UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE BELAS ARTES

PROJETO GRÁFICO MODULAR PARA AGENDAS E ORGANIZADORES IMPRESSOS

Letícia Alves Rodrigues

Rio de Janeiro
2018

LETÍCIA ALVES RODRIGUES

PROJETO GRÁFICO MODULAR PARA AGENDAS E ORGANIZADORES IMPRESSOS

Monografia submetida à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Visual Design.

Orientador: Prof.ª Dr.ª Irene de Mendonça Peixoto

RIO DE JANEIRO
2018

Rodrigues, Letícia Alves.

Design de superfície em papelaria na era da informação/Letícia Alves Rodrigues. – Rio de Janeiro, 2018.
f. 41

Orientador: Irene de Mendonça Peixoto.

Monografia (graduação em Comunicação Visual Design) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Centro de Letras e Artes, Escola de Belas Artes.

Bibliografia: f. 41.

1. Design de superfície. 2. Papelaria. 3. Agenda. I Rodrigues/Letícia. II - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de belas artes, 2016. III Título.

CDD

LETÍCIA ALVES RODRIGUES
DRE: 113071087

DESIGN DE SUPERFÍCIE EM PAPELARIA NA ERA DA INFORMAÇÃO

Monografia submetida à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Visual Design.

Resumo

Este trabalho se dispõe a elaborar um projeto gráfico de design de superfície para o segmento de papelaria, investigando criticamente a função dos impressos na atualidade. Através da pesquisa, examina o contexto atual da sociedade, procurando mostrar o espaço do design gráfico de impressos no segmento de papelaria dentro da conjuntura histórica presente, na qual os avanços tecnológicos tomam conta do cotidiano mundano. A ideia do projeto é estudar e explorar as possibilidades do design gráfico e de superfície dentro do mercado que continua se expandindo mesmo com a forma avassaladora com que aparelhos digitais tomaram conta da nossa vida cotidiana. Dentro dessas possibilidades, o potencial da customização como um atrativo para o consumidor. A partir de todo este contexto teórico, foram desenvolvidas três coleções de agendas – ou *planners* – utilizando princípios de design de superfície.

Palavras-chave: Design gráfico, Impressos, Papelaria, Agenda

ÍNDICE

Resumo 5

1. Introdução 7

2. Papelaria no contexto da era da informação 8

2.1. Uma definição para design gráfico 8

2.2 O contexto e relevância do design inserido na sociedade atual 8

2.3 Reflexão crítica sobre papelaria e impressos na conjuntura atual da "era da informação" 10

3. Design de superfície 12

3.1 Introdução e conceitos básicos 12

3.2 Cultura da customização 13

4 Projeto e desenvolvimento 15

4.1 Definição do projeto e abordagem 15

4.1.1 Prospecção dos consumidores e público-alvo 15

4.1.2 Composição 16

4.1.3 Concorrência: diferenciação do produto no mercado 21

4.2 Processo de criação e desenvolvimento das coleções 22

4.2.1 Temas visuais e motivações 22

4.2.2 Ilustrações originais e utilização através de manipulação digital 22

4.2.3 Layout base 29

4.3 Produto final 32

4.3.1 Coleção Jardim 32

4.3.2 Coleção Geo-*Classy* 36

4.3.3 Coleção Cosmos 39

4.4 Impressão, acabamento e embalagem 44

5. Conclusão e considerações finais 46

Bibliografia 47

1. Introdução

Atualmente, com a era da informação, diversos jovens se encontram mergulhados em celulares, tablets e computadores. Os computadores passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas e, da mesma maneira, o turbilhão de informações acessadas por este público se torna cada vez maior a todo momento.

Ao mesmo tempo, apesar das possibilidades trazidas pela cultura da informação e da tecnologia, muitas dessas pessoas se veem, ainda, apegadas aos impressos para organizar suas rotinas, fazer planos e anotações em geral. O presente trabalho, dessa forma, se propõe a analisar o papel dos impressos e como eles estão inseridos no contexto atual fazendo sucesso entre o público.

Através do desenvolvimento de coleções de agendas, os chamados planners, buscou-se compreender as possibilidades do design gráfico e de superfície dentro da conjuntura atual. Esses objetos são tendência no mercado atual, e seu uso em crescimento demonstra que a cultura do papel não foi abandonada e, para muitos, serve como refúgio para desacelerar desse turbilhão de informações do mundo das telas.

O potencial da customização se apresenta como um dos pilares dessa nova realidade, sendo um excelente atrativo para quem consome desse tipo de produto. O design nesse contexto se mostra como algo de suma importância ao adquirir agendas, pois o visual planejado também chama a atenção e participa desse processo de conquista do consumidor.

À vista disso, observa-se que, com a explosão digital, muitos indivíduos abandonaram o uso de diversos objetos cotidianos, livros e outros para utilização apenas de uma ferramenta, o celular. É impossível negar que as mídias são excelentes para o avanço da humanidade e foram e estão importantes a nível mundial, mas argumenta-se que não se deve abandonar os impressos - também fonte de imaginação, unindo o útil ao planejamento pessoal em diversos níveis. Essas questões do mesmo modo serão discutidas adiante..

2. Papelaria no contexto da era da informação

2.1. Uma definição para design gráfico

Quando pensamos em design gráfico, pensamos em seu caráter comunicacional e visual ou, resumidamente, pensamos nele como uma forma de comunicação através de imagens. No entanto, segundo professor e designer André Villas-Boas (1999) ele é um pouco mais que isso:

> "Design Gráfico é a área de conhecimento e a prática profissionais específicas que tratam da organização formal de elementos visuais – tanto textuais quanto não textuais – que compõem peças gráficas para reprodução, que são reproduzíveis e que têm um objetivo expressamente comunicacional. Ou seja: foi feito para comunicar; não comunica por acaso ou porque tudo comunica, mas porque este é seu objetivo fundamental." (VILLAS-BOAS, 1999, P. 17).

Esta citação chama atenção não somente por definir o que é o design gráfico, como também por mostrar a importância de sua capacidade de comunicação. O que é relevante para essa pesquisa por tratar o conjunto de elementos visuais, textuais e não-textuais, como a parte mais relevante do design gráfico, uma vez que, "não comunica por acaso", pelo contrário, é seu objetivo.

Complementando este raciocínio, para a *International Council of Graphic Design Associations*, o Design Gráfico é uma atividade técnica de análise, organização e métodos de apresentação de soluções a fim de resolver problemas de comunicação. Já para a Associação dos Designers Gráficos do Brasil o Design Gráfico, é um processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, idéias e conceitos a fim de informar, identificar, sinalizar, organizar, estimular, persuadir e entreter, resultando na melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Em conclusão, projetar, compor e estruturar os elementos textuais e não-textuais transmitindo conceitos, ideias e informações através da linguagem visual é o propósito e a definição do design gráfico que será utilizada neste projeto.

2.2 O contexto e relevância do design inserido na sociedade atual

Não é de hoje que se tem falado sobre a importância da comunicação não-linguística. Daniel B. Portugal, em seu texto "Em que medida somos colonizados pela linguagem?",

utiliza conceitos já concebidos pelo renomado linguista Saussure, e também do filósofo Nietzsche, para o campo do design gráfico.

> "[...] Dado que a língua tem como elementos irredutíveis, os fonemas – no caso da linguagem falada – ou letras – no caso da linguagem escrita –, e dado que os fonemas e as letras existem em número limitado, as combinações possíveis entre tais elementos são finitas" (PORTUGAL, 2013).

Neste texto, Portugal nos faz refletir sobre como estamos limitados pela língua, por palavras. Portanto, o designer deve procurar se desprender destas limitações, buscar ideias e novas resoluções para os problemas atuais através do imaterial e do campo visual. Esta questão se mostra cada vez mais importante dentro do contexto atual, o qual o autor Rafael Cardoso descreve em seu livro "Design para um mundo complexo" como a explosão do meio digital, que fez com que aumentasse o contato das pessoas com o mundo imaterial. Segundo ele, a explosão do meio digital nos últimos 25 anos tem transformado de modo profundo a paisagem econômica, política, social e cultural.

> "À medida que o mundo virtual aumenta em abrangência, a realidade parece desmanchar-se no ar. Em uma palavra, o "imaterial" passou a ser o fator decisivo em quase todos os domínios, mormente numa área como design." (CARDOSO, Rafael, 2011, P. 19).

Vivemos em mundo de imagens. Esta frase nunca se pareceu tão verdadeira quanto hoje. Para a maioria, o mundo é uma sequência de imagens contemplada pelos olhos e digerida pela mente. Experimentamos a vida visualmente ao longo do tempo, mas o número de imagens que vivenciamos aumentou de maneira avassaladora desde o ínicio da era digital. Com isto, nossas experiências visuais não estão mais limitadas ao mundo que nos rodeia, devido ao facílimo acesso às imagens com a distância de um clique ou um toque.

O progresso científico e tecnológico na última década trouxe muitos avanços, facilitando a vida das pessoas em muitos aspectos, ao mesmo tempo que também causou um confronto com muito mais informação. Dos cabos telefônicos aos satélites, dentro de toda estrutura de telecomunicações até os dispositivos móveis e computadores domésticos, de forma geral, a informação trafegada na Internet é literalmente transportada na velocidade da luz (TEIXEIRA, 2017). Neste cenário, o design se torna um aspecto chave para resolver o caos de dados e informações que nos são bombardeados diariamente.

> “Estimamos que, em 2008, os americanos consumiram cerca de 1,3 trilhões de horas de informações fora do trabalho, uma média de quase 12 horas por pessoa por dia. O consumo de mídia totalizou 3,6 zettabytes e 1.080 trilhões de palavras, correspondendo a 100.500 palavras e 34 gigabytes para a pessoa média em um dia médio. Um zettabyte é de 10 a 21 bytes de potência ou 1 milhão de gigabytes.” (BOHR & SHORT, 2012, P. 1).

O design gráfico, dentro do contexto atual da sociedade que consome diariamente trilhões de horas de informação fora do horário de trabalho, se torna então um requisito de grande importância para lidar com esta quantidade massiva de informação. Informações essas que são projetadas como infografia e visualização de dados tornando-se maneiras de processar este tráfego gigantesco de dados. A incorporação do design gráfico de informação não somente aumenta a percepção como também pode servir como guia e revelar padrões dentro de dados complexos e/ou auxiliar na interpretação dos mesmos.

2.3 Reflexão crítica sobre papelaria e impressos na conjuntura atual da "era da informação"

É imprescindível ressaltar que mesmo com o grande peso que as mídias digitais recebem na atualidade, não se pode descuidar ou abandonar os impressos como excelentes suportes. Pesquisas científicas comprovam que em determinados contextos, o uso de material impresso pode gerar benefício real, como será descrito na passagem a seguir.

Apesar de alunos digitarem com uma velocidade muito maior do que escrevem, uma pesquisa desenvolvida por Pam A. Mueller e Daniel M. Oppenheimer (2014) concluiu que alunos que faziam suas anotações em sala à mão tinham um desempenho acadêmico maior do que aqueles que utilizavam laptop. Se alunos que utilizam laptop para suas anotações conseguem fazer uma quantidade muito maior de anotações, fazendo anotações a verbatim, por conta da velocidade com que conseguem digitar, como é possível que alunos que escrevem a mão conseguirem um desempenho melhor?

Primeiramente, precisamos entender como a efetividade de cada método foi observada no estudo em questão. Em três experimentos, Mueller e Oppenheimer (2014) pediram aos alunos que fizessem anotações em sala de aula, assim testando-os em sua memória em busca de detalhes factuais, sua compreensão conceitual do material e sua capacidade de sintetizar e generalizar as informações. Metade dos alunos foi instruída a fazer anotações com um laptop, e a outra metade foi instruída a escrever as anotações à mão. Como em outros estudos, os estudantes que usaram laptops fizeram mais anotações. No entanto, aqueles que fizeram suas

anotações à mão tiveram um entendimento conceitual mais forte e tiveram mais sucesso em aplicar e integrar o material do que aqueles que usaram anotações em seus laptops.

Mueller e Oppenheimer (2014) explicam essa descoberta paradoxal postulando que tomar notas à mão requer outros tipos de processamento cognitivo, diferentemente do laptop, e esses distintos processos têm consequências para o aprendizado. Escrever à mão é mais lento e mais complicado do que digitar, e os alunos não podem escrever em verbatim. Em vez disso, eles ouvem, digerem e resumem para que possam capturar sucintamente a essência da informação. Assim, fazer as anotações à mão força o cérebro a se engajar em algo mais complexo, e esses esforços estimulam a compreensão e a retenção. Por outro lado, ao digitar, os alunos podem facilmente produzir um registro escrito da palestra sem processar seu significado, pois velocidades de digitação mais rápidas permitem que os alunos transcrevam palavra por palavra sem dedicar muita atenção ao conteúdo (OPPENHEIMER & MULLER, 2014).

3. Design de superfície

3.1 Introdução e conceitos básicos

Evelise Rüthschilling, autora do livro “Design de superfície: integração entre arte, tecnologia e indústria” faz a seguinte definição para design de superfície:

> “Design de superfície “é uma atividade técnica e criativa cujo objetivo é a criação de imagens bidimensionais (texturas visuais e tácteis), projetadas especificamente para a constituição e/ou tratamento de superfícies, apresentando soluções estéticas e funcionais adequadas aos diferentes materiais e processos de fabricação artesanal e industrial.” (RUTHSCHILLING, 1997)

Esta definição valoriza mais os aspectos técnicos do design de superfície. A autora explica o como, mas além disso, é pertinente levantar a questão do porquê. É importante considerar aspectos culturais e a relevância social do design de superfície, bem como acrescentar uma perspectiva histórica.

Desde sempre, o homem vem retratando sua própria evolução através de desenhos em objetos cotidianos. A estamparia e suas ilustrações, assim como o design, contam muito da história da humanidade, já que faz parte de uma demonstração cultural de diferentes eras e civilizações. Através de suas diversas manifestações artísticas em objetos usuais, o design de superfície pertence ao cotidiano da sociedade. Mesmo um objeto produzido industrialmente, de maneira massiva, estará fazendo parte do cotidiano de muitas pessoas. Desta forma, o design de superfície pode ser visto como integrador entre arte, tecnologia e indústria.

Estes desenhos e ilustrações que estampam nosso cotidiano tem uma linguagem própria, e a forma como os apreciamos passa pelos elementos e simbologia utilizados pelo designer, assim como a maneira que esse será impresso e utilizado. Ou seja, o designer tem um papel importante de trazer cultura e arte para o dia-a-dia.

Os estilos, desenhos e padronagens de objetos cotidianos contam com diferentes influências de linguagem artística, passando pela geografia, tecnologia, política, história, por invenções, moda e símbolos, além de outras artes e tendências de design associadas ao período da produção. A matéria prima e o modo de produção podem já determinar o destino de um objeto, mas o que complementa essa vocação está nos desenhos que o compõem (EDWARDS, 2012).

De volta aos aspectos mais técnicos, o design de superfície lida com diferentes materiais e processos de fabricação, criando soluções estéticas e funcionais adequadas. Para Rüthschilling, o design de superfície é distinto pois atua em "2 e 3 dimensões e movimento, transitando entre o design gráfico e o design de produto" (RUTHSCHILLING, 2017). É um campo em permanente expansão que oferece cada vez mais opções para o mercado consumidor, transitando por dimensões virtuais e concretas.

De acordo com a autora, existem duas variantes no design de superfície. O primeiro, consistindo de estamparia e impressão digital, refere-se à criação de projetos visuais para impressão em superfícies planas. Já o segundo, envolve o desenvolvimento de texturas tácteis que irão compor a superfície em si, como tramas e outras intervenções e acabamentos sobre as superfícies (RUTHSCHILLING, 2017).

3.2 Cultura da customização

Antes da introdução da produção em massa, no início do século XX, a manufatura era caracterizada pela produção quase artesanal de peças únicas e valiosas que representavam status para os seus proprietários, e motivo de orgulho para seus criadores. Com o advento da linha de produção, passou-se a valorizar a economia de escala, a eficiência do processo produtivo, o preço e o alcance de um grande número de usuários. A famosa frase de Henry Ford, "o cliente pode escolher qualquer cor, desde que seja preto" ("*any colour – so long as it's black*") indicava claramente que os tempos de unicidade, personalização e valorização da escolha do consumidor tinham ficado para trás em favor de novos paradigmas de produção industrial massiva e, por sua própria natureza, uniforme e sem espaço para os desejos e necessidades individuais dos consumidores.

Nas últimas décadas, esse modelo de produção massificada tem passado por uma importante mudança em direção ao que tem sido denominado de customização em massa (*mass customization*). O que se busca nesse tipo de produção industrial é juntar os benefícios de economia de escala da produção em massa com a exclusividade dos produtos artesanais. O objetivo é fazer com que o consumidor possa personalizar seu produto, escolhendo características individuais, como a cor ou mesmo alguma funcionalidade especial, mas mantendo os baixos custos da produção em massa. Embora os termos "customização" e "em massa" possam parecer contraditórios e excludentes, avanços tecnológicos e nas práticas de gerenciamento viabilizaram esse movimento de introdução de customização na linha de produção de uma forma que permita manter a eficiência do processo manufatureiro massivo

com alguma abertura para o atendimento de demandas individuais de cada consumidor. Do lado da demanda, um mercado consumidor cada vez mais exigente e sedento por algo que seja único e personalizado tem puxado o interesse pela customização em massa e estimulado as empresas a investirem em tecnologia para diferenciarem-se da concorrência em um ambiente cada vez mais competitivo. O advento da internet e a possibilidade de comunicação direta com os consumidores representou a introdução de uma multiplicidade de oportunidades para o entendimento das demandas individuais de cada consumidor em uma escala nunca antes alcançada.

No contexto de papelaria, a multiplicidade de opções dá ao consumidor uma maneira de juntar motivação, organização e hobby. Por exemplo, quando se trata de agendas, ou *planners*, como o que foi desenvolvido neste trabalho, é interessante pois permite ao consumidor a liberdade de construir o seu próprio *planner*, com suas próprias histórias, personalidades e motivações. Assim, pode olhar para trás como uma maneira de monitorar seu progresso, o caminho onde alcançou seus objetivos – ou não, podendo ver o que pode mudar para melhorar–, ou até mesmo como um caderno de memórias do ano. Algumas pessoas possuem a sensibilidade de gostar de tirar um tempo e colocar no papel seus pensamentos e liberá-los da cabeça. Para algumas pessoas, esses momentos são terapêuticos, fazendo com que desacelere da rotina agitada para realmente sentar, pensar e organizar a rotina no papel, o que pode ajudar muito a liberar a mente de tantos pensamentos.

4 Projeto e desenvolvimento

4.1 Definição do projeto e abordagem

A ideia do projeto é estudar e explorar as possibilidades do design gráfico e de superfície dentro do mercado de papelaria, que hoje continua se expandindo[11] mesmo com a forma avassaladora com que aparelhos digitais tomaram conta de nossa vida cotidiana. Através dessa pesquisa reflexiva, foram elaboradas soluções gráficas de design de superfície para impressos no segmento de papelaria.

Foram concebidas três coleções de produtos de papelaria, focadas em agendas e organizadores, exemplificando a proposta que esta monografia procura levantar. Cada coleção traz um conceito de design diferente, analisado e desenvolvido para diferentes públicos alvo e diversas possibilidades.

4.1.1 Prospecção dos consumidores e público-alvo

O desenvolvimento do projeto buscou trabalhar centrado no público-alvo e em suas utilizações e necessidades. O projeto é desenvolvido para que o próprio consumidor construa seu *planner* de acordo com suas necessidades e até mesmo com sua personalidade. Assim, ele tem um espaço para construir e reunir suas histórias, motivações, perspectivas e memórias.

Para isso, precisou-se investigar as motivações do consumidor de produtos de papelaria. Como já averiguado anteriormente nesta pesquisa, um dos pontos fortes de interesse dos consumidores atuais de produtos de papelaria é a questão da customização. Além de ser interessante pelas diversas personalidades e interesses de cada usuário, existem também diferentes motivações, e a praticidade de poder adequar o produto a estas motivações é um dos pontos fortes fundamentais para justificar o projeto.

Depois do desenvolvimento massivo das tecnologias virtuais, muitas pessoas fazem seu planejamento e o acompanhamento de suas metas e tarefas nas agendas virtuais disponíveis em sites e aplicativos para telefones celulares e computadores. Entretanto, existe um público que não consegue se adaptar bem a este estilo de organização e prefere buscar auxílio nas agendas e planners. E esse público vem crescendo. O uso de papel, diferentes tipos de marcadores de páginas e canetas de cores variadas e atrativas funciona como um tipo de

---

[1] <https://www.businesswire.com/news/home/20180607006239/en/Office-Stationery-Market-Europe-Customized-Stationery-Supplies> Acesso: 8 nov. 2018

terapia de relaxamento. Segundo alguns usuários das agendas de papel, planejar, escrever, realizar as tarefas e acompanhá-las no papel transmite mais segurança do que realizar a mesma tarefa nas agendas virtuais ou aplicativos desenvolvidos para computador e celular.

Esse planejamento pode envolver várias metas: uma viagem, um curso, um trabalho, ou seja, o planner não está preso ao tempo, ele é um instrumento flexível à necessidade de seu usuário. Ao mesmo tempo que o calendário é utilizado para atingir metas e acompanhar o andamento de um trabalho, ele também pode conter datas de aniversários, compromissos e afazeres comuns. Se o usuário preparou um jantar que foi um sucesso, ele pode juntar ao seu planner uma sessão com suas receitas favoritas. Cada usuário monta seu planner de acordo com seus desejos de organização: usar seu planner para controlar finanças, planejar uma aula ou um método de estudo. Outras podem planejar temas para seu canal do YouTube ou blog, edição de vídeos, rotina alimentar, de exercícios, uma viagem, etc. Não há uma maneira única de montar um planner e esse é o diferencial dos planners desenvolvidos.

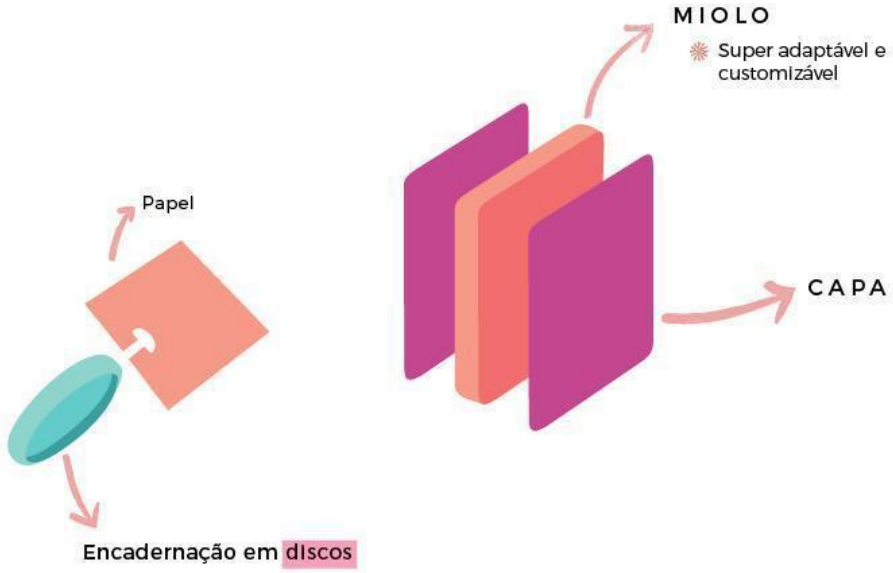
4.1.2 Composição

Buscou-se uma composição que aliasse flexibilidade – visando alcançar o objetivo de ter uma agenda totalmente customizável – com outras características usualmente perseguidas em materiais de papelaria – particularmente resistência, durabilidade e leveza. As figuras 1 e 2 apresentam representações dos principais elementos considerados na composição.

Figura 1 – Composição e produtos

Da esquerda para direita: discos, capa, divisórias, papel de anotações, agenda.

Figura 2 - Representação da composição do produto



A possibilidade de escolher a capa que gostaria de usar traz para o consumidor um grande poder de escolha. O miolo é o componente principal da agenda, uma vez que é o objeto onde a finalidade da agenda se materializa. Nesse sentido, essa é a parte onde haverá a maior manipulação do usuário, devendo ser super adaptável e customizável. Para encadernação optou-se por utilizar discos. A escolha de discos foi baseada em uma cuidadosa análise de três opções de encadernação:

1. Espiral. Além de não ser customizável, o uso de espiral tornaria a agenda muito volumosa, pois só é possível carregar as páginas de um ano inteiro juntas. Além disso, tanta a espiral como o miolo – papel – são muito deterioráveis, dependendo da qualidade dos materiais utilizados, prejudicando o atingimento do atributo de durabilidade.
2. Fichário. Embora customizável, a utilização de espiral pode pesada, volumosa e desajeitada para o usuário. A durabilidade também pode ficar prejudicada, já que as ferragens podem quebrar e as capas, normalmente feitas de papelão ou tecido, podem se deteriorar e é complicado para trocar.
3. Discos. São completamente customizáveis e, pelas páginas serem facilmente removíveis, é possível ter o volume que desejar e ainda assim ser leve e ocupar tanto espaço quanto uma espiral.

A encadernação em discos, apesar de ainda não ser muito explorada no Brasil, é uma ótima maneira de trazer a customização para o consumidor. Afinal, com as páginas facilmente removíveis e a mesma facilidade de inserir novas adições à agenda, o consumidor é muito mais livre para ir montando conforme for usando. É possível até mesmo diminuir o preço do produto final, já que o consumidor pode comprar somente as partes que o interessam. Já as agendas em espiral, mais comuns no território nacional, já vem totalmente montadas com um ano inteiro, além de outras páginas que muitas já incluem como: anotações, listas, e até agenda de contatos. Nem sempre o consumidor irá utilizar um ano inteiro da agenda, e pode ou não ter outras necessidades específicas como, por exemplo, uma agenda de contatos. Trazendo uma agenda com miolo que pode ser comprado separadamente, como uma agenda que pode ser comprada de 6 em 6 meses, é possível economizar não somente para o preço final que o consumidor paga, mas uma economia de recursos também. Por todos os seus benefícios, este meio de encadernação deveria ser mais utilizado e explorado no Brasil.

Este meio de encadernação tem sido muito usado no mundo, onde várias marcas, como Staples e Levenger, tomaram parte na sua utilização. Na figura 3, veem-se os vários tamanhos que os discos podem ter; na imagem específica, são da marca “Levenger”. Já a figura 4 mostra a capacidade de folhas que cada tamanho pode segurar. Os discos também podem vir em diversas cores, o que traz mais personalização ainda.

Figura 3 – Tamanhos de discos

Fonte: Lavenger circa[2]

[2] Disponível em: <https://www.levenger.com/circa-326.aspx> Acesso em: 10 de dez. 2018

Figura 4 – Capacidade dos discos

Fonte: Lavenger circa[3]

[3] Disponível em: <https://www.levenger.com/circa-326.aspx> Acesso em: 10 de dez. 2018

O formato de papel escolhido para este projeto foi de 15x21cm com algumas motivações em mente. A primeira é o aproveitamento do papel. Considerando o formato BB (66x96cm), que é o mais comercializado hoje no mercado gráfico brasileiro, como o formato inicial da resma de papel para impressão em offset (impressão em grande escala), foi considerado o formato final (após corte final) 15x21cm (figura 5) onde há maior aproveitamento do papel impresso. Também foi levado em conta a praticidade do tamanho da agenda. É preciso que seja um tamanho fácil de escrever e utilizar, mas ao mesmo tempo que seja prático e possa ser levado a vários lugares, e que, por exemplo, caiba numa bolsa. É importante ressaltar que o produto também tenha praticidade para que não comprometa a utilização do mesmo, para que o consumidor tenha zelo e continue a usar o produto com dedicação.

Figura 5 - Formato do corte da resma

Fonte: Gráfica Breda[4]

4.1.3 Concorrência: diferenciação do produto no mercado

O mercado de papelaria vem crescendo e já é possível encontrar planners de papel customizáveis, em várias partes do mundo.

O mercado de papelaria especializado tem apresentado uma boa receptividade para este produto, pois cada vez mais vem surgindo um público ávido em adquirir opções e novidades na área de planners. Além disso, outros produtos como canetas, marcadores, stickers, post-its e outros acessórios também são alvo da procura daqueles que usufruem desta ferramenta de – muito mais que – planejamento.

[4] Disponível em: <http://www.graficabreda.com.br/arquivos/corte.pdf> Acesso em: 8 de nov. 2018

4.2 Processo de criação e desenvolvimento das coleções

O projeto compreende três coleções de temas visuais, cada um com propósitos visuais diferentes. Todos possuem versões de layouts com os mesmos focos centrais.

Desta forma, cria-se uma vasta quantidade de opções, estimulando a individualidade, mas de maneira fácil. Foram desenvolvidos layouts base como uma maneira de organizar a diagramação base das páginas. Assim, seria possível manter uma coesão estrutural nos layouts dos focos centrais enquanto somente diferem-se em temas visuais.

4.2.1 Temas visuais e motivações

Os três temas visuais selecionados para serem desenvolvidos compreendem em:

1. Jardim.
2. Geo-*Classy*.
3. Cosmos.

Cada coleção possui diferentes abordagens visuais e escolhas de design específicas. Incluem-se as técnicas de ilustração e manipulação digital que serão abordadas mais especificamente mais a frente. Foi escolhida uma paleta de cores que traz coesão para cada uma das coleções. As cores também serão importantes pois cada mês se diferencia com uma cor-tema. Contudo, serão utilizados ponto de cor diferentes da cor-tema de cada mês para que não fique cansativo e repetitivo.

Cada coleção se predispôs a atingir uma parte específica dentro do público-alvo geral de consumidores de produtos de papelaria.

4.2.2 Ilustrações originais e utilização através de manipulação digital

As ilustrações 1, 2, 3 e 4 a seguir mostram as ilustrações em aquarela originais (ilustrações 1 e 2) ou canetas copic (ilustração 3), precedentemente à manipulação digital. Através de técnicas de manipulação digital, as ilustrações foram adaptadas para serem adequadas dentro do projeto. As ilustrações primeiramente foram escaneadas através de um scanner, para poderem ser utilizadas digitalmente. Em seguida, dentro do programa Adobe

Photoshop, foram selecionadas para que o fundo fosse removido e cada uma das ilustrações ficasse desprendida para poder ser utilizada sozinha. Na imagem 1, a ilustração final, feitas todas as alterações para ser utilizada como capa e/ou divisória.

Ilustração 1 - Folha de palmeira em aquarela

Ilustração 2 - Ramo (folhagem) em aquarela

Ilustração 3 – Orquídeas em copic

Imagem 1 – Resultado final após intervenções gráficas

As imagens 2, 3, 4 e 5 a seguir são as texturas originais desenvolvidas através de uma técnica chamada de *fluid art*. Estas foram utilizadas através de manipulação digital para criar texturas, fundos e entre outras intervenções artísticas digitalmente.

Imagem 2 – Primeira textura em *fluid art*

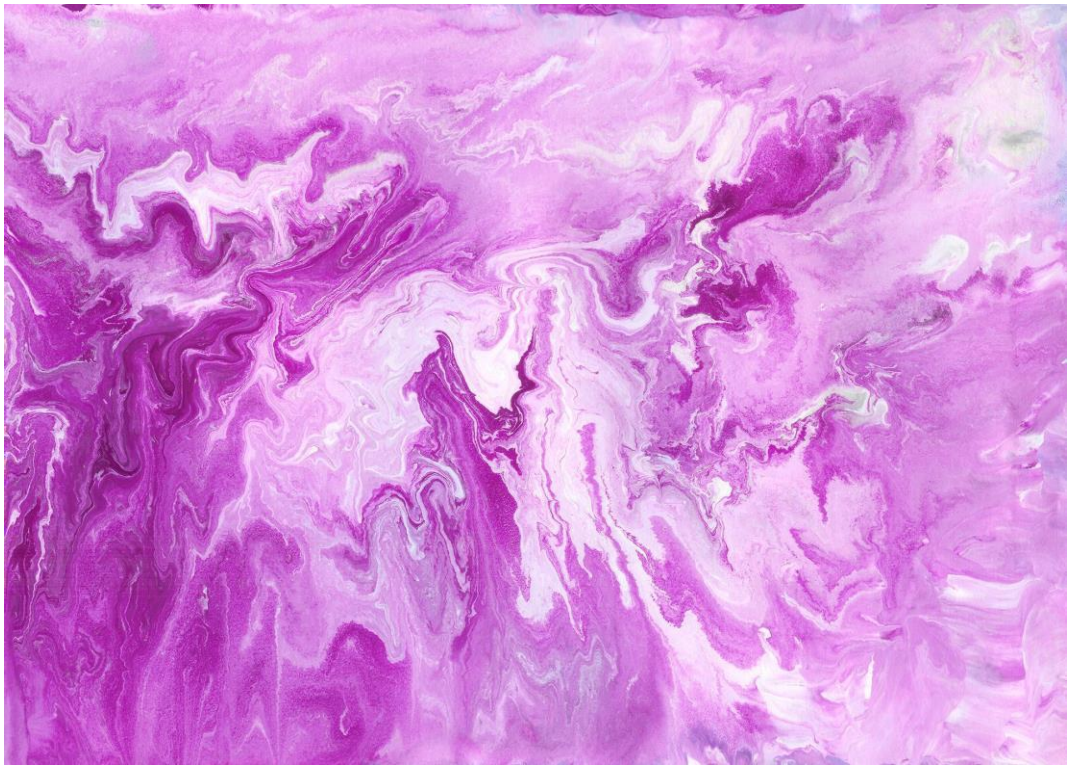


Imagem 3 – Segunda textura em *fluid art*

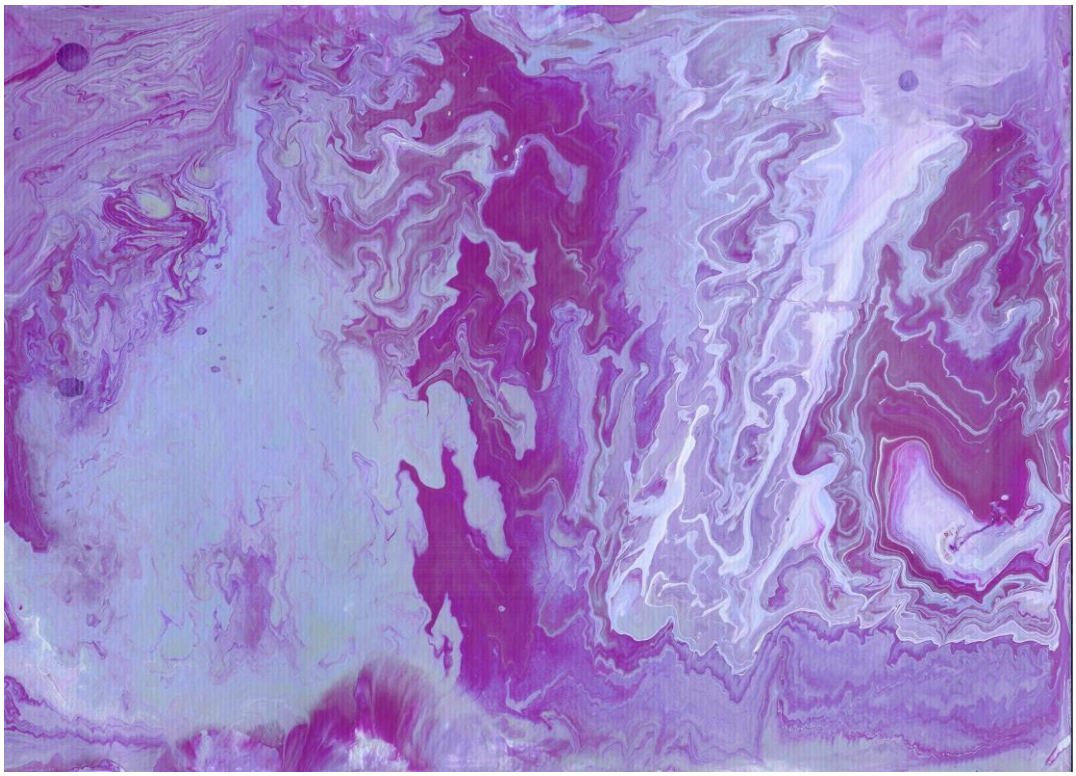
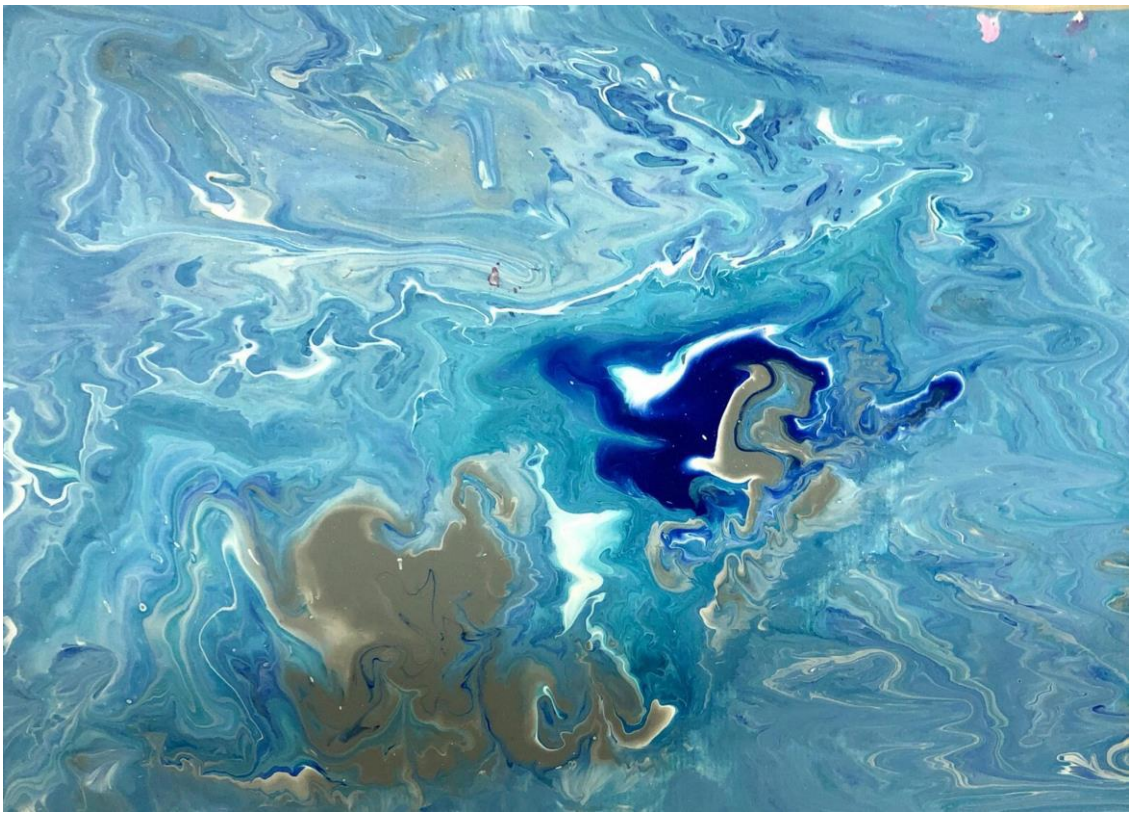


Imagem 4 – Terceira textura em *fluid art*

Imagem 5 – Quarta textura em *fluid art*



As imagens 6 e 7 a seguir também são texturas para serem utilizadas como intervenções artísticas digitalmente, porém foram criadas com aquarela:

Imagem 6 – Textura em aquarela

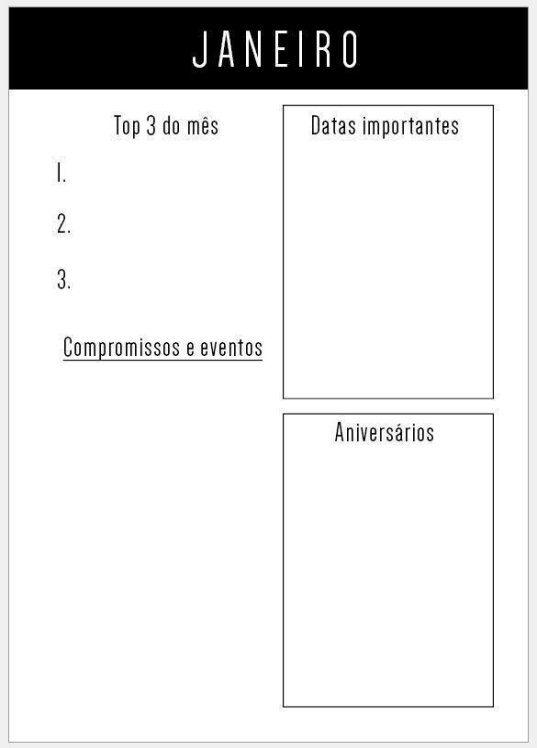
Imagem 7 – Segunda textura em aquarela

4.2.3 Layout base

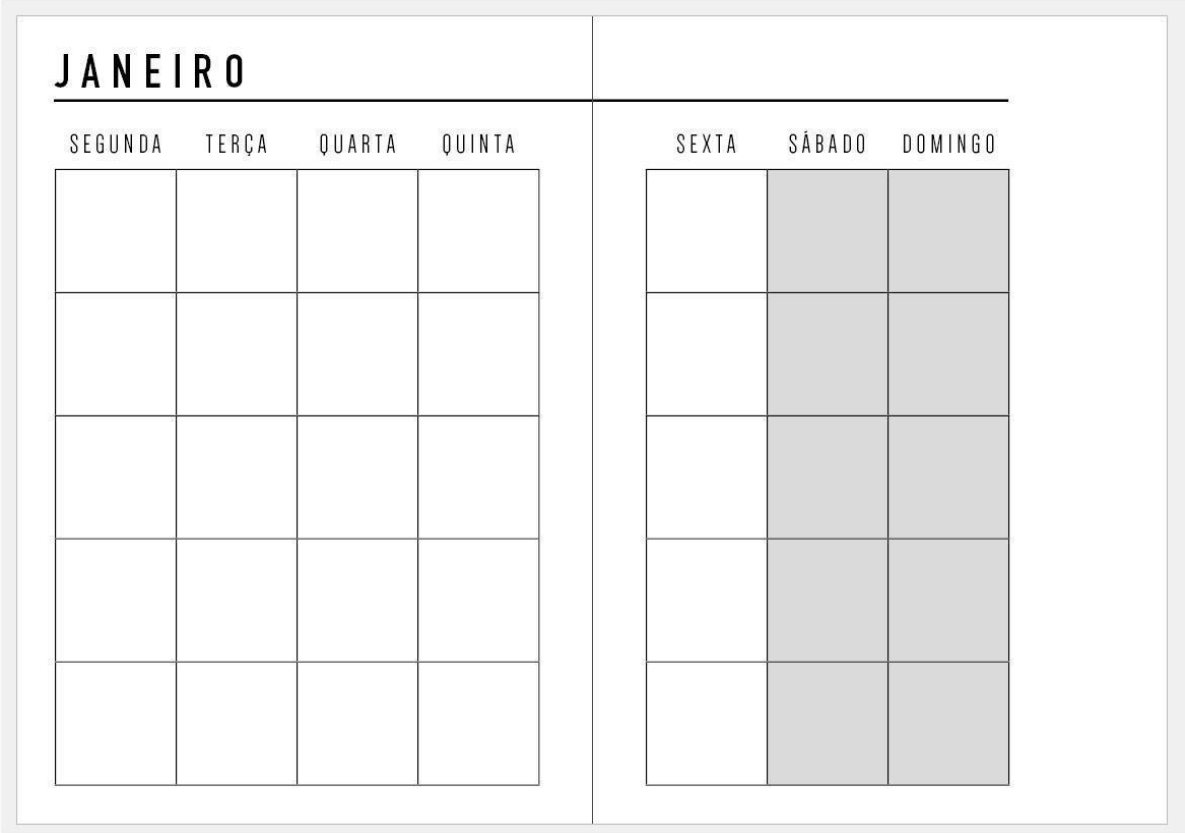
Foram desenvolvidos layouts base como uma maneira de organizar a diagramação base das páginas. Assim seria possível manter uma coesão estrutural entre as coleções, mantendo aproximadamente o mesmo conteúdo em termos de espaço físico.

Ressalta-se que a margem interna é maior que as outras margens; enquanto a margem interna é de 14 mm, as restantes são de 10 mm. A razão para isto é a encadernação, pois os discos ocupam um espaço interno da página de um milímetro. Portanto, o espaço de um milímetro é importante que seja respeitado, mas também é significativo que se resguarde mais algum espaço de respiro entre o conteúdo e a encadernação.

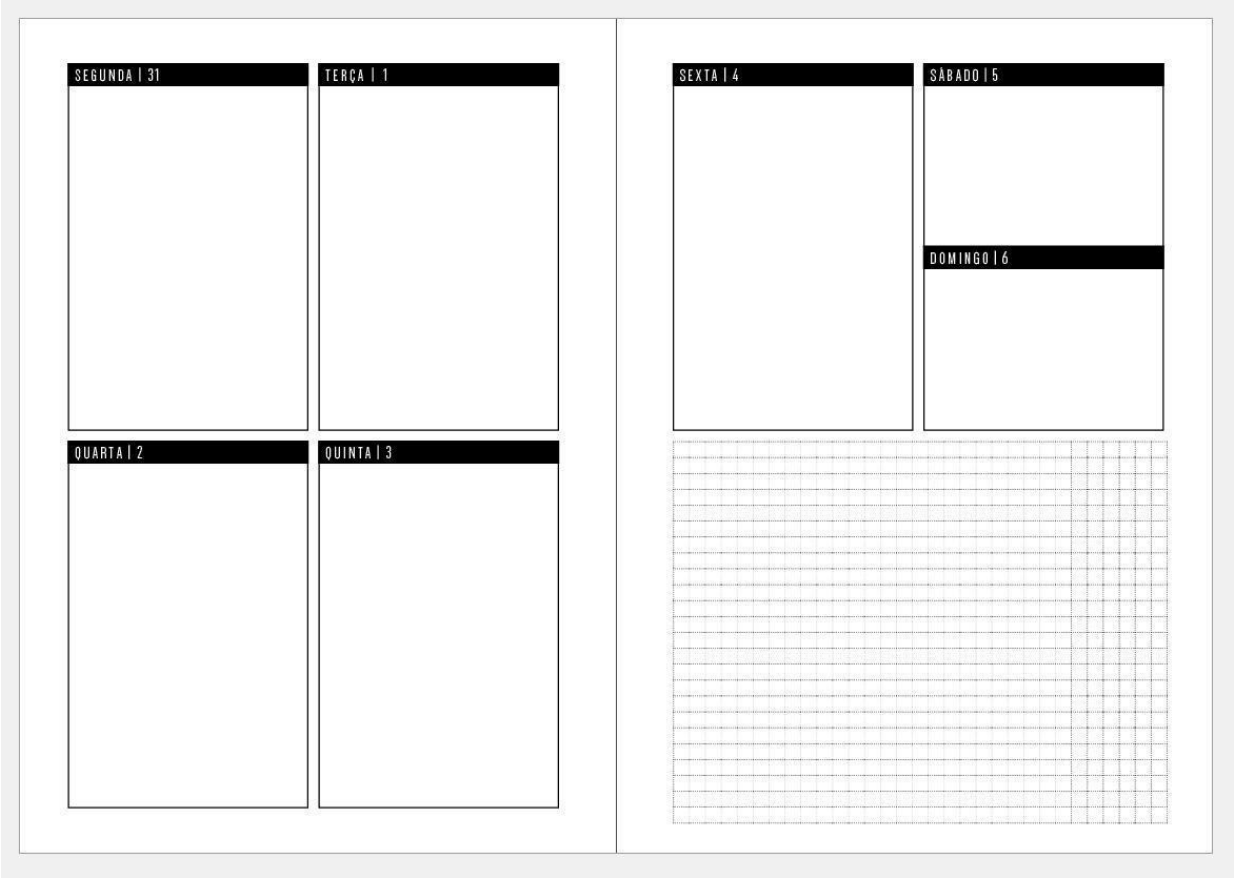
Agenda 1 – Destaques do mês



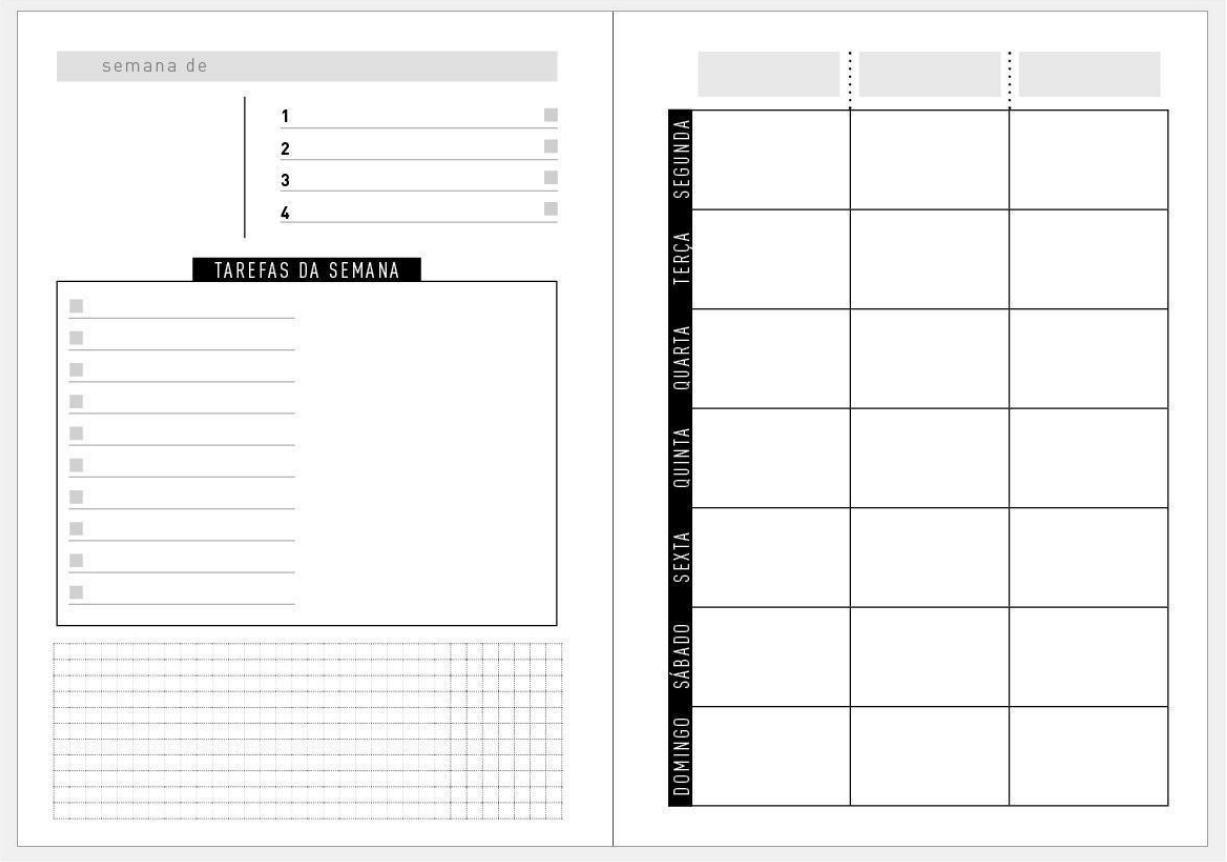
Agenda 2 – Visão geral do mês



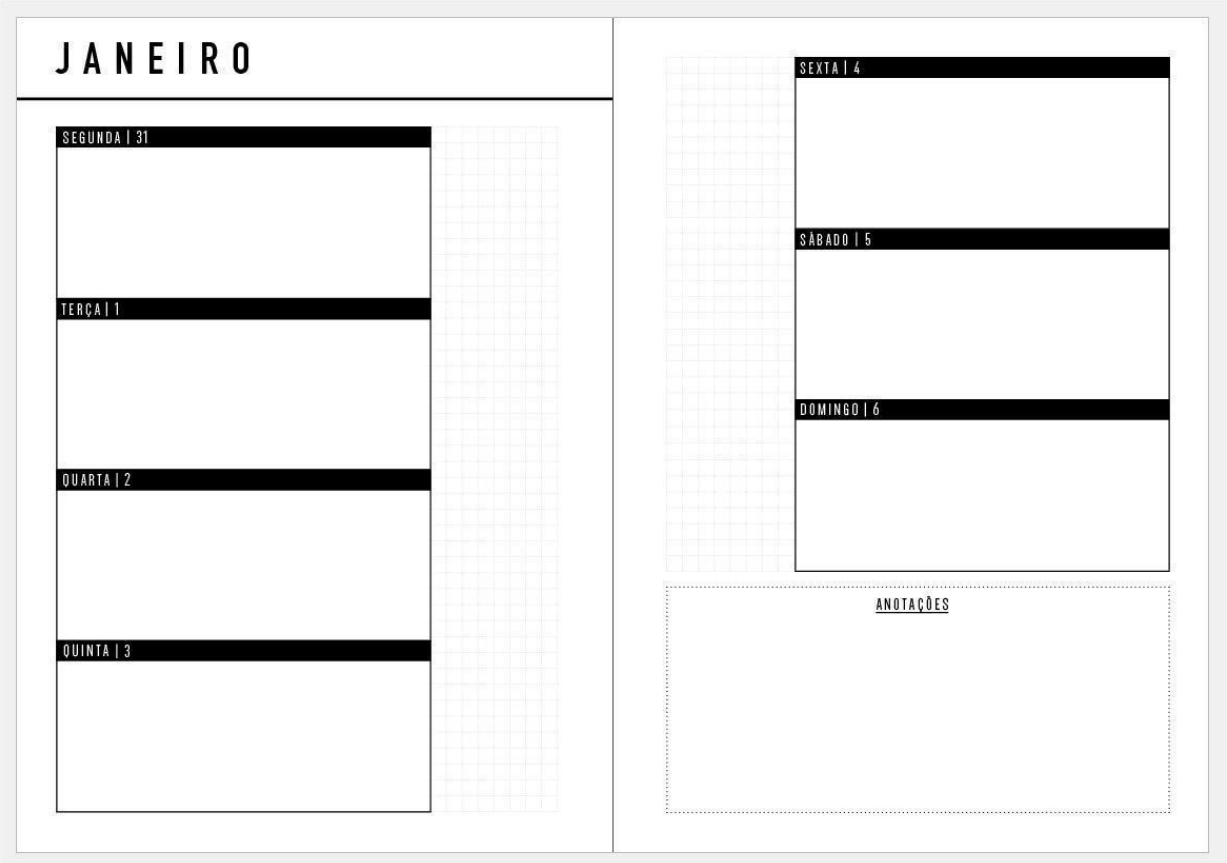
Agenda 3 – Primeira organização semanal



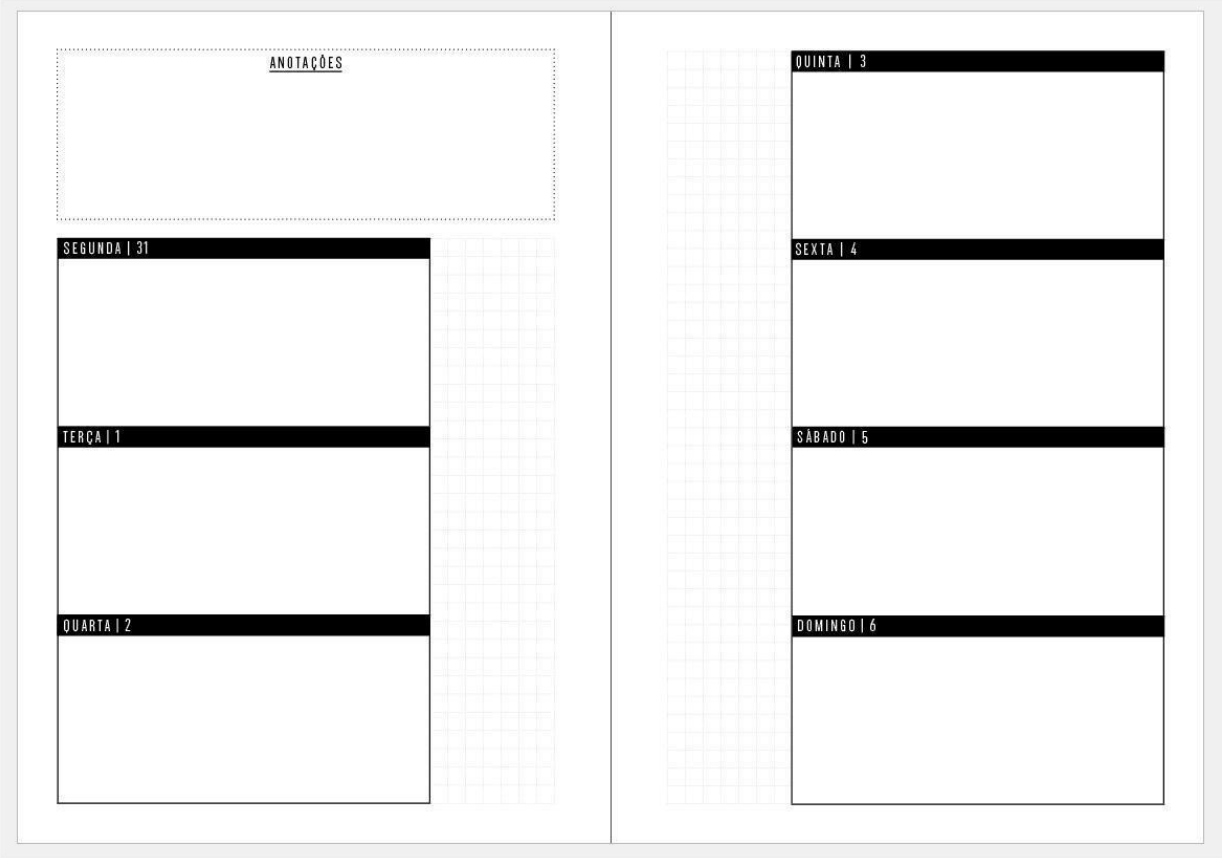
Agenda 4 – Segunda organização semanal



Agenda 5 – Terceira organização semanal



Agenda 6 – Quarta organização semanal



4.3 Produto final

Para cada coleção, foram desenvolvidos no total:

- 3 opções de capas;
- 6 divisórias;
- Página de entrada do mês e calendário mensal;
- Folha de anotações;
- Lista (anotações em meia folha);
- 3 tipos de layout semanal: horizontal, em blocos ou com “comando central”.

4.3.1 Coleção Jardim

A coleção intitulada Jardim traz um grande apelo ao consumidor brasileiro, trazendo a temática dos florais para o papel. Jardim é a coleção mais intensa e viva dentre as três. Com

cores mais saturadas para trazer mais luz e dar um ar alegre, as ilustrações desta coleção são mais soltas, despojadas, provocando também um ar rústico.

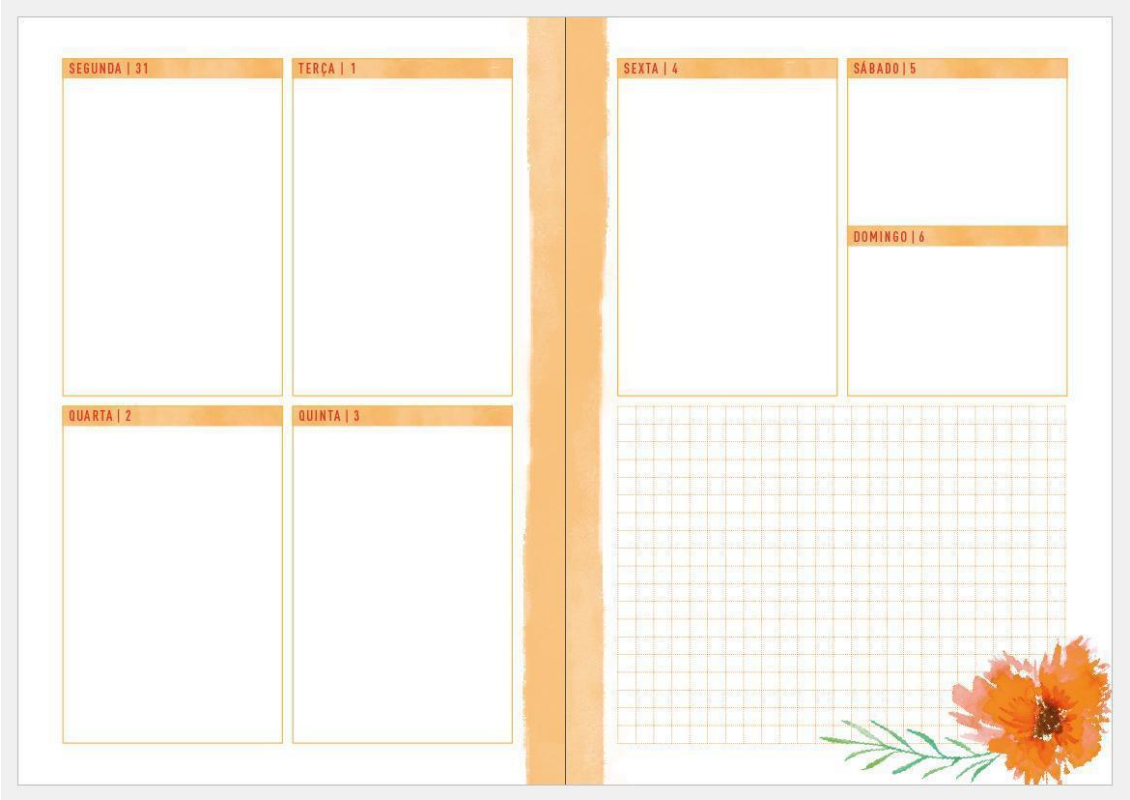
Jardim se beneficia pela arte da aquarela para trazer leveza e uma sensação calma para o colorido das páginas. Além disso, as texturas de aquarela são um ótimo recurso visual para trazer dinâmica às páginas.

Os motivos de folhas e plantas foram utilizados para trazer um ponto de cor diferenciado para as páginas, que terão uma cartela de cor para cada mês, porém sempre incluindo o verde.

Jardim 1 – Destaques do mês

Jardim 2 – Visão geral do mês

Jardim 3 – Primeira organização semanal



Jardim 4 – Segunda organização semanal

Jardim 5 – Terceira organização semanal

Jardim 6 – Quarta organização semanal

4.3.2 Coleção Geo-*Classy*

O nome desta coleção, Geo-*Classy*, vem de geométrico e *classy*, palavra em inglês que significa elegante. Ou seja, esta coleção traz geométricos sofisticados.

É minimalista ao mesmo tempo que sofisticado, ideal para um cliente que procura algo mais contemporâneo, ao mesmo tempo que chic e minimalista.

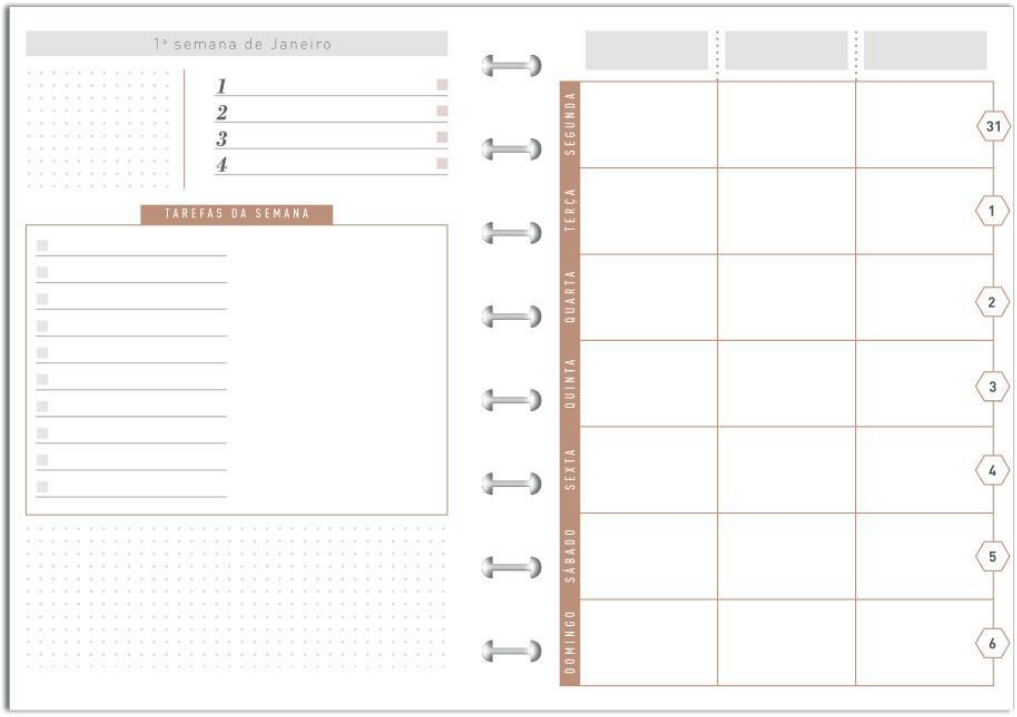
A escolha dos tons metálicos traz uma memória de pedras preciosas. Além disso, formas geométricas também podem remeter aos minerais preciosos, afinal, “formas poligonais regulares são vistas com frequência na natureza, especialmente no mundo mineral” (EDWARDS, Clive). O hexágono foi muito utilizado nesta coleção por ser um polígono particularmente popular dentro de outras formas mais simples. Ele remete a simbologias de relações numéricas e geometria, o que é interessante quando o tema é minimalismo.

Dentro deste contexto, tons neutros também foram escolhidos com o propósito de conseguirem ressaltar mais ainda os tons metálicos. Além disso, os tons neutros conversam perfeitamente com o minimalismo, fazendo um contraponto que valoriza a estética remetida a pedras preciosas, relacionando com elegância e sofisticação.

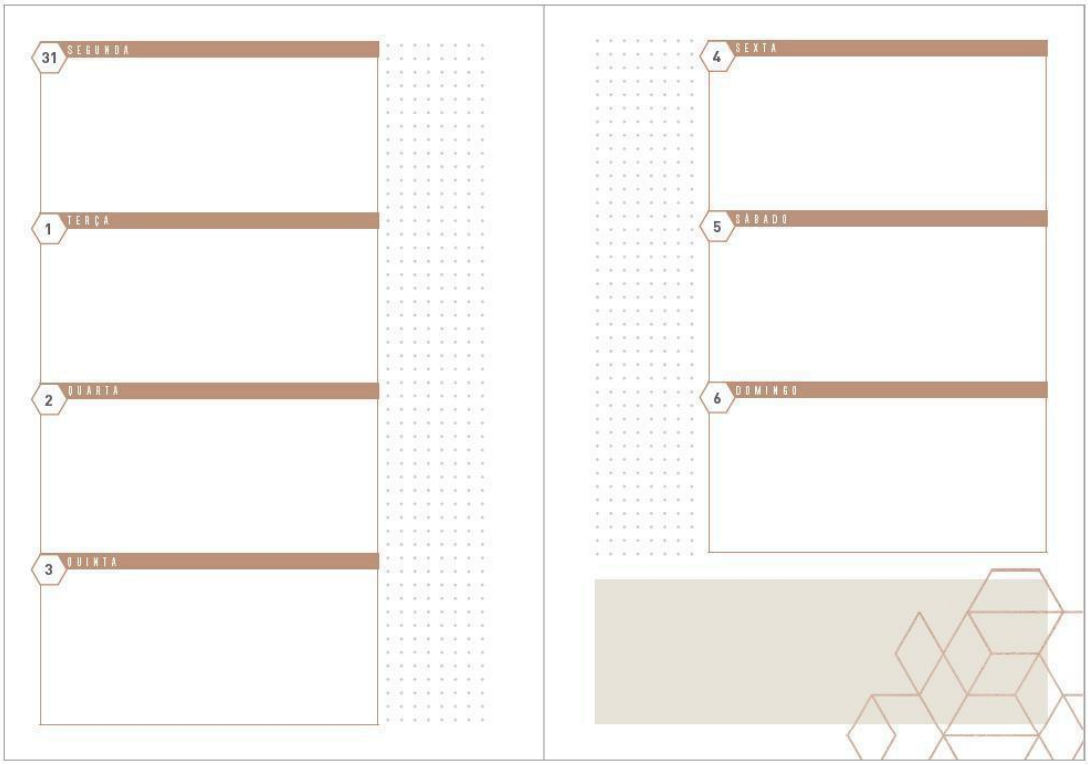
Geo-*Classy* 1 – Destaques do mês

Geo-*Classy* 2 – Visão geral do mês

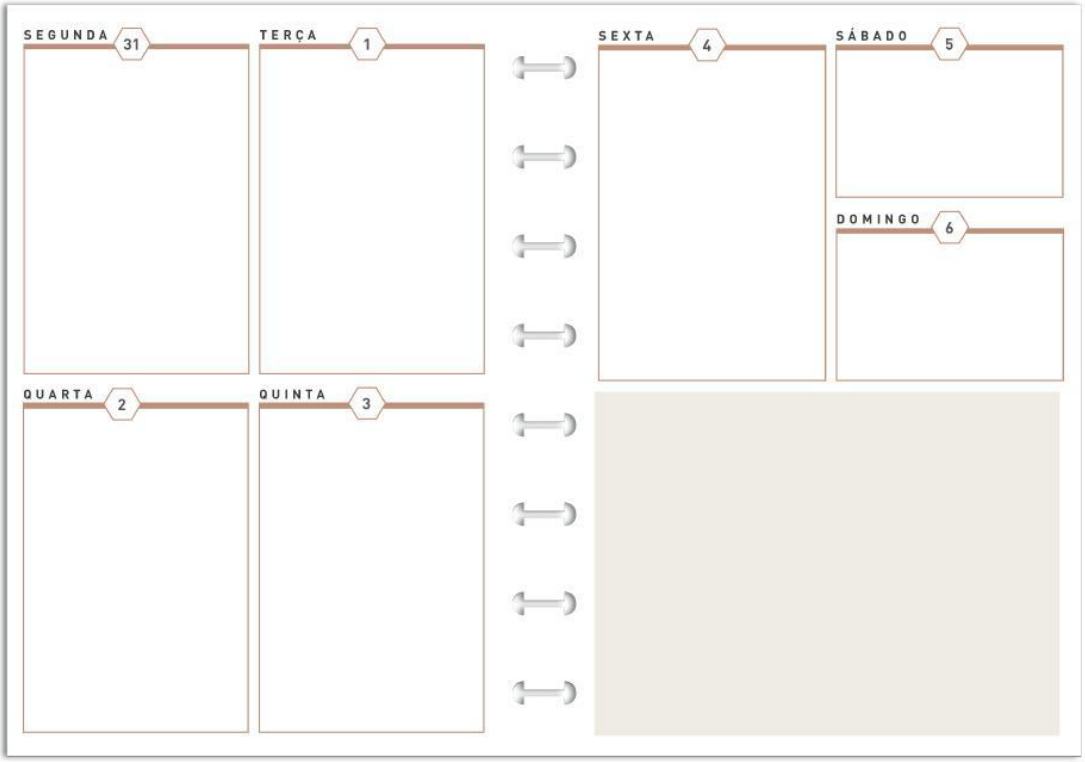
Geo-Classy 3 – Primeira organização semanal



Geo-Classy 4 – Segunda organização semanal



Geo-Classy 5 – Terceira organização semanal

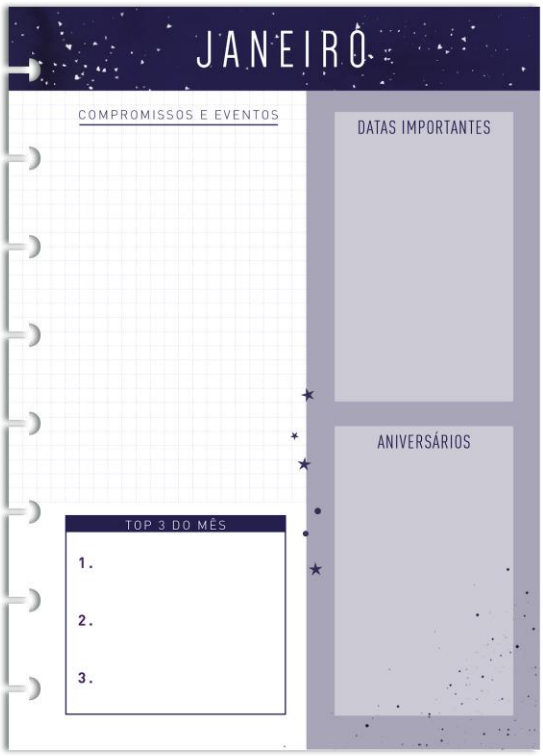


4.3.3 Coleção Cosmos

Intitulada como Cosmos, esta coleção apela para um consumidor mais jovem, mas também para quem se interessa pelo espaço e seus mistérios. É ainda igualmente atraente para o consumidor que prefere cores mais escuras contrastando com brilho e texturas visuais.

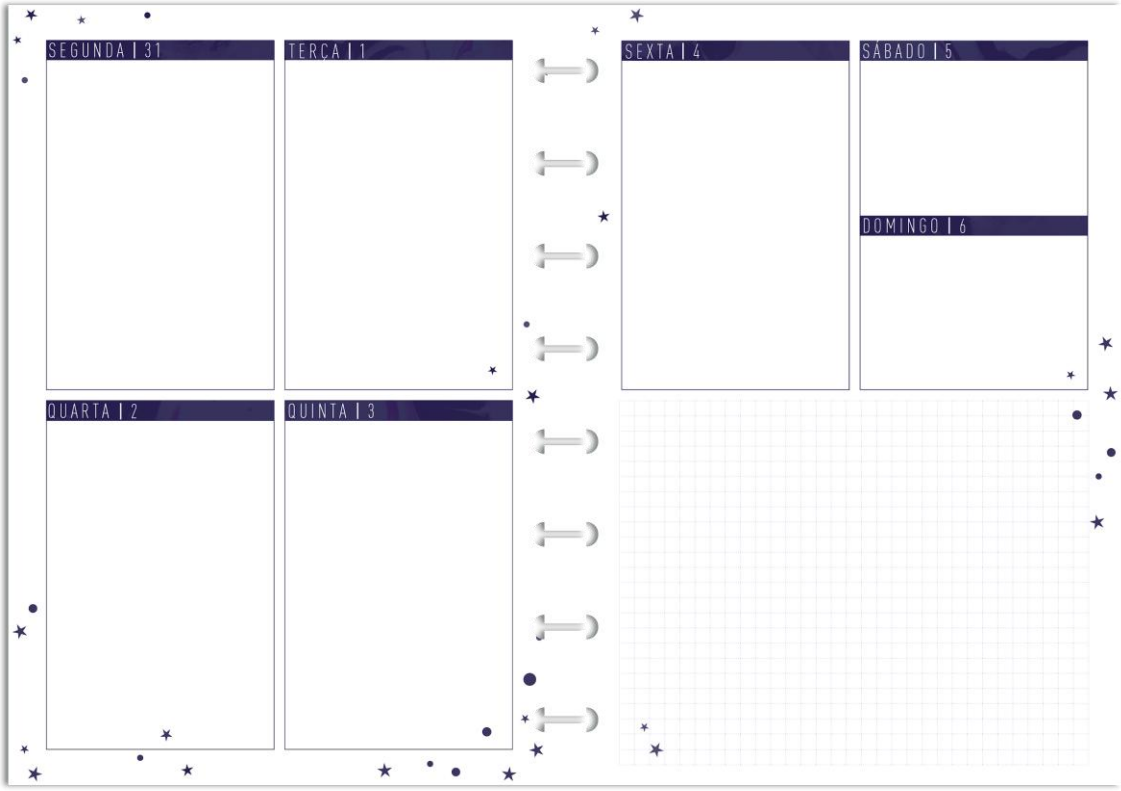
A coloração utilizada se inspira nas cores e nos mistérios do universo. O preto e os tons pesados e escuros contrastam com o brilho das texturas de cores mais suaves, assim como estrelas na imensidão escura de preto do espaço.

Comos 1 – Destaques do mês

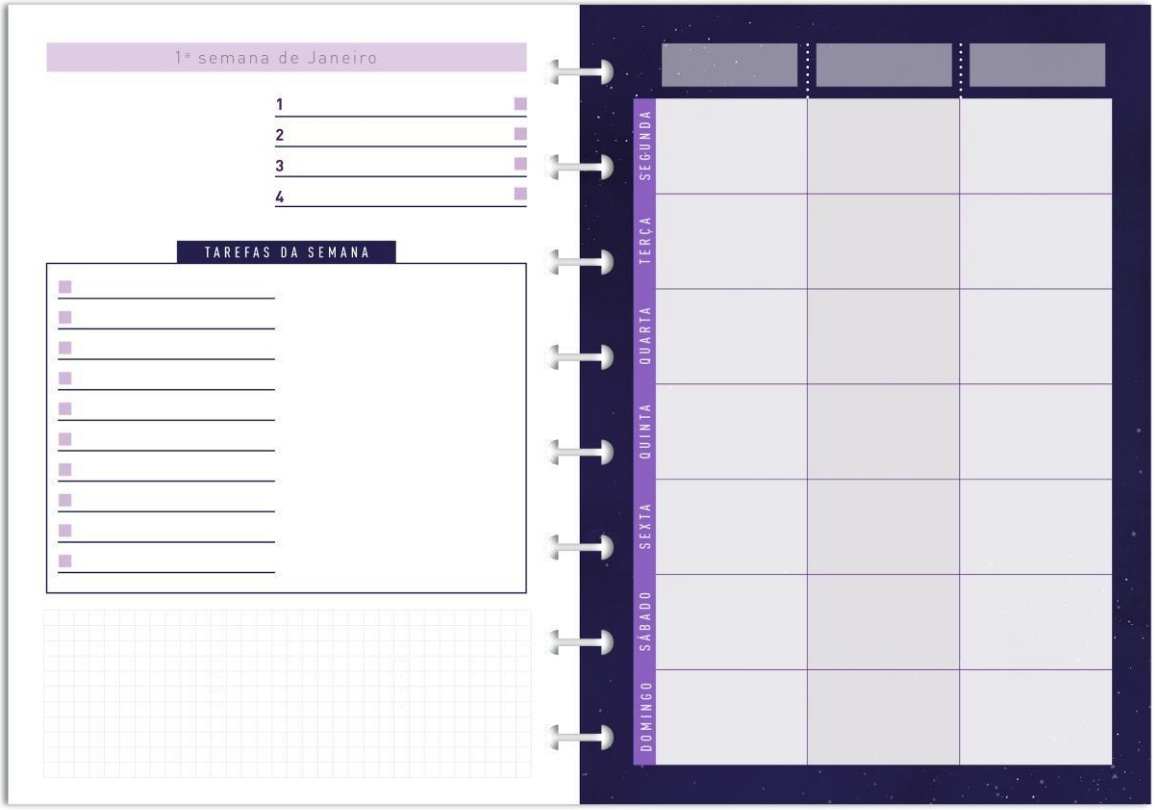


Cosmos 2 – Visão geral do mês

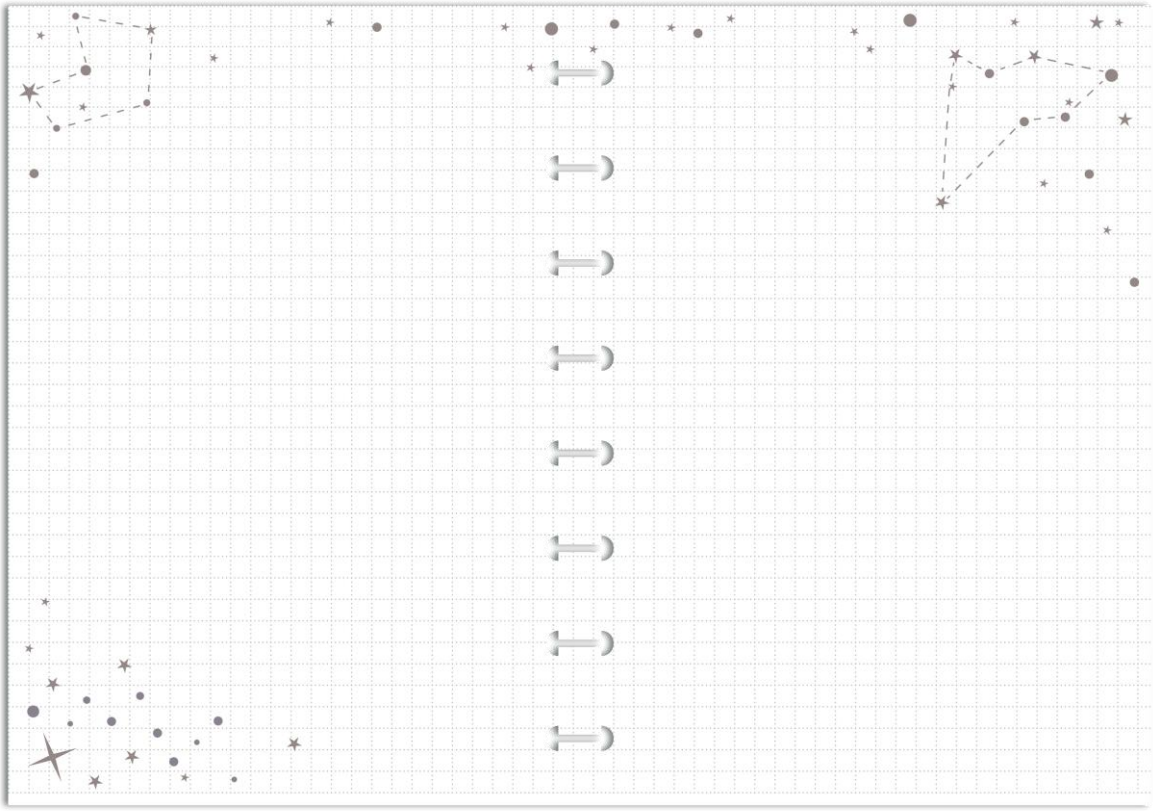
Cosmos 3 – Primeira organização semanal



Cosmos 4 – Segunda organização semanal



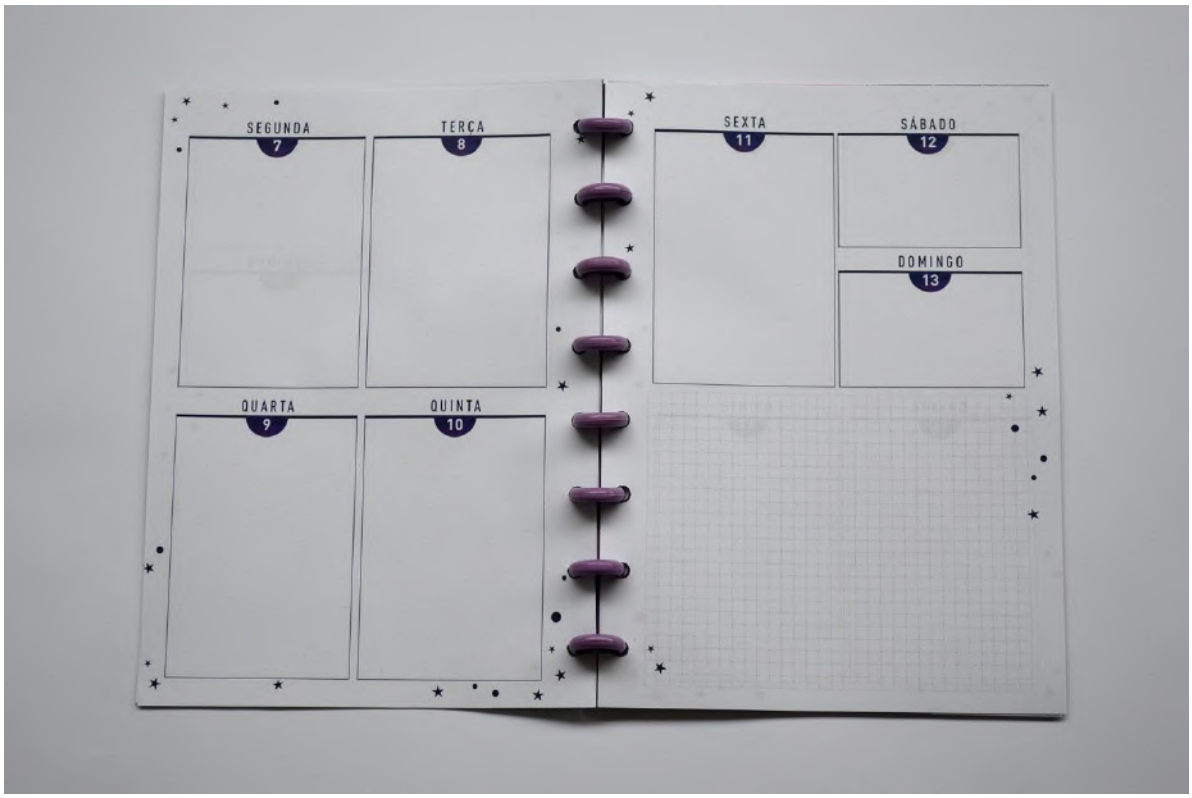
Cosmos 5 – Área de anotações livres



Cosmos 6 – Página de entrada do mês impressa

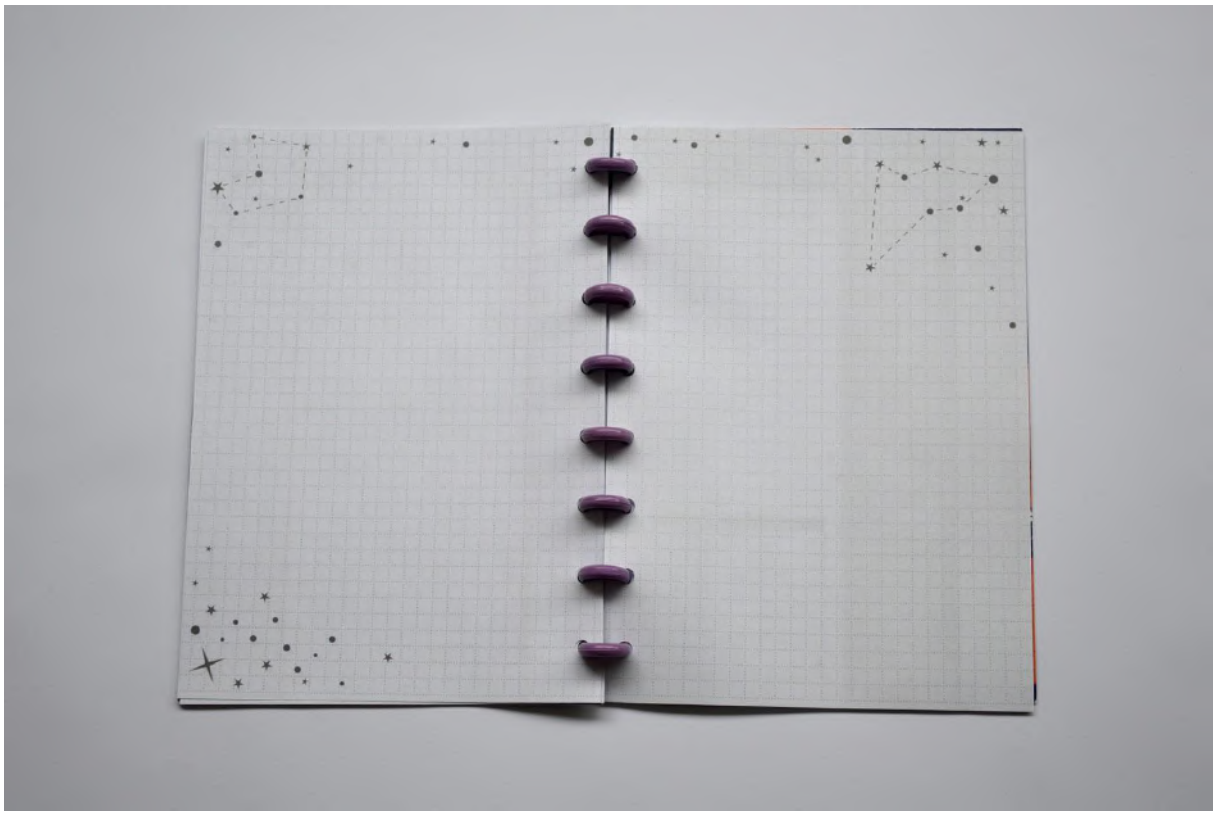
Cosmos 7 – Mensal impressa

Cosmos 8 – Semanal em blocos impressa



–

Cosmos 9 – Página de anotações impressa



4.4 Impressão, acabamento e embalagem

O custo de impressão em off-set se torna mais acessível para manufatura, uma vez que o haverá grande volume de impressão – para que se tenha estoque de produto. Com isso, o custo final do produto para o cliente fica muito mais em conta. As divisórias serão feitas com gramatura de 300g e laminação. Já a capa, será em gramatura de 300g, porém plastificada ou poderá ser feita com papel cartão forrado contraplacado. A capa constitui a peça final que ficaria mais cara. As folhas comuns do miolo podem ser feitas com uma gramatura mais leve, pois não é necessário um papel pesado, além disso, ficaria um produto final muito grande e pesado. Todas as peças gráficas virão já devidamente furadas para encaixe na encadernação em discos.

O conceito principal para venda é que o cliente escolhe como quer montar o seu produto por um site – onde serão feitas as vendas –, escolhendo cada parte particular do produto que deseja. Porém, se o cliente desejar comprar produtos separados, estes virão numa embalagem plástica.

Cosmos 6 – Capas impressas e laminadas

Geo-*classy* 6 – Capas impressas e laminadas

5. Conclusão e considerações finais

Este trabalho apresentou uma proposta de agendas – ou *planners* – customizáveis procurando desenvolver conceitos de design de superfície aplicados à papelaria. A flexibilidade obtida com este tipo de agenda atende consumidores que procuram objetos em que se sintam participantes da composição e criação. Além de atender a usuários que preferem utilizar meios impressos ao invés de meios digitais, a customização é uma forma de inserção num contexto da chamada era da informação.

Bibliografia

BOHR, Roger; SHORT, James. University of California, San Diego - International Journal of Communication 6. 980–1000. 2012.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. Cosac Naify. 2011.

EDWARDS, Clive. **Como compreender design têxtil - guia rápido para entender estampas e padronagens**. Editora Senac São Paulo. 2012.

MULLER, Pam A.; OPPENHEIMER, Daniel M. **The Pen Is Mightier Than the Keyboard: Advantages of Longhand Over Laptop Note Taking**. 23 de Abril de 2014. Disponível em: <https://www.scientificamerican.com/article/a-learning-secret-don-t-take-notes-with-a-laptop> Acesso em 08/11/2018.

PORTUGAL, Daniel B. **Em que medida somos colonizados pela linguagem?** Disponível em: <www.filosofiadodesign.com>. Acesso em 09/02/2013.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de superfície: integração entre arte, tecnologia e indústria**. Porto Alegre: NDS Núcleo de Design de Superfície da UFRGS, 1997.

TEIXEIRA, Pablo Vieira. **LIBERDADE E SEGURANÇA: políticas cibernéticas brasileiras e a hipótese de dicotomia de Bauman.** Rio de Janeiro, 2017.

VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] Design**. Rio de Janeiro. Ed. 2AB. p.17. 1999.