolver um livreto que comunique de forma conceitual os valores e propósito do escritório Arquion Arquitetura e Design Ltda.

Através de da análise das informações coletadas, por meio do briefing, reuniões com o cliente, estudo de similares e também as pesquisas relacionadas ao escritório, coletou-se material suficiente para que fossem estabelecidos requisitos e estratégias de design responsáveis por manter a unidade visual do livreto, assim como a linguagem do escritório e também a coerência com os conceitos definidos para o projeto.

Por fim, a experiência de produzir este projeto de conclusão de curso, na área de design gráfico-editorial foi de grande aprendizado, tanto no meio acadêmico como pessoal, desde as tomadas de decisões necessárias para ser possível dar continuidade ao projeto, como as trocas experienciadas com profissionais da área que me orientaram. Também foi de grande valia poder colocar em prática ferramentas do design aprendidas durante o período da graduação e mostrar ao cliente como o design pode agregar valor a um produto, aproxima-lo de seus clientes e impulsionar seu serviço ao mundo.

6. REFERÊNCIAS

ALI, Fatima. A arte de aditar revistas. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

AMBROSE, Gavin. Design básico COR. - Porto Alegre: Bookman, 2009.

AMBROSE, Gavin. Design básico IMPRESSÃO E ACABAMENTO. - Porto Alegre: Bookman, 2009.

AMBROSE, Gavin. Design básico FORMATO. - Porto Alegre: Bookman, 2009.

BRINGHURST, Robert. Elementos do estilo tipográfico: versão 4.0. 3 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

CASTRO, Luciano Patricio de Souza de. Estruturação de projetos gráficos: a tipografia como base do planejamento. 1. ed. - Curitiba: Appris, 2018.

Dezigual Acessado 03/10/2018 - <http://www.dezigual.com.br/site/>

FURTADO, André. Projeto Visual III – Projeto Editorial – Conceitos básicos de tipografia orientados para projeto editorial. UFRGS – Apostila complementar – 2009

GONÇALVES, Berenice. Fundamentos da cor. 2005.

HELLER, Eva. A Psicologia das Cores: como as cores afetam a emoção e a razão. 1. ed. - São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

MATTÉ, Volnei Antônio. Metodologia projetual para produtos gráfico-impresos. 2004.

MATTÉ, V. A. Proposta de metodologia projetual para produtos gráfico-impresos. Expressão. Vol. 1, n. 1 (jan/jun), p. 60-66. Santa Maria: UFSM, 2004.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. São Paulo, Ed. Martins Fontes. 2008.

SAMARA, Timothy. Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SAMARA, Grid: Construção e Desconstrução. São Paulo: Cosac naify, 2007.

Issuu Acessado 01/10/2018 - <https://issuu.com>

ROCHA, Cláudio. Projeto Tipográfico. São Paulo: Edições Rosari, 2001.

Sebrae, Acessado em 17/10/18 as 15h - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-escritorio-de-arquitetura,cbb32f06cd->

841510VgnVCM1000004c00210aRCRD

VILLAS-Boas, André. Produção gráfica para designers. Rio de Janeiro :
2AB, 2010



Arqui
tetura
além
do
desenho



Breve história

Arquion Arquitetura & Design Ltda.

O escritório Arquion - Arquitetura & Design Ltda. foi criado por João Gustavo Gambin no ano de 1991, atualmente encontra-se situado na cidade de Santa Rosa, Rio Grande do Sul.

No período de 1991 e 1999, o escritório fortaleceu-se em Santa Rosa, realizando diversos trabalhos, destacando entre eles: edifícios residenciais, comerciais e institucionais com características marcantes e diferenciados para a época. No ano de 1993, constatou-se a importância e o diferencial da participação do design de interiores nos projetos do escritório. Essa foi uma ferramenta excepcional e potencializadora nos projetos desenvolvidos, complementando a qualidade dos projetos e aproximando o desejo do cliente com o resultado final.

Assim, o design de interiores tornou-se tão importante quanto as edificações, acrescentando de forma inerente esse serviço aos projetos e ao nome do escritório: Arquion - Arquitetura & Design Ltda.

Em 2002, o escritório desbravou fronteiras estaduais e adentrou no mercado de Florianópolis. Durante este período, participou de inúmeras mostras de design de interiores, visando inovar-se e permanecer atualizado com as demandas do mercado. Buscou-se inclusive referências e estudos internacionais, com visitas às bienais de Buenos Aires, São Paulo e a renomada feira Il Salone del Mobile de Milão. Após dez anos de experiências em um cenário diferente, João retornou a Santa Rosa continuando sua jornada de estudos e práticas, com a Arquion - Arquitetura & Design Ltda. mais forte e carregada de novas influências, ideias, referências e atitudes. O escritório foi contemplado com premiações de qualidade, alcançando excelência na prestação de serviços em projetos e consultorias.

Linha do

Ampliação do COLÉGIO DOM BOSCO
Edifício Residencial VILLAGIO DEL SOLE
Santa Rosa - RS

Edifício NOTRE DAME
Santa Maria - RS

Parque das Empresas Scheinder Logemann
Edifício Residencial BELLA CITTA
Horizontina & Santa Rosa - RS

1991

1995

1998

1994

Edifício Residencial CELSO RITTER
Santa Rosa - RS

1997

Escola Frederico JORGE LOGMANN
Edifício MILLENIUM CENTER
Horizontina - RS

1999

Ginásio Multiuso COLÉGIO DOM BOSCO
Porto Alegre - RS

Loteamento CENTRAL PARC
Edifício Residencial/Comercial
PARQ AVENIDA
Santa Rosa - RS

Edifício Residencial/Comercial JON DEBASTINI
Condomínio Fechado Residencial ECCO VILLE
Sarandi & Santa Rosa - RS

2010

2012

2008

Cemitério e
Crematório DOM JOSE
Santa Rosa - RS

2011

Sede Administrativa e
Show Room PORTO DESIGN
Itajaí - SC

2013

Edifício Residencial/Comercial
RICARDO DEBASTIANI **Sarandi - RS**
Nova Sede CHA PRENDA **Nova Candelaria - RS**
Ampliação Park Hotel COLINAS **Giruá - RS**
Edifício Residencial e Comercial
BLUMEN PLATZ **Santo Cristo - RS**
Novo Campus FUNDAÇÃO
MACHADO DE ASSIS- FEMA **Santa Rosa - RS**

tempo

Biblioteca Pública Prefeitura Municipal
Pousada Hotel VILLAS DEL SOL Y MAR
Horizontalina - RS & Florianópolis - SC

Clínica Médica MISSÕES
Santo Ângelo - RS

Sede Locadora de Veículos LOCASUL
Porto Alegre - RS

2000

2002

2007

2001

2003

Condomínio GREEN VILLAGE
Edifício Residencial/Comercial BOMBARDIERI
Santa Rosa & Lageado - RS

Centro de Comercio e Logística
PESCADOS VERDE MAR
Florianópolis - SC

Centro Comercial COTRIROSA
Santa Rosa - RS

Residência LEANDRO
Edifício Residencial/Comercial ST LOUIS
Santa Rosa & São Luiz Gonzaga - RS

Loja FORMATTO
Santa Rosa - RS

2014

2016

2018

2015

2017

2019

Loja HIDROTEC PISCINA
Edifício Residencial BERLIN
Edifício TOWER CENTER
LIVING AND BUSSINES
Santa Rosa - RS

Residência SIDNEI
Residência MARCELO PARQUE
Estacionamento Veículos LOCAR
Santa Rosa & Porto Alegre- RS

Residência OTAVIO BARBARA
Santa Rosa - RS

Missão

A

Potencializar a condição de viver por meio de projetos arquitetônicos e de interiores, com técnicas atualizadas e inovadoras, respeitando as necessidades do cliente através de soluções criativas e em sincronia com o meio ambiente. Proporcionando uma experiência de Arquitetura e Design que vá além do desenho.



Visão

Tornar-se o escritório referência no Rio Grande do Sul, reconhecido pelo trabalho de excelência com soluções integradas e ecologicamente eficientes.

Transparência

Ética

Comprometimento

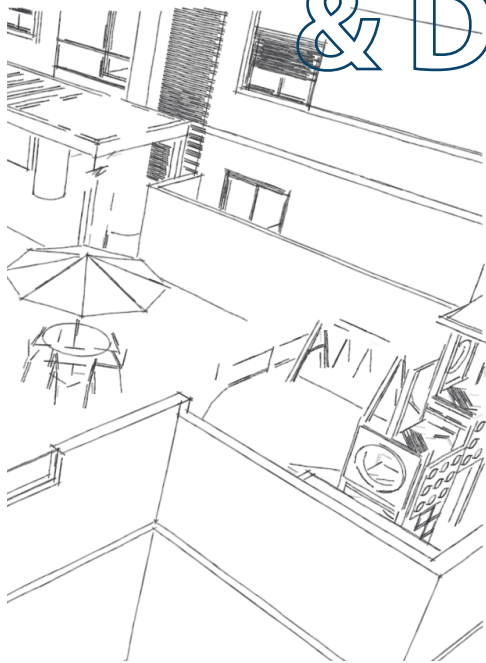
Aperfeiçoamento

Valorização dos colaboradores

Valores



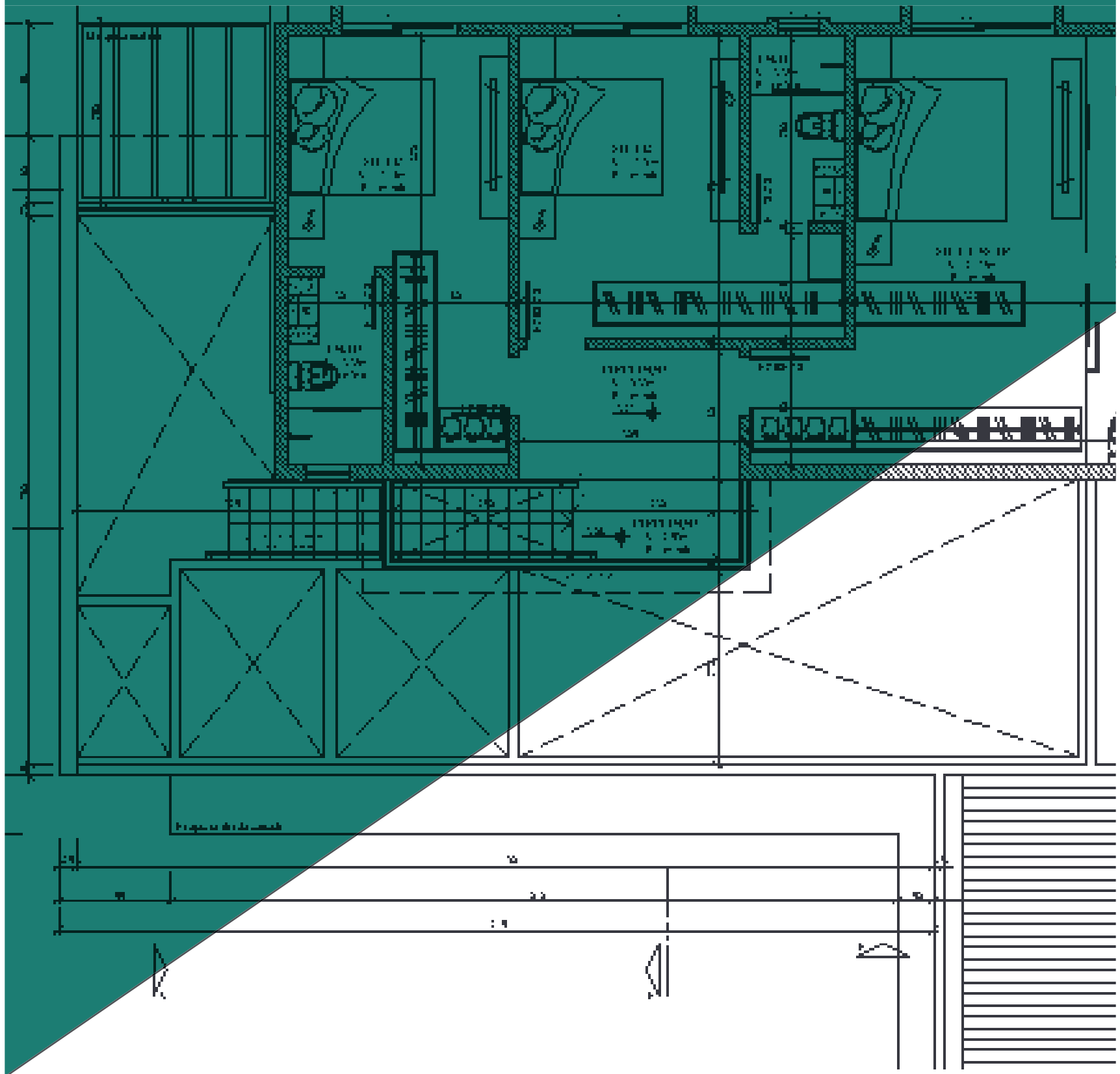
Arquion Arquitetura & Design Ltda.



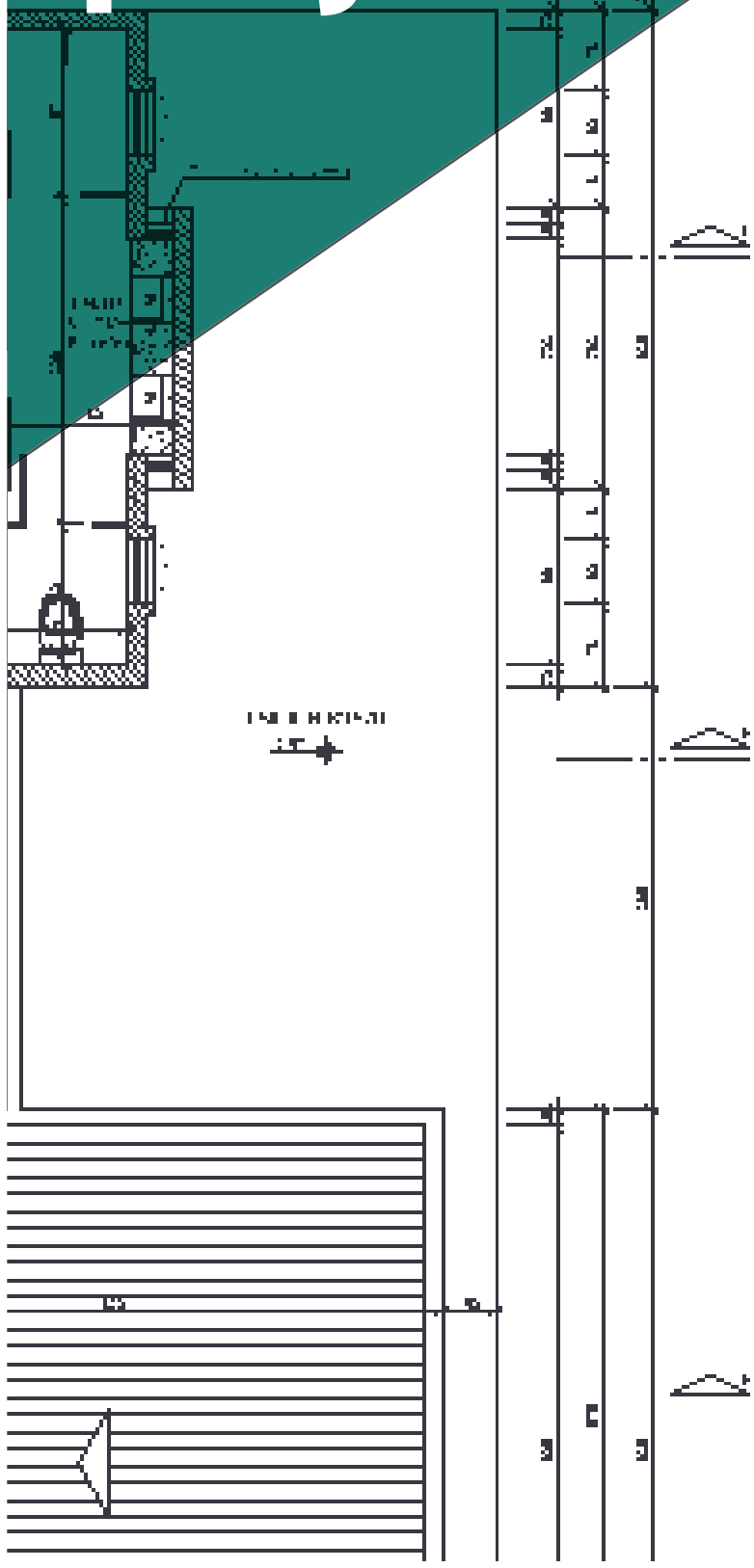
A Arquion - Arquitetura & Design Ltda. visa trabalhar um novo conceito em seus projetos, comprometendo-se com a missão de produzi-los utilizando novas tecnologias, materiais e conceitos inovadores do mercado, garantindo assim que seus clientes alcancem a qualidade de vida desejada, aliada a sustentabilidade e sincronia com a natureza. A equipe técnica então formada pelo Arquiteto João Gustavo Gambin e pela Designer de Interiores Rovena Dornelles, trabalham em conjunto com uma equipe direta além de parceiros terceirizados, que atuam como colaboradores para a confecção de projetos complementares. Atualmente o escritório desenvolve inúmeros projetos distintos, como edificações para estacionamento, crematório, hipermercados, urbanização de parques, loteamentos, residências, edifícios comerciais e residenciais, condomínios residenciais e lojas comerciais. Segundo João Gambin,

“O propósito do escritório além dos seus projetos, é desenvolver espaços pensados e moldados para as pessoas num contexto sinérgico e interativo com a natureza, procurando integrar o meio com a arquitetura. Não modificamos o local a favor da construção, mesclamos um ao outro de maneira simbiótica. Buscamos incessantemente por novos conhecimentos, visando aperfeiçoar as habilidades de arquitetar e de transformar o mundo que nos cerca de maneira harmônica com o todo.”





projetos



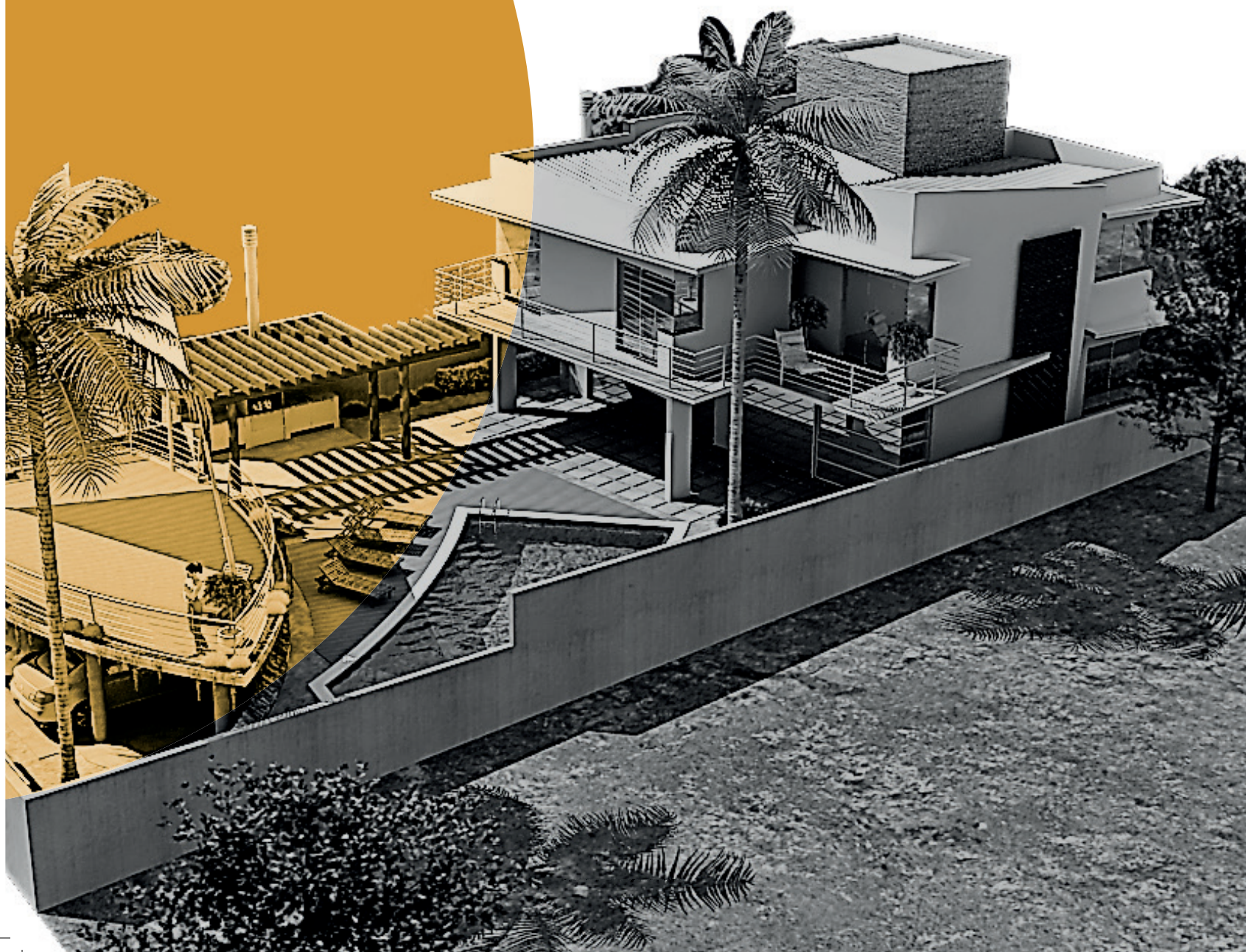
Resi den ciais

Loteamento a Beira Mar na Praia do Estaleirinho



Ano: 2006
Local: Praia do Estaleirinho, SC

Residência de praia destinada a atender uma família de cinco pessoas. Trata-se de um casal jovem e seus três filhos. O desnível do terreno foi acomodado para alcançar um meio nível de vista, integrando o deck sobre o estacionamento e a área da piscina. A edificação foi implantada ao fundo do terreno, propiciando um jardim de lazer e prazer logo na chegada da casa.



Residência na encosta do morro, com vista privilegiada em toda a frente do terreno. O desnível acentuado impôs vários níveis a construção.

Optou-se por privilegiar o segundo nível, onde estão as áreas de lazer e convívio. No terceiro nível, buscou-se o sossego, desenvolvendo um espaço em que fosse possível desfrutar de um esplêndido visual de toda Baía Sul de Florianópolis.



Residência Costeira



Local: Florianópolis, SC
Data: 2005

Condomínio Residencial GREEN VILLAGE

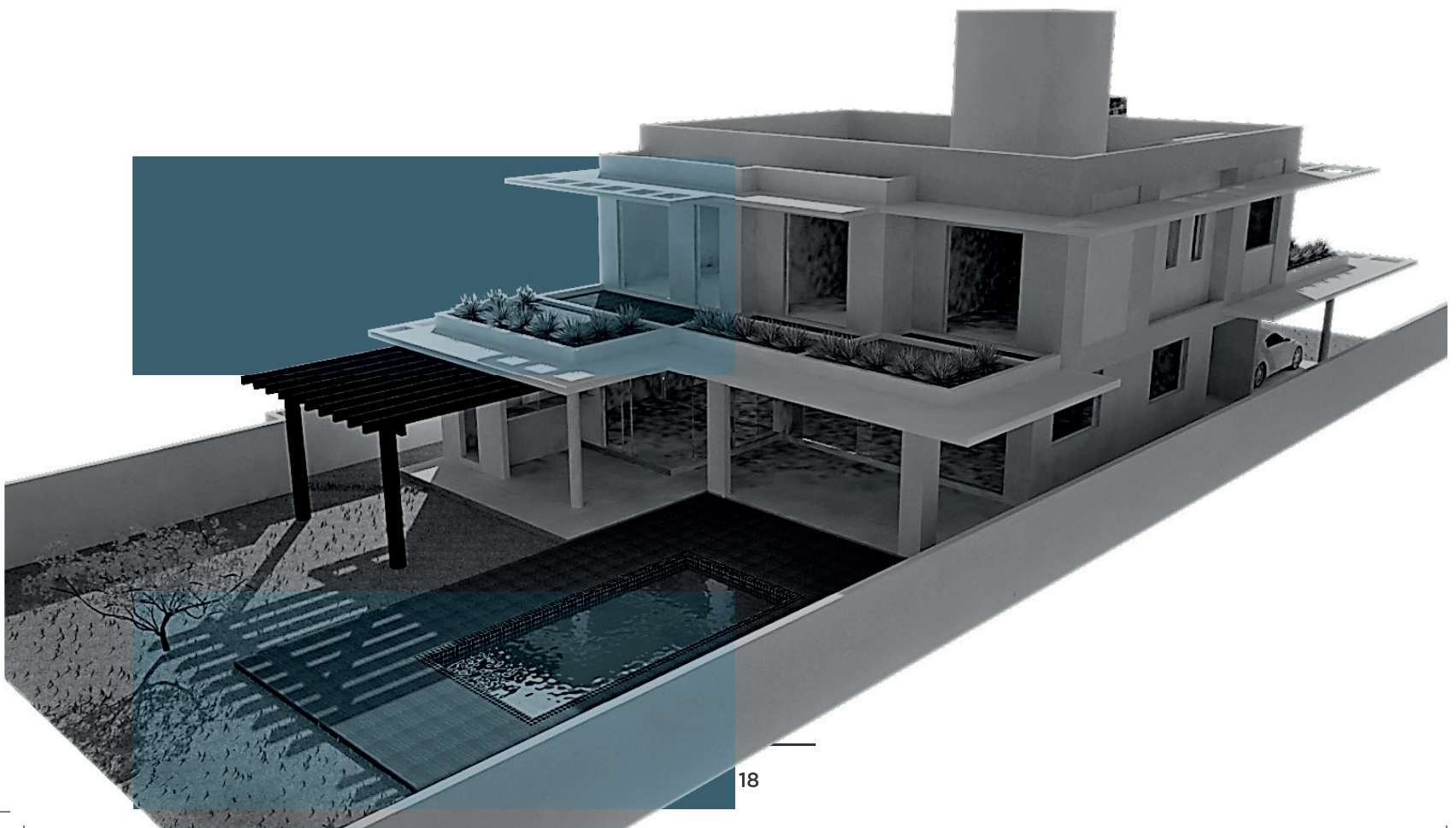


Conjunto de residências de alto padrão, formado por casas geminadas com três pavimentos e organizadas de forma escalonada em conjunto com as divisas e desníveis naturais do terreno. Contudo, como consequência do desenho do terreno, uma praça central foi desenvolvida, com quiosques, áreas de convívio e acesso de pedestres. Aproveitando-se assim da vista da praça central, permitindo que cada casa individualmente possa desfrutar de mais ar, mais sol, mais vento e da vista muito favorável.

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2005




Residência para uma família de cinco pessoas, implantada em um condomínio com as edificações próximas (recuos laterais pequenos). Optamos em elevar os jardins, criando sacadas nos dormitórios com um terraço e gramado, gerando amplitude aos mesmos e proteção térmica ao estacionamento e as varandas de fundos através dos telhados verdes.





Condomínio Novo Horizonte

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2010

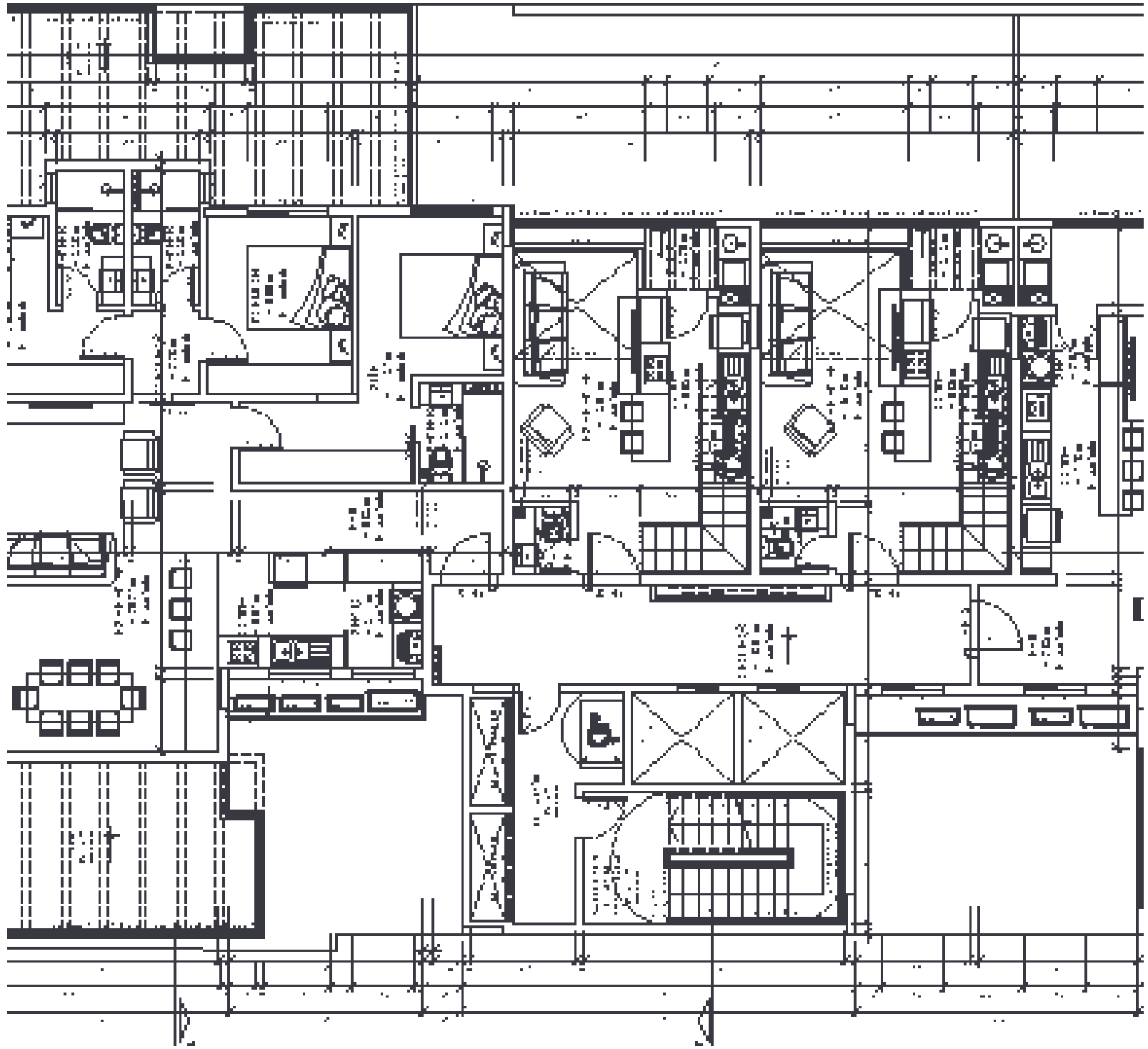


Residência para um jovem casal sem filhos, grande área de lazer e convivio no térreo próximo a piscina já que uma premissa é curtir com os amigos, no segundo nível bem resguardados, uma suite ampla e confortável e mais duas suites compactas, afinal os filhotes podem chegar a qualquer momento.

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2017

Residência Otávio

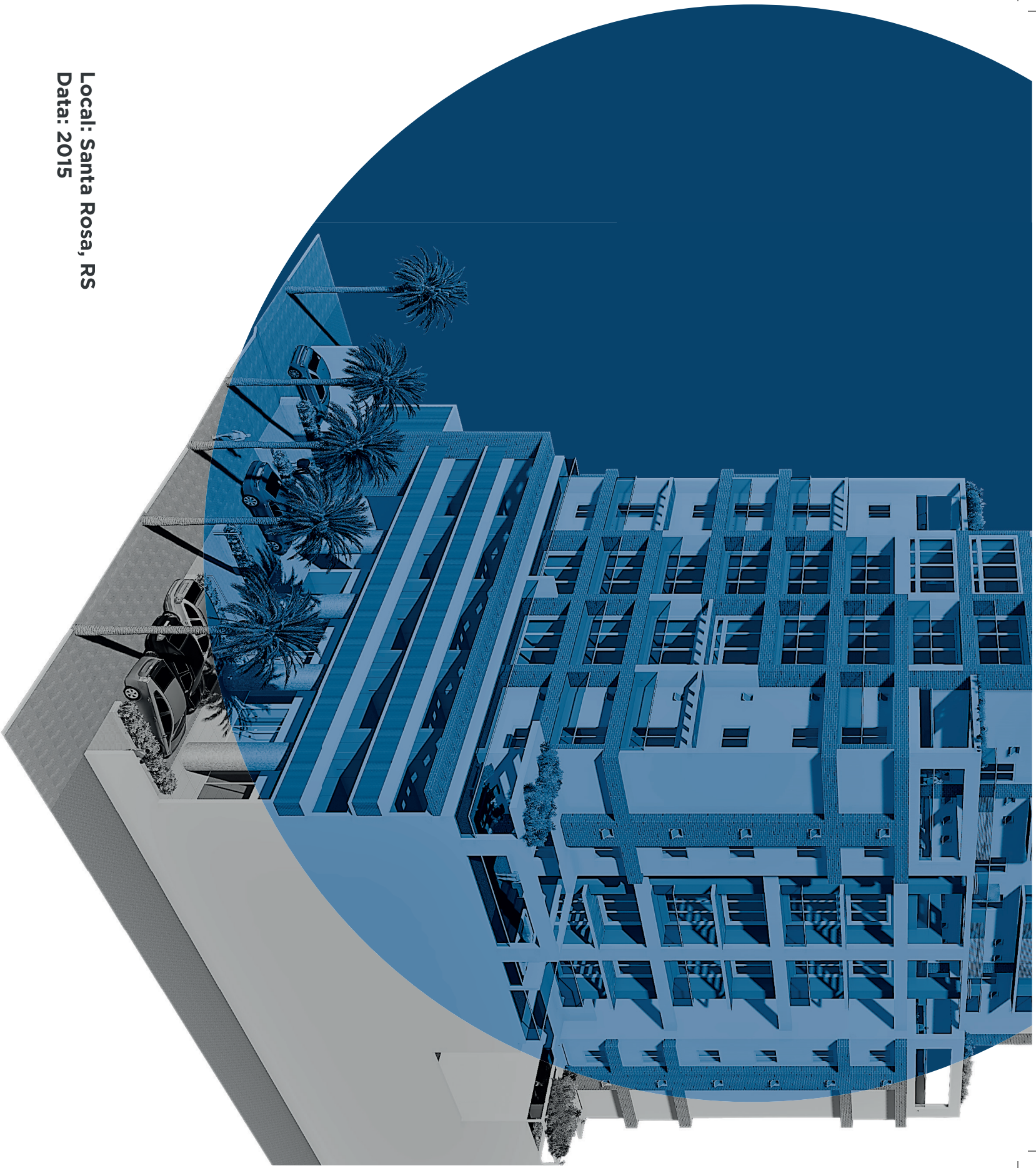






projetos

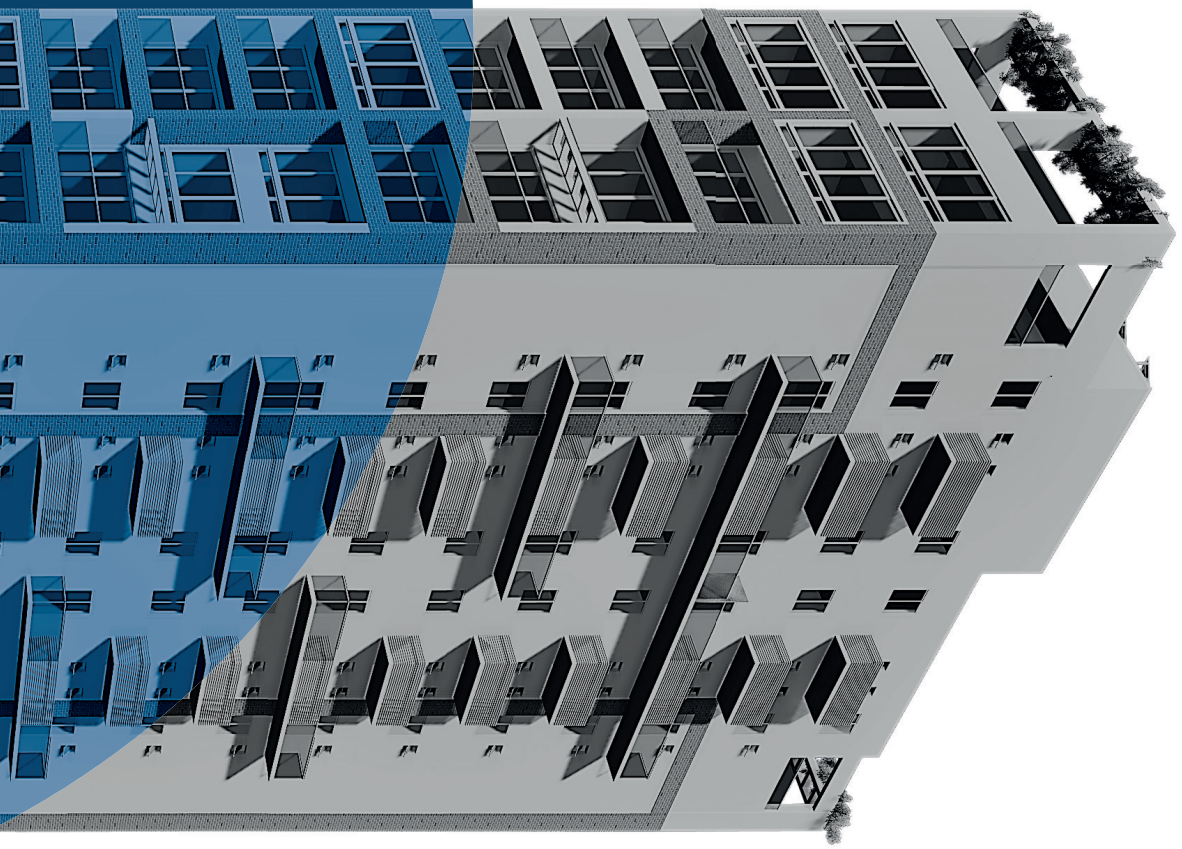
Edifi cações



Local: Santa Rosa, RS
Data: 2015

Edifício Tower Center

Por solicitação do empreendedor, o objetivo foi planejar um edifício que fosse marco na cidade. Por isso a altura no programa misto; comercial e residencial, ficou explícito sendo a base comercial logo depois seis pavimentos com cinco apartamentos por andar e mais onze pavimentos com duas unidades por andar, de forma escalonada. Os andares que alteram as plantas fornecem generosos terraços que complementam as unidades destes andares. A edificação está em obras e previsão de finalizar em 2022.



Edifício Forma

Edifício com apartamentos compactos e diferenciados, traduz uma tipologia moderna e focado em um público jovem. As alternativas de plantas permitem arranjos internos para cada unidade flexibilizando a personificação de cada unidade.

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2017



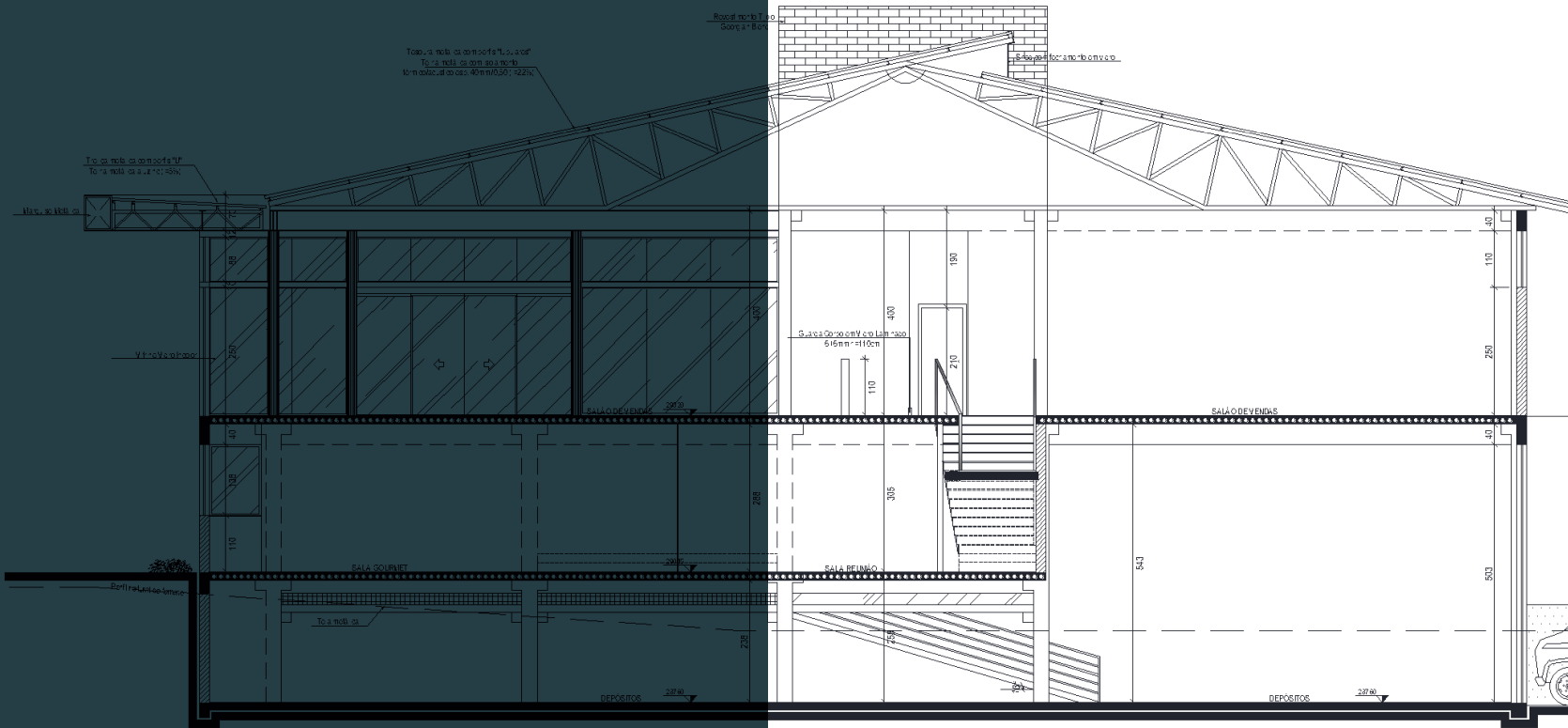
Edifício St. Louis

Por exigência do mercado local e do empreendedor, esta edificação mista (comercial e residencial) tem três pavimentos tipos diferenciados o que gerou um trabalho intenso junto aos engenheiros calculistas. As soluções foram muito técnicas, mas com um trabalho integrado de projetos se chegou a um resultado muito positivo. Com a implantação das áreas de lazer e multiuso da parte residencial, resgatou-se uma praça frontal à torre, sobre as lojas comerciais, propiciando aos moradores uma área de lazer e contemplação com um privilégio sobre a rua e com excelente vista ao horizonte.





Local: São Luiz Gonzaga, RS
Data: 2018



projetos



Lojas Comer ciais

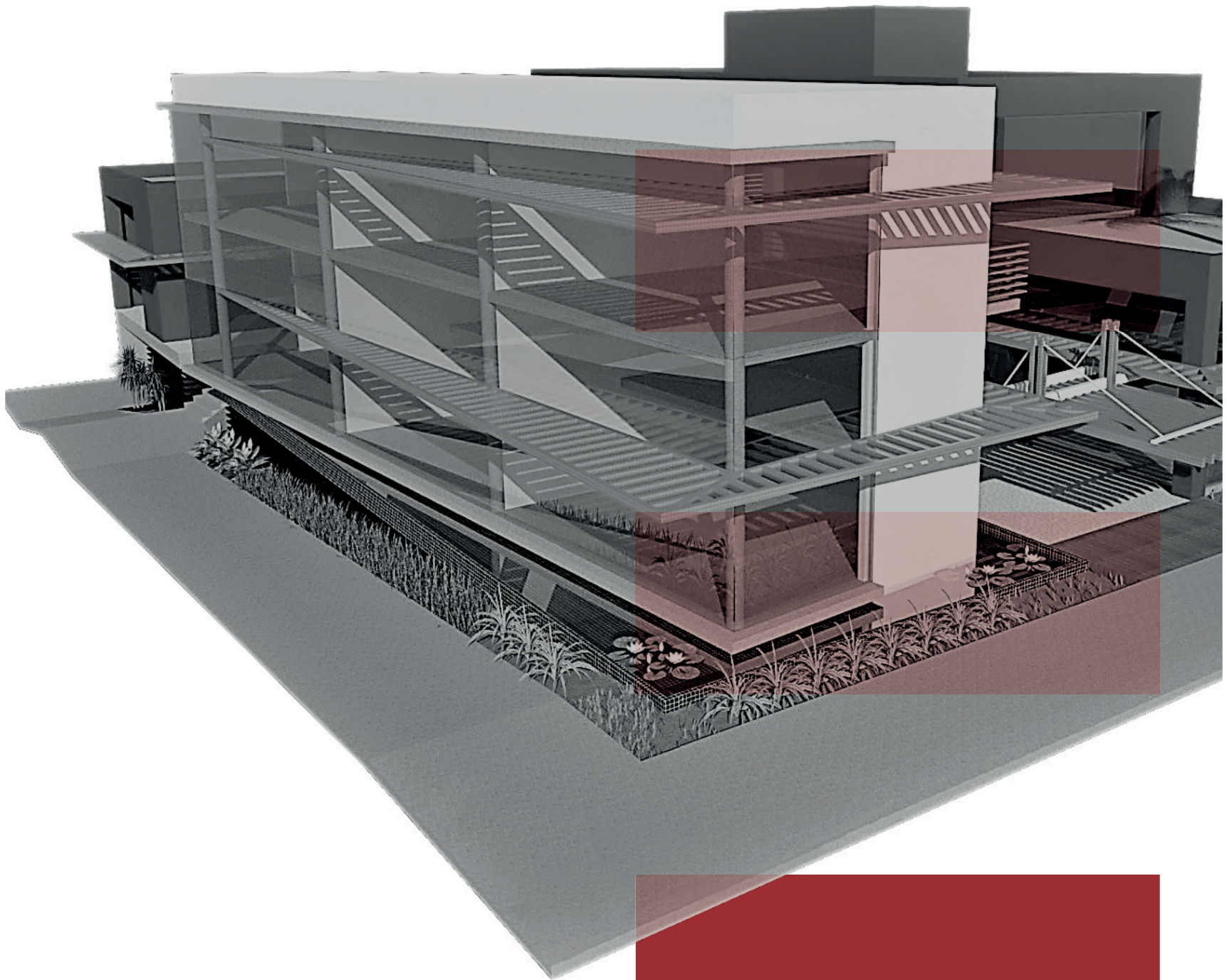
Lojas Formatto

Quando fomos contratados, o desafio era produzir uma loja comercial que demonstrasse a preocupação dos clientes em oferecer um espaço distinto e arrojado aos seus clientes. Por ser uma loja de materiais de acabamento, dirigimos o projeto para que a imponência e o conforto interno através de planta livre permitisse uma total flexibilidade na exposição dos produtos em um amplo espaço.

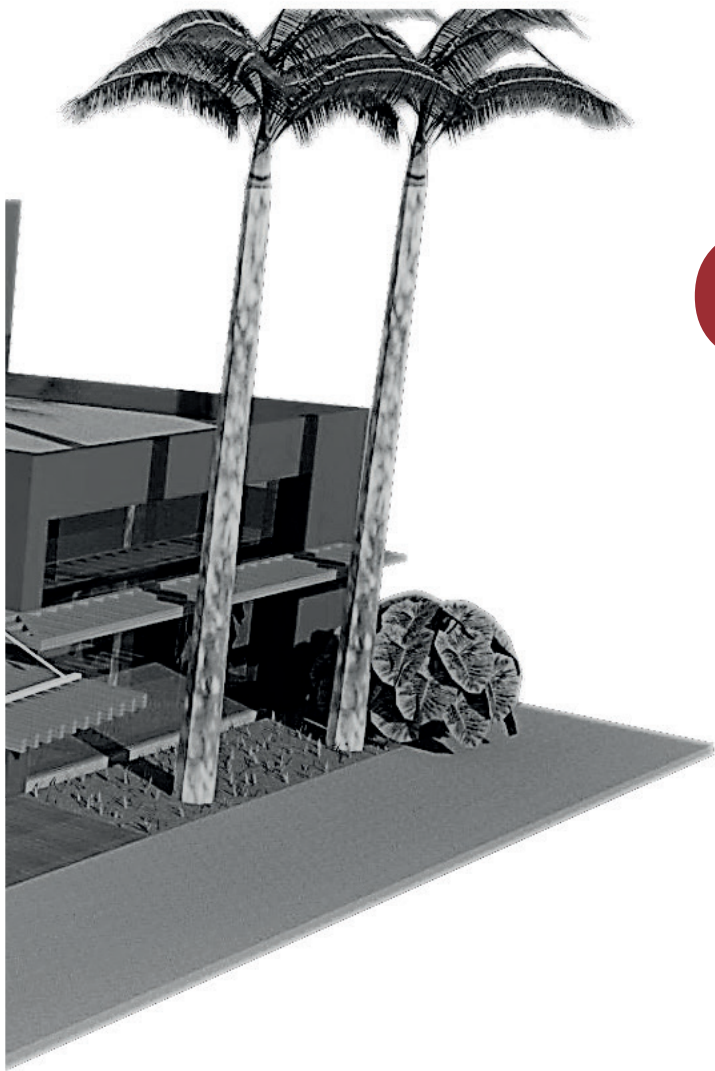
A tecnologia da estrutura metálica aliada a estrutura protendida de concreto armado nos permitiu grandes vãos e grandes balanços, que geraram facilidade de estocagem no depósito(subsolo) e amplitude na sala de vendas, sem a existência de obstáculos.

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2016





Centro Comercial



Local:Três de Maio, RS
Data:2010

Em uma pequena cidade de 35 mil habitantes o desafio era concentrar alguns estabelecimentos comerciais em um amplo terreno de esquina.

O estudo nos levou a uma solução muito transparente, com blocos distintos interligados e com uma proteção parcial na galeria interna, permitindo assim o aconchego da proximidade. Isto sem perder a potencialidade da rua como essência, onde experienciamos sol e chuva. O uso de materiais e cores da região nos permitiu ambientar com o contexto existente sem agredir as edificações em torno.

Lojas Hidrotec Matriz

Este projeto foi uma grande reforma com ampliação de área de uma residência no centro da cidade, o resultado foi uma ampla área de exposição, onde a edificação existente mimetiza-se dentro da proposta. Sendo a fachada principal Sul, nos permitiu usar ampla área envidraçada expondo totalmente o interior da loja sem o inconveniente da insolação direta nos produtos expostos. A área ampliada foi totalmente em estrutura metálica, o que nos permitiu grandes vãos e muita flexibilidade na organização da exposição dos produtos (mobiliário outside). A concepção foi de produzir um espaço amplo e branco, deixando as cores para serem exploradas com os produtos expostos permitindo assim uma visibilidade maior.

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2015







Design Interiores

projetos





Lojas Formatto



A ideia inicial era conceber um espaço onde seriam expostas as peças mais elegantes da loja, onde os produtos de lançamentos seriam colocados em destaque. Como eram vários modelos e tamanhos de cubas e torneiras, fizemos os expositores em estrutura de ferro com prateleiras em madeira, com isso fica fácil a disposição do produto e dá uma certa leveza na visualização.



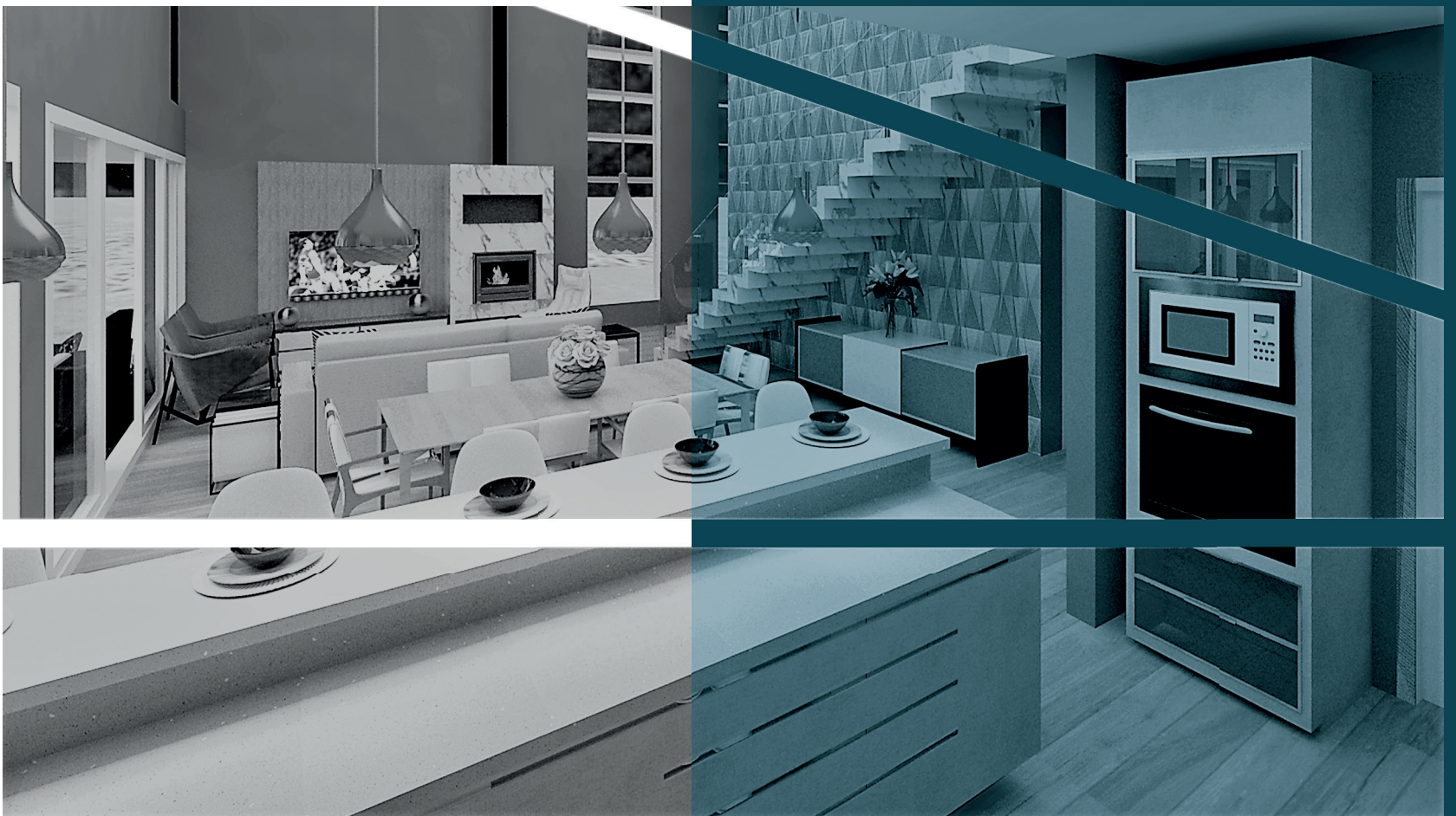
Local: Santa Rosa, RS
Data: 2015



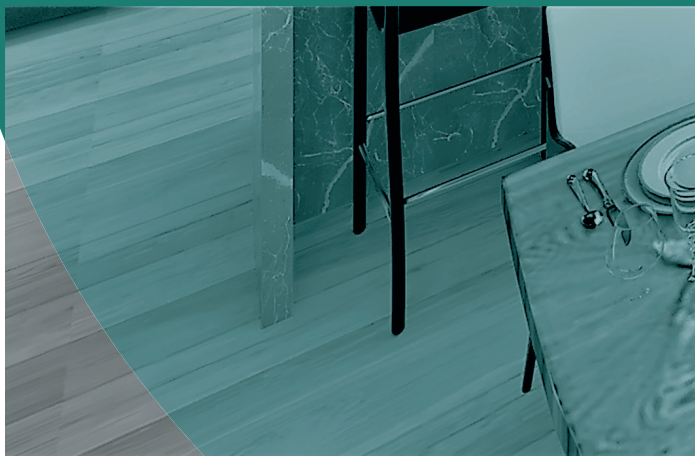
Sendo uma residência para um casal jovem nada melhor que um espaço integrado para receber amigos. No dia a dia a bancada da cozinha funciona como apoio para lanches rápidos, café da manhã e até almoço, e quando a ideia é curtir com amigos a bancada se transforma em ponto de encontro, onde o dono da casa faz o churrasco enquanto conversa com os convidados escutando um som e vídeo na tv que esta confortável na sala integrada.

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2018

Sidnei Cozinha



Sidnei Gourmeteria





Residência de um casal estruturado, jovem, com dois filhos pequenos. Este espaço justamente é o lugar onde eles podem relaxar e curtir com os amigos, já que eles gostam muito de receber; tendo uma porta que separa o ambiente do restante da casa é possível fazer a festa sem fazer muito barulho para as crianças. A concepção se deu através de conversas sobre viagens que eles fizeram e de como gostariam de ter um espaço para divertimento que lembrasse bastante um ambiente de bar típico onde os americanos vão beber cerveja e assistir o super bowl; então abusamos de imagens, fotos, tv, som ambiente, exposição de garrafas de vinho e cervejas artesanais, um lounge com várias poltronas, e uma grande lareira. Este espaço é integrado com a área externa da piscina, isso permite que no verão a festa se estenda até lá fora, até porque foi feito um trabalho de iluminação que deixou a área externa cenográfica.

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2018

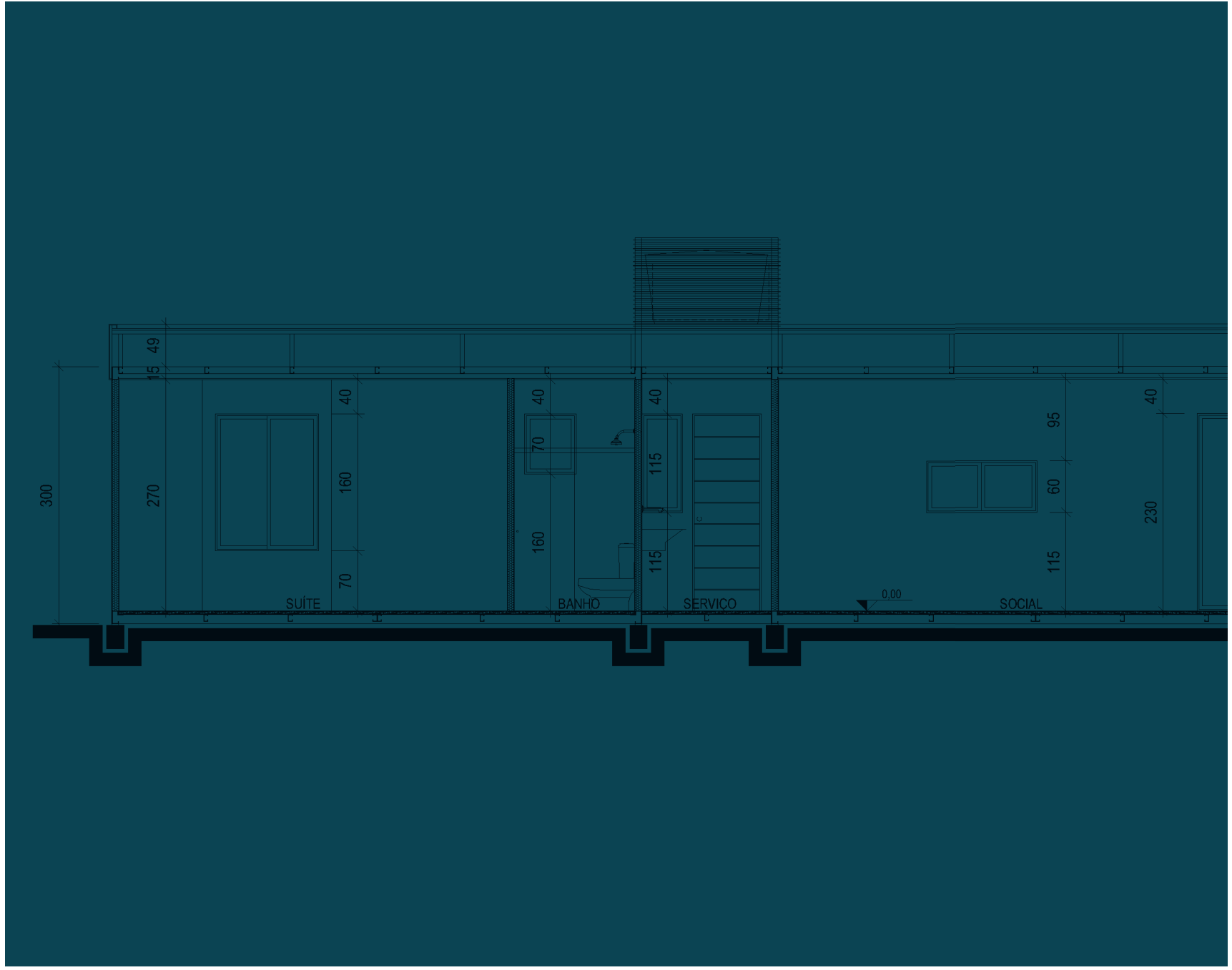
Apartamento de um casal com dois filhos meninos. A ideia é ter um local para curtir a praia em época de férias, a área de lazer externa é grande proporcionando um espaço com bancada, churrasqueira e mesa para receber os amigos. O interior tem uma decoração mais despojada, sofá confortável para os meninos curtirem os jogos no video game com uma tela de 70 polegadas enquanto o pai faz o churrasco do dia. Com a bancada baixa a cozinha fica mais integrada a sala de jantar e estar. A sugestão de um papel de parede tropical traz um pouco da natureza para dentro de casa, criando assim um ambiente mais alegre. Usamos espelho na parede da cristaleira e barra do painel da tv, onde é possível observar o trabalho de madeira em laca preta cortado a lazer para dar mais amplitude e sofisticação.

Local: Praia Bombas, SC
Data: 2018



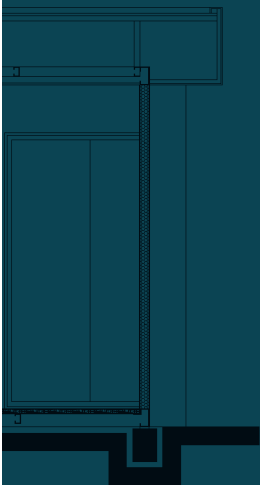
Condomínio Varanda





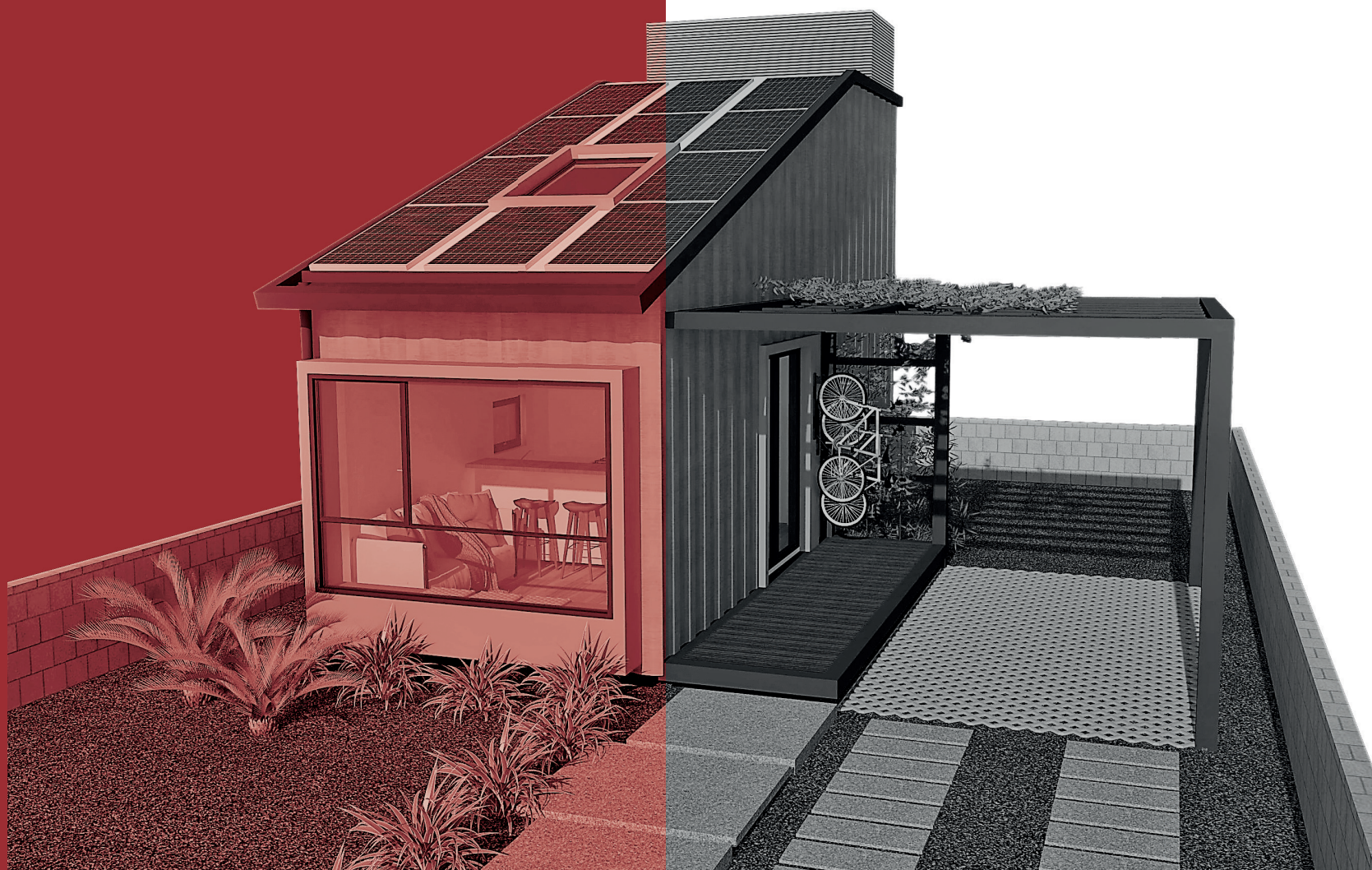
projetos

Modu lares



Residência Modular I



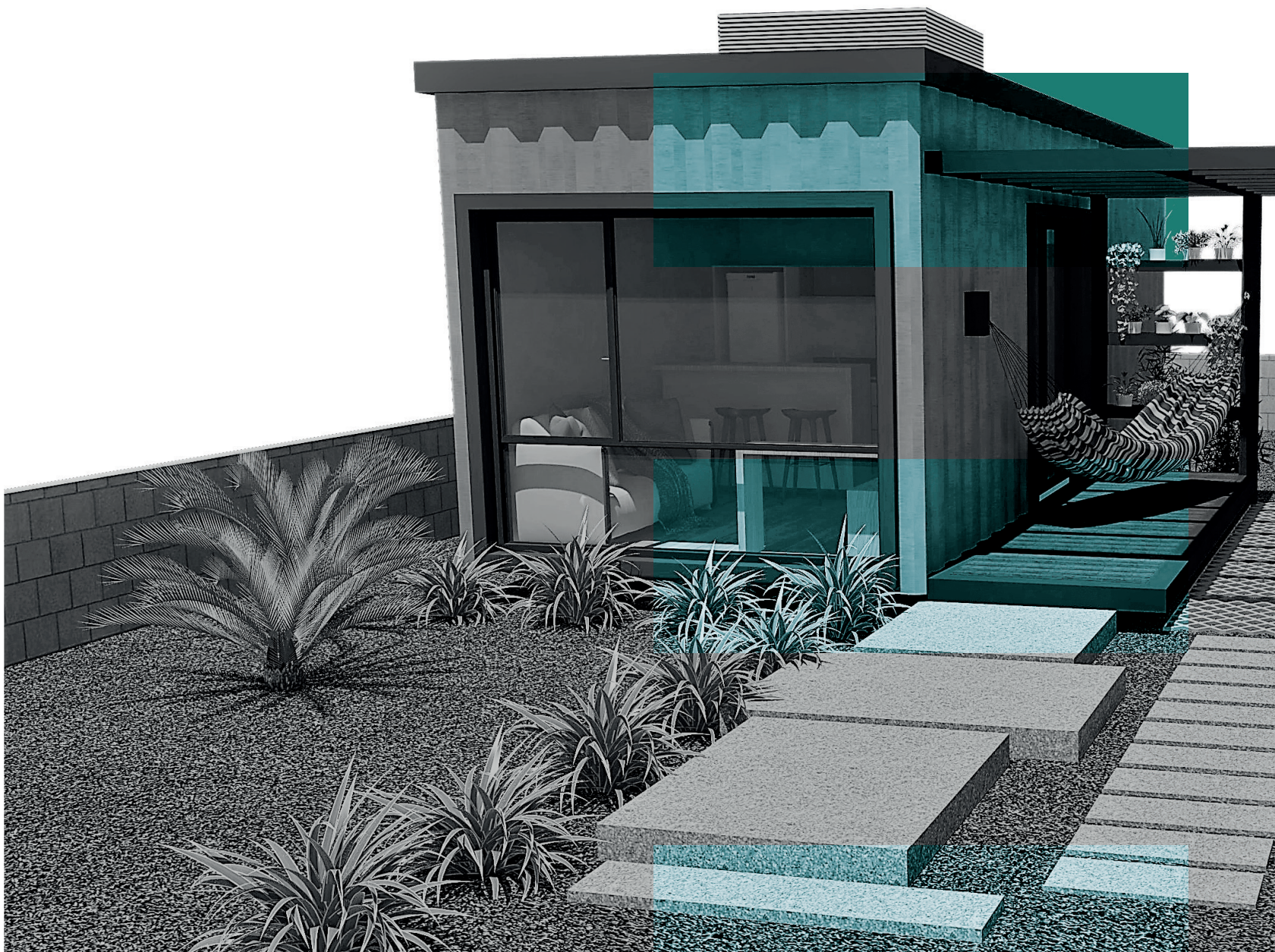


Neste exemplo de residência modular, a área total é de 37,00 m² e possui dormitório, banheiro, sala cozinha e um mezanino que pode ser inclusive outro dormitório ou até mesmo um escritório. Pensado para acomodar um casal de jovens, com até um filho. Um lugar ideal para iniciar a vida.

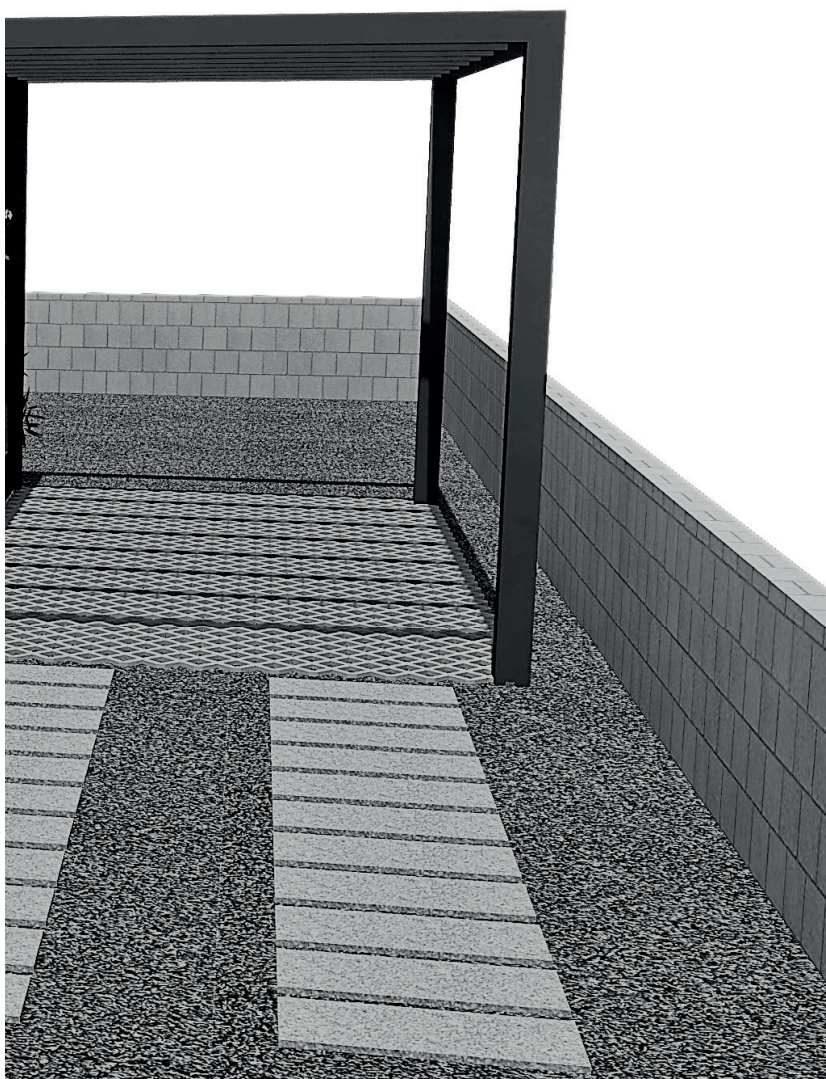
Com soluções práticas e funcionais, a unidade é montada em duas partes que se unem no canteiro, facilitando o transporte. Com total flexibilidade de remoção pode ser transportada.

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2017

Local: Santa Rosa, RS
Data: 2017

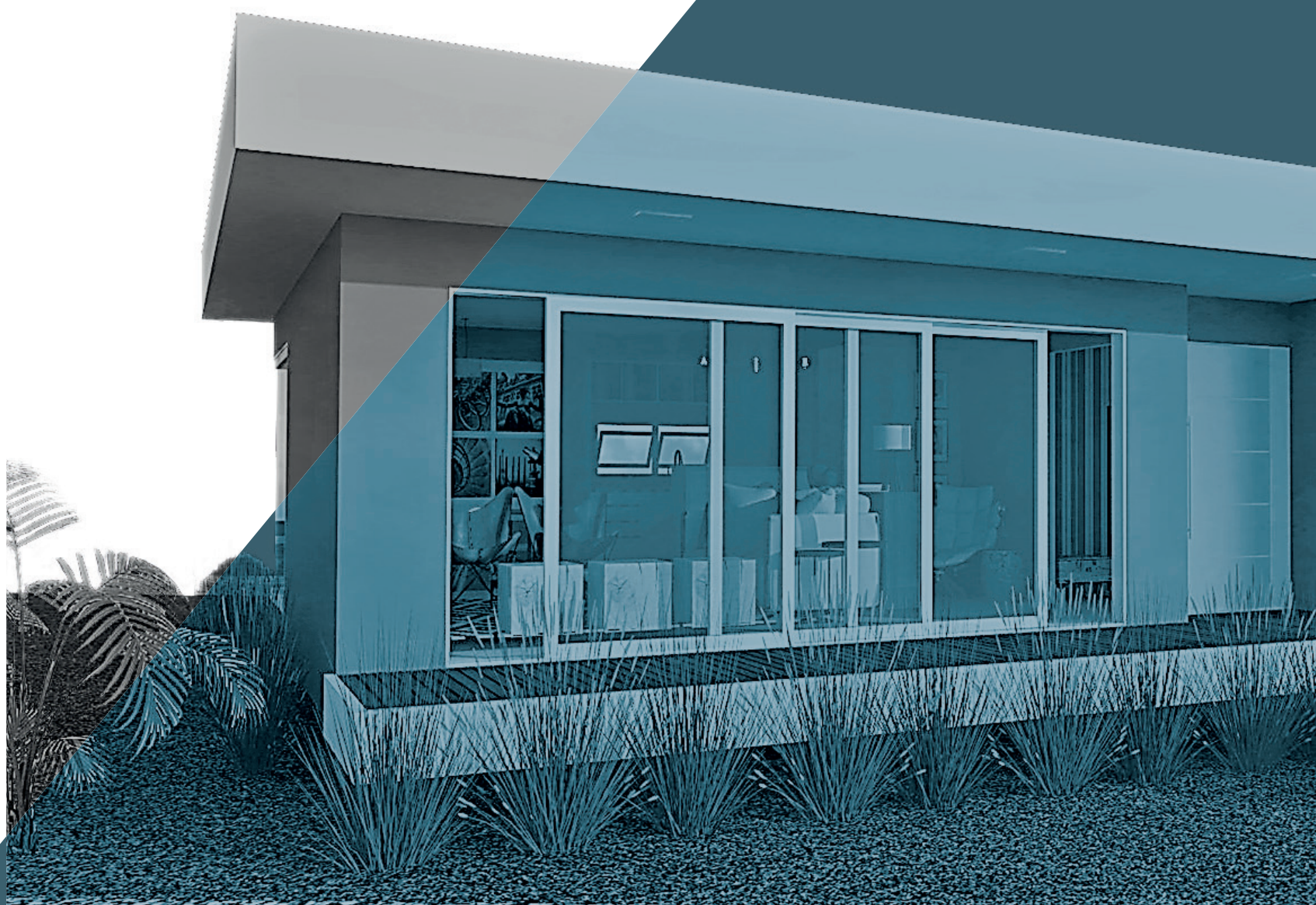


Residência Modular II

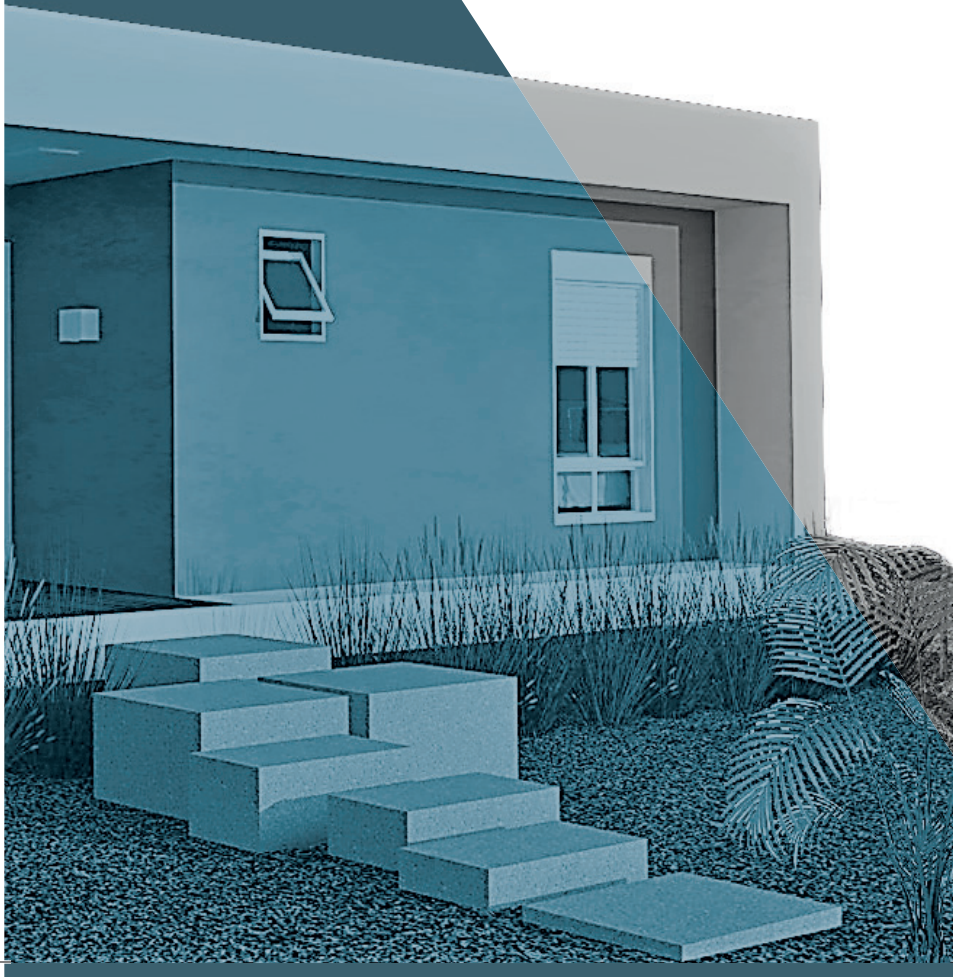


A ideia do projeto são unidades modulares em estrutura metálica e fechamento em painéis isotermicos. Produzidas em ambiente controlado e fabricação em série, preve o atendimento de uma faixa de mercado voltada ao público jovem, que não dispõe tempo para empreender uma obra e seus compromissos. A unidade de 29,00m² com um dormitório, banheiro e sala e cozinha em ambientes integrados, ampliando o espaço. Equipada com tecnologia de placas de energia solar, fotovoltaica e aproveitamento de agua da chuva, assim como uso de materiais recicláveis (metal/madeira/alumínio/vidro) e baixa geração de resíduos, atende os preceitos da sustentabilidade, conceito já assumido pelos jovens. Por se tratar de um sistema modular é permitida a movimentação da unidade para qualquer lugar. Pode ser implantada em composições permitindo a colocação de varios unidades em um mesmo lote, compartilhando o terreno.

Residência Modular III



Residência Modular produzida com arranjo de módulos construídos em estrutura metálica e fechamento em painéis isotérmicos. Os módulos são produzidos em ambiente controlado e com fabricação em série e transportados até o canteiro onde são unidos. A flexibilidade dos módulos permite os mais variados arranjos com um e dois pavimentos. O módulo permite a montagem de uma suíte, um dormitório, um banheiro, uma cozinha com jantar, uma sala de estar, área de serviço e o hall de entrada. São submódulos que articulam os arranjos conforme a necessidade do cliente. Como a edificação é uma montagem de módulos também é permitido o desmonte dos módulos e a remontagem em outro lugar. Acredito que a evolução dos materiais e das tecnologias nos permitiram avançar para a produção de uma arquitetura onde o ser humano e a natureza convivam sem agressões.




Local: Santa Rosa, RS
Data: 2017


arquion


arquitetura &
design

 +55 (55) 2013-9013

 Rua Santa Rosa, nº 217 Sala 01 - Santa Rosa, RS

 arquion@arquion.com.br

 [arquionarqedesign](https://www.instagram.com/arquionarqedesign)

 [arquionarquiteturaedesign](https://www.facebook.com/arquionarquiteturaedesign)



João Gustavo Gambin

Arquiteto

CAU: A - 14.555-6

Rovena Dornelles

Designer de Interiores

