

Bruna Bertolazi Maritan

PROCESSO DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE LETTERING

Projeto de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Bacharel em Design.

Orientadora: Prof^a Mary Vonni Meurer, Dr^a.

Florianópolis, 2019

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Maritan, Bruna Bertolazi
Processo de Criação e Produção de Lettering / Bruna
Bertolazi Maritan ; orientadora, Mary Vonni Meurer, 2019.
72 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,
2019.

Inclui referências.

1. Design. 2. Lettering, Processo de Criação e Produção.
I. Meurer, Mary Vonni. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Bruna Bertolazi Maritan

Processo de Criação e Produção de Lettering

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, 26 de junho de 2019.

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

Banca Examinadora:

Profª Mary Vonni Meurer, Drª (UFSC)

Profª Maíra Woloszyn (UFSC)

Profº Israel Braglia, Drº (UFSC)



Professor/a Orientador/a
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Nívea e Waldir, que me incentivam, acreditam em mim e sempre me deram suporte para priorizar o estudo. Por causa deles pude aproveitar a oportunidade de estudar em uma universidade pública que me proporcionou uma experiência de formação profissional e pessoal extremamente rica.

Agradeço aos amigos que conheci durante a faculdade, que tornaram esses anos tão bons e que são uma rede de apoio para os projetos pessoais criativos uns dos outros, especialmente a Ana Reiter, a Ana Schneider, a Natalia Raposo e a Carina Borba (mesmo à distância). Sou grata a todos que participaram do workshop, emprestaram material, ajudaram na produção das fotos e prestaram consultoria sempre que precisava de uma opinião.

Sou muito grata a todos os professores com os quais pude aprender, que me deram oportunidades durante esse período e com os quais participei de projetos durante esses anos de universidade. Agradeço especialmente a professora Mary Meürer, com quem compartilho o interesse pelas letras, que além de todo o aprendizado das aulas (e em outras atividades), aceitou me orientar nesse um ano de projeto me dando a possibilidade de desenhar meus *letterings*. Agradeço à professora Berenice Gonçalves, ao doutorando Deglaucy Teixeira e aos membros do Hiperlab com quem pude aprender sobre a carreira acadêmica. Também agradeço à Maíra Woloszyn, que me apresentou os primeiros conceitos técnicos da caligrafia e que sempre me incentiva nos assuntos relacionados ao desenho de letras.

Por fim, sou grata às empresas onde estagiei, foram oportunidades de ter vivência prática acompanhada de profissionais competentes e excelentes colegas de trabalho, que tiveram paciência para me ensinar sobre as atividades da área e sobre o mercado.

Por fim, espero construir uma carreira profissional que honre toda essa trajetória e todas essas pessoas que fizeram parte dela.

RESUMO

Em comparação à tipografia e à caligrafia o *lettering* é uma categoria relativamente nova, mas que vem se popularizando e ganhando espaço no mercado. Envolve tanto a abordagem sistemática do design quanto a abordagem artística, sendo a prevalência de uma sobre a outra dependente do escopo do projeto. Possibilita diversas aplicações, técnicas, materiais. Nesse contexto, este projeto objetivou explorar o processo de criação e produção de *lettering* da perspectiva da utilização de diferentes materiais. Quanto à metodologia, foram combinados os processo de design de Ambrose e Harris (2011) e o processo de *lettering* da designer Jessica Hische (2015). Iniciou-se com um levantamento das técnicas e materiais que poderiam ser usados, em seguida foi realizado um workshop para envolver o público alvo na criação, após essa etapa as frases sobre criatividade foram definidas para então os *letterings* serem criados a partir dos materiais escolhidos e, por fim, pode-se discutir o processo de criação e produção de *lettering* no contexto de um projeto de design gráfico, resultando na produção do mesmo. Ao final das etapas percorridas discutiu-se o processo de criação e produção de *letterings* e a partir da prática do projeto tirou-se conclusões sobre a combinação dos processos citados.

Palavras chave: *lettering*, materiais, processo.

ABSTRACT

Comparing typography and calligraphy, lettering is, relatively, a new category, but has been known and gaining space in the market. It involves both the systematic approach of design and the artistic approach, with the prevalence of one over the other dependent on the scope of the project. It allows diverse applications, techniques, materials. In this context, this project aimed to explore the process of creation and production of lettering from the perspective of the use of different materials. It was chosen two methodologies, the design process of Ambrose and Harris (2011) and the lettering process of designer Jessica Hische (2015), being combined to compose the steps of the project. It began with a survey of the techniques and materials that could be used, followed by a workshop involving the target audience in the creation, after the phrases about creativity were defined and the letterings could be created with the materials chosen, finally, the process of creating and producing lettering in the context of a graphic design project could be discussed, resulting in the materialization of the same. At the end of the steps covered, the process of creating and producing letterings was discussed and based in the practice of the project conclusions were drawn on the combination of the mentioned processes.

Keywords: lettering, materials, process.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 Objetivo Geral	9
1.2 Objetivos Específicos	9
1.3 Justificativa	10
1.4 Delimitações do Projeto	10
2. METODOLOGIA	10
2.1 Metodologia para projeto de Design Gráfico	11
2.1.1 Definir	11
2.1.2 Pesquisar	11
2.1.3 Gerar Ideias	11
2.1.4 Testar Protótipos	12
2.1.5 Selecionar	12
2.1.6 Implementar	12
2.1.7 Aprender	12
2.2 Processo de Criação e Produção de Lettering	12
2.2.1 Pesquisa e Brainstorm	13
2.2.2 Explorar Miniaturas	13
2.2.3 Esboços	13
2.2.4 Criação da Arte Final	14
2.3 Etapas do Projeto	14
3.1 Definir	16
3.1.1 Briefing	16
3.1.2 Definição do público-alvo	16
3.1.3 Proposição geral do projeto	17
3.2 Pesquisar	17
3.2.1 Pesquisa sobre calendário	17
3.2.2 Análise de Similares	19
3.2.3 Pesquisa sobre criatividade	27
3.2.4 Levantamento de técnicas e materiais	28
3.2.5 Workshop	32
3.2.6 Criação de persona	37
3.2.7 Requisitos de projeto	37
3.2.8 Pesquisa visual calendário	39
3.3 Gerar ideias	41
3.3.1 Determinação das frases e materiais	41
3.3.2 Brainstorming e definição dos conceitos	43
3.3.3 Pesquisa visual letterings	44
3.3.4 Alternativas calendário	46

3.3.5 Miniaturas	48
3.4 Testar e Selecionar	50
3.4.1 Esboços	50
3.4.2 Teste dos materiais e técnicas	53
3.4.3 Refinamento dos esboços e criação da arte final	56
3.4.4 Teste digitalização e impressão dos letterings	58
3.4.5 Teste de impressão do calendário	60
3.5 Implementar	62
3.5.1 Especificações calendário e produção	62
3.7 Aprender	64
3.7.1 Discussões sobre as etapas de projeto	64
4. CONCLUSÃO	65
5. REFERÊNCIAS	66
6. APÊNDICE	67

1. INTRODUÇÃO

O universo da criação de letras pode ser segmentado em três categorias, sendo elas tipografia, caligrafia e *lettering*. Apesar de substancialmente diferentes esses termos costumam ser confundidos. Calígrafos e *letterers*¹ criam artes customizadas, o primeiro escrevendo palavras e o segundo as desenhando, enquanto tipógrafos criam sistemas de letras que podem ser utilizados inúmeras vezes (HISCHE, 2015). Tipografias, fontes ou *typefaces*, consistem em um sistema composto por um alfabeto completo onde todas as letras se combinam em todas as possibilidades para formar textos. Esses sistemas podem ser aplicados em inúmeros projetos com diferentes designs. (FLOR, 2017)

Caligrafia se refere ao domínio da arte da escrita por meio da habilidade de manuseio de diferentes ferramentas. É a decorrência do movimento da mão em um determinado tempo e espaço, sendo cada resultado único. Já o termo *lettering* se refere a uma expressão tipográfica única, customizada para uma aplicação específica, combinando formas e elementos gráficos para transmitir uma certa mensagem ou ideia (FLOR, 2017). Jessica Hische (2015) defende que para aperfeiçoar os trabalhos em *lettering*, assim como os de design gráfico, é importante conhecer os princípios de tipografia e caligrafia. Para ela artistas de *lettering* podem quebrar as regras quando quiserem, mas para isso precisam conhecê-las antes para saber como quebrá-las.

Em comparação à tipografia e à caligrafia o *lettering* é uma categoria relativamente nova, o que pode ser verificado pela dificuldade em encontrar bibliografia sobre o assunto, principalmente publicações nacionais. Por outro lado, o *lettering* vem se popularizando com a ajuda das redes sociais e ganhando espaço no mercado onde as oportunidades vem crescendo. Para exemplificar esse crescimento foi feita uma busca pela *hashtag* #*lettering* no Instagram, que trouxe mais de 12 milhões de resultados². Também se tornou um *hobby* popular compartilhado nas redes sociais, assim como vem ocorrendo de maneira semelhante com a caligrafia. Muitos designers e profissionais de outros campos mais ou menos relacionados são reconhecidamente especialistas no assunto, tendo como foco trabalhos nessa área.

Praticamente qualquer coisa que possa ser impressa, entalhada, gravada em relevo, é uma alternativa para se aplicar *letterings*. Muitas são as possibilidades de criar e produzir composições, estando relacionadas tanto ao profissional quanto ao escopo do projeto solicitado. Para Jessica Hische (2015) é o meio de produção que caracteriza o portfólio de um profissional de *lettering*, considerando que normalmente são utilizados vários estilos tipográficos, a unidade entre os trabalhos se deve ao meio que esse profissional costuma utilizar de maneira mais ou menos consistente.

¹ Enquanto tipografia e caligrafia possuem termos cunhados para designar o segmento e os profissionais que trabalham na área, o mesmo não acontece com o *lettering*. Sem tradução consensual para o português, nem para denominar a área nem para os atuantes nela, muitos são os termos utilizados, entre eles *lettering designer*, *letterer*, *designer de letras*, *artista de lettering* ou *hand lettering*. Apesar de ser pertinente a discussão sobre qual nomenclatura é a mais adequada, a terminologia artista de *lettering* será utilizada apenas para simplificar a leitura do texto pensando no leitor, pois o objetivo aqui não é contemplar essa discussão.

² Busca realizada em 06 de junho de 2019.

Martina Flor (2017) compreende o trabalho de um designer de letras como posicionado entre os campos do design e da arte. Requer tanto a abordagem sistemática do design quanto a acuidade visual para as formas do artista. A prevalência de uma sobre a outra depende do trabalho, se faz parte de um projeto pessoal ou comercial, se o cliente concede liberdade para criar ou demanda a comunicação de uma mensagem específica. O trabalho de um designer de letras é frequentemente comparado ao de um ilustrador, a função dos dois é interpretar um briefing e o transformar em uma imagem.

Dentre tantas alternativas de abordagem e aplicação de *lettering*, diversidade de técnicas e materiais a serem utilizados, buscou-se uma aplicação que abrangesse algumas delas. Sendo assim, chegou-se a definição de que este projeto se trataria de um calendário, que permite explorar algumas dessas possibilidades.

O calendário é um objeto que faz parte da vida das pessoas há muitos séculos. Conhecer, definir, medir, controlar o tempo, foi uma obsessão humana tão antiga como o próprio homem". (DONATO, 1978) Em seu livro "História do Calendário: como o homem contou o tempo", Hernâni Donato aborda a relação do homem com o tempo. Percebendo que não se pode fugir dele o homem passou a criar sistemas para controlá-lo. Uma das maneiras inventada há séculos atrás foi o calendário, que se modificou ao longo do tempo, mas continua sendo utilizado nos dias de hoje. É comum que calendários sejam peças de brindes, desde lojas à artistas criadores de conteúdo. E não são só calendários funcionais que se limitam às datas, mas que exploram a criatividade em ilustrações. De uma maneira ou de outra todos precisam do calendário para se orientar, seja na geladeira, na parede, no celular, na mesa de trabalho, na agenda.

Nesse contexto, o presente projeto objetivou explorar o *lettering* em suas possibilidades criativas e produtivas aplicadas à um calendário impresso. Tendo como foco o desenvolvimento de *letterings*, buscou-se discutir o processo de criação e produção utilizando-se diferentes materiais. Abrangeu tanto a abordagem sistemática do design, em relação ao projeto gráfico proposto, quanto a abordagem artística para as composições.

1.1 Objetivo Geral

Explorar o processo de criação e produção de *lettering* da perspectiva da utilização de diferentes materiais.

1.2 Objetivos Específicos

Para alcançar o objetivo geral estabeleceu-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Realizar levantamento das técnicas e materiais de criação e produção de *lettering* e selecionar as que serão usadas no projeto;
- b) Envolver o público alvo na criação do calendário por meio de um workshop;
- c) Definir frases que abordam o tema criatividade para compor os *letterings* do calendário;
- d) Criar e produzir *letterings* para ilustrar o calendário a partir dos materiais definidos;

e) Discutir o processo de criação e produção de *lettering* no contexto de um projeto de design gráfico, nesse caso um calendário, resultando na produção do mesmo;

1.3 Justificativa

Durante a graduação descobri o *lettering* e meu interesse pelo assunto foi crescendo. Particpei de *workshops*, eventos, busquei livros e outros materiais e aos poucos fui me envolvendo com o desenho de letras. Sendo assim, não acho que minha escolha do tema para o Projeto de Conclusão de Curso poderia ter sido diferente. Queria aproveitar essa oportunidade para explorar possibilidades de aplicar *lettering* no design gráfico de uma maneira que me agregasse novos conhecimentos e experiências.

Sendo o *lettering* uma área relativamente nova que vem ganhando visibilidade é pertinente investigar seus processos e possibilidades. Assim, esse projeto se justifica por contribuir para a discussão de maneira ampliada, buscando utilizar diferentes materiais, sendo relevante à área por estar inserido no contexto de um projeto de design gráfico.

A escolha da aplicação ser um calendário foi pessoal, por ser uma ferramenta de organização e decoração pessoalmente apreciada e utilizada. Já a escolha de ser impresso foi deliberada pelo desafio das delimitações dessa mídia. Optou-se por usar diferentes materiais para explorar a versatilidade do *lettering* que permite o uso de diferentes técnicas e estilos, abrangendo algumas dessas possibilidades.

Academicamente este estudo busca contribuir para a área valorizando seus profissionais, ressaltando aspectos técnicos e discutindo o processo de criação e produção de *lettering* com o intuito de auxiliar o processo de profissionais da área e estudantes de design gráfico. Também busca se somar às referências bibliográficas que ainda são poucas sobre o assunto.

1.4 Delimitações do Projeto

Esse projeto consistiu em discutir o processo de criação e produção de *lettering* no contexto de um projeto de design gráfico. Para tanto, o meio escolhido para aplicar os *letterings* desenvolvidos foi um calendário impresso. Optou-se por utilizar técnicas materiais, abrangendo algumas das possibilidades que podem ser aplicadas, com o intuito de agregar valor à discussão de um processo que funcione independentemente da técnica empregada. As frases foram autorais e tiveram como tema criatividade.

2. METODOLOGIA

Para atender as necessidades do projeto em questão foi necessário buscar referência bibliográfica do processo utilizado na área de design gráfico e também do processo de *lettering*. Optou-se pelo processo de design de Ambrose e Harris (2011) e pelo processo de *lettering* da designer Jessica Hische (2015).

2.1 Metodologia para projeto de Design Gráfico

Para os autores Gavin Ambrose e Paul Harris (2011) o processo de design, no qual o *design thinking* - ou o modo de pensar do designer - está incorporado em todos os momentos, compreende sete etapas: definir, pesquisar, gerar ideias, testar protótipos, selecionar, implementar e aprender. Para eles design é o processo, iterativo, que transforma um *briefing* em uma solução de design, sendo que o modo de pensar do designer direciona o processo para o projeto e o usuário. Para os autores “o desenvolvimento do design envolve um alto grau de criatividade, mas de uma maneira controlada e direcionada pelo processo.”

Figura 1 - Etapas do processo de design.



Fonte: adaptado pela autora a partir de Ambrose e Harris (2011).

2.1.1 Definir

Essa etapa é comum a todo o processo de design, onde a partir de um *briefing* um problema é estabelecido. O *briefing* de design pode ser verbal ou escrito e consiste nas solicitações do cliente para um determinado trabalho. Precisa conter todas as informações necessárias para possibilitar que o projeto seja desenvolvido. Se as informações forem insuficientes ele precisa ser retrabalhado. Aqui é importante estabelecer objetivos para que se saiba aonde se quer chegar. O *briefing* e os objetivos devem possibilitar que se estabeleça a proposição geral do projeto de design. Ela descreve as ideias e valores gerais que o projeto pretende apresentar ao público. A preposição alinha produto e valores determinando o modo de pensar de cada etapa do processo.

2.1.2 Pesquisar

A pesquisa consiste em reunir material para alimentar o processo criativo na etapa de geração de ideias. A pesquisa quanto ao público alvo pode ser quantitativa ou qualitativa. Para visualização do perfil do público alvo é útil construir um modelo mental do usuário típico, indicando informações gerais como preferências e sentimentos em relação à solução que se está projetando. Uma fonte primária de pesquisa é o aprendizado gerado por projetos semelhantes desenvolvidos e *feedback* de clientes. Fontes secundárias mais gerais são buscas de maneira complementar à primária.

2.1.3 Gerar Ideias

Nessa etapa trabalha-se com base nas informações coletadas na etapa de pesquisa e delimitações estabelecidas na etapa de definição. Existem algumas técnicas criadas para auxiliar designers na geração de ideias. Também é nessa etapa que deve-se escolher entre o direcionamento visual do projeto, considerando os inúmeros movimentos da arte e do design. A medida que essa etapa progride percebe-se os gargalos das duas primeiras etapas. Tratando-se de um processo iterativo pode-se voltar a coletar informações e buscar esclarecer as definições do projeto.

2.1.4 Testar Protótipos

Na etapa anterior são geradas diversas soluções potenciais para o projeto. Antes de selecionar pode ser necessário desenvolver um pouco mais as ideias mais promissoras, testando aspectos específicos que podem auxiliar a seleção. Pode-se, portanto criar protótipos para verificar a viabilidade técnica e se ela funciona como esperado, visualmente ou fisicamente. Como o objetivo do protótipo é testar aspectos pontuais eles devem ser desenvolvidos com foco nessas especificidades, sem necessidade de serem totalmente fiéis à sua aparência final.

2.1.5 Selecionar

Etapa na qual uma das propostas de solução é selecionada para ser desenvolvida. O principal critério de escolha é atender as necessidades do projeto e os objetivos do *briefing*. Nem sempre é possível atender a todos os requisitos estabelecidos em uma proposta, outros fatores como custo e tempo de produção podem ser impeditivos. Restrições como orçamento e prazo devem ser levantadas na etapa de definição e ser levadas em consideração durante todo o processo de design.

2.1.6 Implementar

Nessa etapa informações necessárias para a produção do projeto são especificadas para serem passadas aos responsáveis pela materialização do projeto. A implementação pode ser acompanhada pelo designer para garantir que se obtenha o resultado final esperado. Essa etapa termina com a entrega do trabalho finalizado ao cliente.

2.1.7 Aprender

Essa etapa é fundamental para gerar aprendizado para projetos futuros. Deve-se procurar identificar, no processo como um todo, o que funcionou bem e o que precisa ser melhorado. Também pode-se procurar o cliente para se obter *feedback* não só dele, mas também do público que se atingiu. Informações levantadas aqui podem servir para alimentar a etapa de definição e pesquisa em outros projetos. Mesmo sendo a última etapa do processo questionar o andamento do trabalho pode e deve ser feito em todas as etapas.

2.2 Processo de Criação e Produção de Lettering

Em seu livro *In Progress*, Jessica Hische (2015) detalha seu processo criativo “desde a folha em branco até a arte finalizada”. Ela alerta que seu processo pode não servir para todos os artistas, mas espera que compartilhar o que funciona melhor para ela ajude outros artistas a descobrirem o que funciona melhor para eles mesmos. Para a autora, essa descoberta é uma das melhores coisas que um artista pode fazer para melhorar seu trabalho, sua eficiência e também seu nível de satisfação. As etapas do processo consistem em: pesquisa e *brainstorm*, explorar miniaturas, esboços e criação da arte final.

Figura 2 - Etapas do processo de *lettering*.



Fonte: adaptado pela autora a partir de Jessica Hische (2015).

2.2.1 Pesquisa e *Brainstorm*

Representa uma grande parte do processo criativo. Geralmente, o que mais inspira um trabalho é o próprio material que se está trabalhando, seja o conteúdo de um livro, ou artigo que será ilustrado ou a própria empresa para a qual se está projetando um logotipo. O *brainstorming* feito por ela não é muito diferente da técnica conhecida. Por uma ou duas horas é feita uma lista de palavras associadas de maneira livre, sem julgamento, pois nunca se sabe o que pode gerar uma boa ideia depois. Após a lista completa procura-se por conceitos, peneira-se as ideias óbvias ao mesmo tempo que se procura associar essas mesmas ideias entre si para gerar conceitos únicos e inesperados. Porém, ela procura sempre ir além do genérico. Ao final desse processo chega-se a algumas ideias e conceitos que podem a serem exploradas visualmente na etapa seguinte.

2.2.2 Explorar Miniaturas

Com ideias e conceitos sólidos parte-se para as miniaturas, que ainda consiste em gerar ideias, mas de maneira mais visual. O objetivo é testar maneiras de arranjar as palavras em uma composição. É importante atentar para quais palavras são mais importantes e devem ser enfatizadas, ao mesmo tempo pode-se brincar com as menos importantes ao se esboçar diferentes *layouts*. Explorar a hierarquia do *lettering* é fundamental para se ter certeza que a composição final não ficará confusa, difícil de ser lida e entendida, passando um significado diferente do pretendido. Isso é de extrema importância quando se trabalha com frases longas. As miniaturas não precisam ser bem acabadas, pois o intuito é experimentar. Às vezes essa etapa é fácil, às vezes precisa de mais exploração.

2.2.3 Esboços

Sketches funcionam como uma maneira rápida de validar *layouts* e conceitos com o cliente antes de partir para a arte final. Em seu processo de *sketch*, Hische não usa camadas de

folhas como muitos artistas costumam fazer, ela constrói o desenho em estágios, começando com traço leve até a arte tomar forma. Esses estágios consistem nos seguintes passos: traçar linhas guias, escolher estilos de letra, esboçar levemente, refinar o *sketch*.

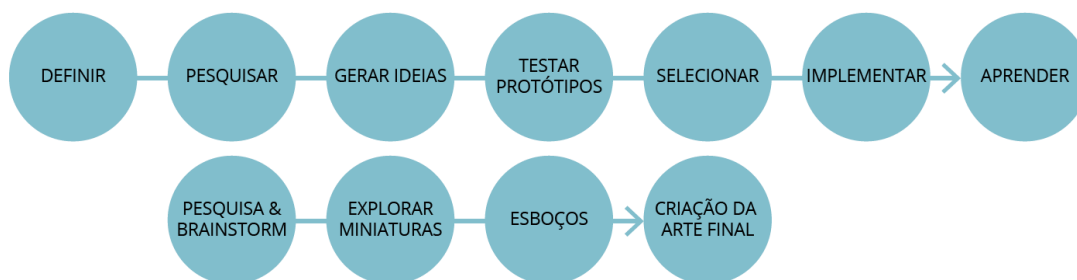
2.2.4 Criação da Arte Final

Para finalização digital vetorial a ferramenta mais importante que se deve dominar é a *pen tool*. Para a vetorização Hische também segue uma sequência de passos: traçar linhas guias, desenhar o esqueleto, desenhar o corpo, desenhar as “roupas”, adicionar cor.

2.3 Etapas do Projeto

Após pesquisar e definir processos de design e *lettering* foi preciso combinar as etapas desses dois processos para se chegar à uma combinação de etapas que atendessem o projeto em questão. A partir do entendimento das etapas dos processos estudados concluiu-se que o processo de *lettering*, mais específico, poderia ser encaixado no processo de design, mais geral. Sendo assim, os dois processos foram combinados de acordo com a figura a seguir:

Figura 3 - Comparação e combinação dos processos de design e *lettering*.



Fonte: adaptado pela autora a partir de Ambrose e Harris (2011) e Hische (2015).

Sendo a etapa “Pesquisa e *Brainstorm*” muito semelhante à etapa “Pesquisar”, combinou-se essas duas em uma mesma etapa. “Explorar Miniaturas” foi combinada com a etapa “Gerar Ideias”, pois para o processo de *lettering* as miniaturas são estudos rápidos das ideias que serão exploradas nos esboços, sendo os esboços a maneira de prototipar a aparência final da arte que está sendo criada. Sendo assim, a etapa “Esboços” se relaciona com a etapa “Testar Protótipos”. Por fim, a “Criação da Arte Final” foi combinada com a etapa “Selecionar”, onde os esboços que serão finalizados são escolhidos e desenvolvidos à tempo do material impresso ser implementado e enviado para produção na etapa “Implementar”.

Entretanto, as etapas do processo de design “Testar Protótipos” e “Selecionar” quando combinadas respectivamente com as etapas do processo de *lettering* “Esboços” e “Criação da Arte Final”, ocorreram de maneira paralela, não linear, e por isso acabaram por se tornar, na prática, uma etapa só.

A fim de definir de maneira mais detalhada as etapas percorridas foi elaborado o quadro a seguir, listando todas as atividades desenvolvidas em cada etapa do projeto de acordo com a metodologia apresentada.

Quadro 1 - Detalhamento das atividades em cada etapa do projeto.

ETAPA	ATIVIDADES
Definir	<i>Briefing</i>
	Definição do público-alvo
	Proposição geral do projeto
Pesquisar	Pesquisa sobre calendário
	Análise de similares
	Pesquisa sobre criatividade
	Levantamento de técnicas e materiais
	<i>Workshop</i>
	Criação de <i>persona</i>
	Requisitos de projeto
	Pesquisa visual do calendário
Gerar Ideias	Determinação das frases e materiais
	<i>Brainstorming</i> e definição dos conceitos
	Pesquisa visual dos <i>letterings</i>
	Alternativas para o calendário
	Miniaturas
Testar e Selecionar	Esboços
	Testes dos materiais e técnicas
	Refinamento dos esboços e criação arte final
	Testes de digitalização e impressão dos <i>letterings</i>
	Testes de impressão do calendário
Implementar	Especificações calendário e produção
Aprender	Discussões sobre as etapas de projeto

Fonte: elaborado pela autora.

3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

3.1 Definir

3.1.1 Briefing

Todo o processo de design costuma partir de um *briefing*, mesmo que seja um projeto pessoal, como é o caso. Portanto, alguns pontos pertinentes que se costuma tratar em um *briefing*, como história, motivação, objetivo, expectativas, dificuldades e restrições, são relatados a seguir para fins de documentação.

Há cerca de dois anos eu descobri o *lettering*, comecei a tomar gosto por desenhar letras e me envolvi cada vez mais com o assunto por meio de *workshops*, eventos, buscado conteúdos por conta própria. Como resultado meus desenhos começaram a ser reconhecidos e valorizados por pessoas próximas e surgiram até propostas de trabalho. Sentindo necessidade e também vontade de aperfeiçoar minhas criações, praticando e aprendendo coisas novas, decidi abordar o tema no meu Projeto de Conclusão de Curso. O tema deveria ser desafiador e, em especial, permitir trabalhar técnicas diferentes de criar e produzir *letterings* das quais eu estava familiarizada. A ideia de desenvolver um calendário, proposta por minha orientadora, atendia à todas essas questões. Portanto, apesar de o produto final ser um calendário, o objetivo principal era gerar aprendizado sobre a criação e produção de *letterings*.

Sempre achei desenhar divertido. Mas, percebi que desenhar profissionalmente gera algumas questões e reflexões pessoais, muitas delas relacionadas à criatividade. Descobri que meu interesse pelo assunto é compartilhado por outros profissionais e artistas e busquei entender mais sobre ele. Assim, aproveitei a oportunidade desse projeto e decidi que as frases teriam como tema criatividade.

Minha expectativa é alcançar um resultado com acabamento e qualidade técnica semelhante aos profissionais que me inspiram, o que representa um desafio. Aprender técnicas novas em um prazo determinado, desenvolver composições com criatividade e melhorar minha habilidade em digitalização e vetorização, se for o caso, são outros desafios do projeto.

A dificuldade e custo da técnica são restrições que devem ser levadas em consideração. Por isso é importante delimitar a quantidade de técnicas a serem utilizadas a um número razoável. Outra delimitação é o formato do calendário, que deve ter um tamanho que valorize as artes que serão desenvolvidas. Nesse sentido, o acabamento da impressão também deve ser pensado com cuidado, mas sem gerar um peso orçamentário.

3.1.2 Definição do público-alvo

A definição do público surgiu junto com a decisão de adotar como tema a criatividade. Sendo assim, o público do projeto foi definido como profissionais da área criativa e artistas. Parte-se da premissa de que o tema criatividade possui uma conexão natural com esse público. Sendo abordado em um calendário impresso, que por definição é um objeto que fica

exposto no ambiente e é utilizado com frequência, pode trazer inspiração para o dia a dia de trabalho e criação.

3.1.3 Proposição geral do projeto

Considerando o produto e os valores relacionados à ele, definiu-se a seguinte proposição geral do projeto: inspirar mentes criativas por meio de mensagens ilustradas sobre criatividade aplicadas à um objeto do dia a dia que nos acompanha durante todo um ciclo, um calendário.

3.2 Pesquisar

3.2.1 Pesquisa sobre calendário

Em seu livro “História do Calendário”, Donato (1978) esclarece muitas questões sobre calendário, todas elas partem do tempo. Cada um conta o tempo de acordo com suas ocupações, os estudantes o contam em semestres, os trabalhadores em meses, os comerciantes contam os dias, mas o ano interessa a todos. O homem se deu conta da passagem do tempo observando que, muitas vezes contra sua vontade, a noite ocultava o dia, os jovens envelheciam, plantas nasciam e morriam indicando que algo maior controla o ciclo da vida humana. O tempo não é igual para todos, parece que “passa rápido para o satisfeito e devagar para o sofredor”.

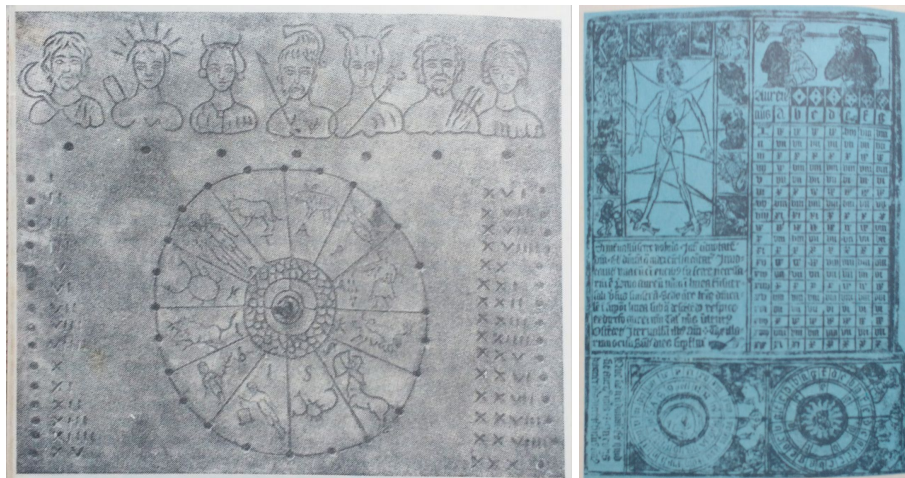
O entendimento do tempo teve início com a observação dos astros. O Sol demarcava o dia, base de todas as medidas de tempo. A observação da sombra serviu de base para dividir o dia em quatro partes, do nascer do Sol até às nove, das nove até as doze, das 12 às 15 e das 15 às 18, mesmo princípio utilizado nos relógios até hoje. Para o homem primitivo a noite, antagônica ao dia, representava a escuridão e estava relacionada à tudo o que era mau. Doze era o número predileto do homem primitivo, dividiram o dia e a noite em 12 partes e denominou-se cada parte hora. Também é desse número que deriva a contagem dos minutos e segundos, pois, após determinar a hora para contar o tempo sentiu-se a necessidade de divisões menores. A semana e o mês foram determinados a partir da observação da lua, o mês foi arredondado para 30 dias devido a número de dias para um ciclo completo da lua. A semana recebeu influência do número sete, também bastante importante para os povos primitivos, cabendo quatro semanas inteiras em um mês. A divisão do ano partiu da contagem das constelações que totalizavam doze. Os nomes dos dias da semana tem cada um uma história e significado, assim como cada um dos nomes dos meses. O ano veio a ajudar a contar o tempo para projetos que exigiam maior porção de tempo. (DONATO, 1978)

Já as estações decorrem da inclinação do eixo da Terra em relação a seu movimento de translação e a mudança consequente da incidência do Sol sobre os hemisférios. O homem aprendeu sobre as estações sentindo a alegria das épocas quentes e a dificuldade das épocas frias, percebendo que elas se repetiam de tempos em tempos, regendo a reprodução dos animais e o tempo de colheita das plantas. Os ciclos das estações passaram a servir como mais uma medida de tempo da vida anual. A estação amena chamou-se primavera, o tempo que espande. O verão foi batizado como a época dos calores, tempo quente, amigo, intercalado entre duas estações benfazejas. O outono denominou-se a época farta, da livre

colheita de frutos. Já o inverno foi chamado a época do frio, das privações, da fome, do desabrigo. (DONATO, 1978)

Atualmente os ocidentais utilizam o calendário solar, que ainda guarda resquícios do calendário lunar. Nosso sistema deriva dos primeiros calendários Romanos, que se baseavam nos ciclos da lua. O ano fechava em 304 dias, com 11 meses, tendo início no equinócio da primavera.

Figura 4 - Calendário Romano (inscrição lapidar) e mês abril nas tábuas oficiais do calendário Romano.



Fonte: DONATO, 1978.

O imperador Numa Pompilo (717-673 a.C.), sucessor de Rômulo, fez algumas reformas, como aumentar o número de meses para 12. Para corrigir a diferença de dias em relação ao calendário solar ele criou um mês denominado intercalar, usado a cada quatro anos. Júlio César (100-44 a.C.) também tomou a iniciativa de reformar o calendário. Seu objetivo era criar um sistema que servisse para todas as pessoas facilitando a expansão de seu império. O ano que iniciava em março passou a iniciar em janeiro, passou a totalizar 365 dias com a correção sendo feita adicionando um dia ao mês de fevereiro a cada quatro anos, dispensando o mês intercalar. O ano anterior a essa reforma ficou conhecido como o ano da confusão, pois, foram feitos vários ajustes como preparação para adoção do novo calendário, fazendo com que esse ano em particular tivesse 15 meses e 445 dias. Após a reforma juliana, o calendário Gregoriano buscou corrigir algumas incorreções que começaram a ser impraticáveis ao longo dos anos. A contagem do tempo se iniciava com a fundação de Roma (753 a.C.), mas com a era Cristã passou a ser contada a partir do nascimento de Cristo originando as denominações a.C. (antes de Cristo) e d.C. (depois de Cristo). (VIEIRA, 2009)

Percebe-se, portanto, que a origem do calendário é mais profunda que a ferramenta em si. Na perspectiva proporcionada pelo autor trata-se de uma questão inclusive existencial. É uma maneira diferente, mais consciente e aprofundada de entender algo que nos acompanha no dia a dia. Essa pesquisa sobre a origem e necessidade dessa ferramenta ampliou o que se conhecia sobre o assunto, contribuindo para a continuidade do projeto sob uma nova concepção de calendário.

3.2.2 Análise de Similares

Com o intuito de conhecer calendários com propostas parecidas com a que se pretende criar no presente projeto foi realizada uma análise de similares. Buscou-se referências de marcas, designers e artistas já conhecidas pela autora e também no Behance, site onde artistas e profissionais do mundo inteiro compartilham seus projetos.

a) Calendário Feminista “Lute todos os dias” 2018: o projeto idealizado pela designer Cristina Pagnoncelli em 2016, estando em sua segunda edição em 2018, tem como objetivo apoiar coletivos feministas, dar apoio e expressão às mulheres e dar visibilidade ao trabalho das artistas (todas mulheres) que são selecionadas para ilustrar cada edição.

Figura 5: Calendário Feminista “Lute todos os dias” 2018.



Fonte: <http://caixafilosofal.com.br/products/calendario-feminista-lute-todos-os-dias-2018>, acesso em 01.10.2018.
<http://www.instagram.com/crispagnoncelli>, acesso em 01.10.2018.

Diferenciais e observações: pode-se destacar a ilustração e usá-la de decoração, originando quadros ou pôsteres no formato 20x20cm; a linguagem visual de cada mês varia de acordo

com a personalidade de cada artista, sem prejudicar a coerência visual do calendário como um todo; cada mês possui uma cor dominante que conversa com a ilustração;

b) Calendário de parede 2019 Meg & Meg: fundada pela designer Jessica Blanco em 2015, a Meg & Meg se intitula uma “papeleria fofo” que tem a missão de levar alegria para a sua rotina. O calendário é um dos produtos vendidos por essa loja de papeleria online.

Figura 6: Calendário de parede Meg & Meg 2019.



Fonte: <https://www.megemeg.com.br/products/calendario-de-parede-2019>, acesso em 03.11.2018.

Diferenciais e observações: apesar de ser um calendário de parede possui um wire-o bem no meio dividindo a capa do mês e os dias em si; possui espaço para escrever nos dias e uma lista das três prioridades do mês; mostra uma miniatura do calendário do mês anterior e seguinte; os números são alinhados pelo meio dos quadrados ao invés de em um dos cantos como é mais comum se ver; seis estampas diferentes são usadas ao longo dos meses.

c) Calendário de parede 2019 Cícero Papeleria: a Cícero papeleria é bastante conhecida por seus cadernos e também possui vários materiais de papeleria para organização. Recentemente lançou calendários.

Figura 7: Calendário de parede Cícero Papelaria 2019.

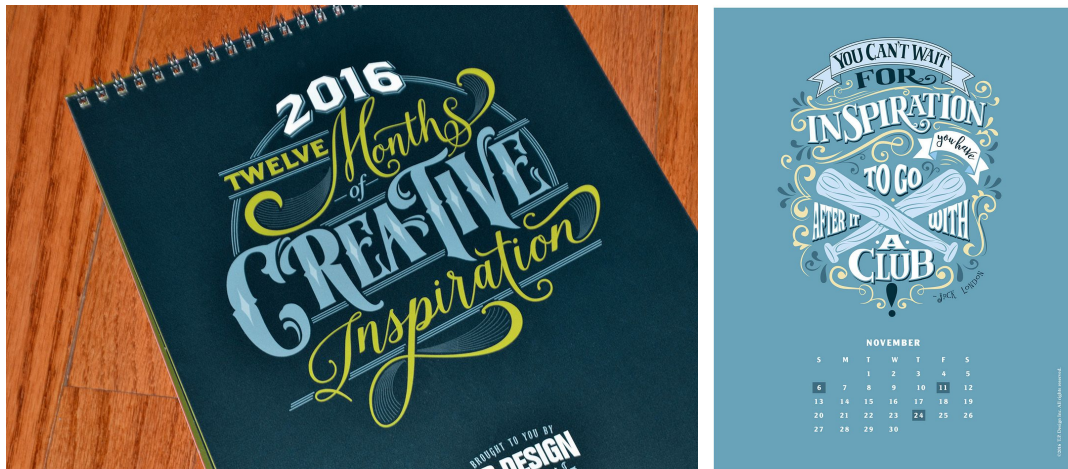


Fonte: <https://www.ciceropapelaria.com.br/calendario-funcional-de-mesa-parede-a3/p>, acesso em 03.11.2018.

Diferenciais e observações: apesar de ser um calendário de parede possui um formato mais horizontal; apresenta mês passado e futuro em miniatura; apresenta espaço para anotações do mês; inclui sexta no destaque dos finais de semana, sendo o final de semana menos destacado que os feriados.

d) Calendário T.P. Design Inc 2016: criado por uma empresa de design e ilustração de Atlanta, a proposta desse calendário é muito parecida com a ideia deste projeto (não se sabia de sua existência até esta etapa de pesquisa). A ideia foi criar um calendário inspirador para pessoas da indústria criativa. Cada mês apresenta um design diferente com uma frase famosa sobre criatividade.

Figura 8: Calendário T.P. Design Inc. 2016.



Fonte: <https://www.behance.net/gallery/58623547/Calendar-for-University-of-Warsaw>, acesso em 01.10.2018.

Diferenciais e observações: utilização do tema criatividade para definição das frases; cada mês tem um design visual diferente que não prejudica a coerência visual como um todo; o nome do autor aparece integrado à ilustração.

e) Calendário Mr. Cup Letterpress 2018: todos os anos é lançado o calendário criativo do manifesto Mr. Cup Creative Studio que é um estúdio localizado na França, são convidados designers gráficos e tipógrafos diferentes para fazer as ilustrações.

Figura 9: Calendário Mr Cup Letterpress 2018.



Fonte: <https://www.behance.net/gallery/57700517/2018-Mr-Cup-Letterpress-Calendar>, acesso em 01.10.2018.

Diferenciais e observações: produção em impressão tipográfica; papel de alta gramatura e cores variadas; cada mês é feito por um profissional diferente sem prejudicar a coerência visual como um todo; utilização de papel *eco-friendly*.

f) Floral Calendar 2019 Indigo Eleven Design: empresa criada por um designer *freelancer* indiano, tem como base a Nova Zelândia. Vende produtos de papelaria e outros relacionados.

Figura 10: Calendário Indigo Eleven Design 2019.



Fonte: <https://indigoellevendesign.com/products/twenty-nineteen-floral-calendar>, acesso em 03.11.2018.

Diferenciais e observações: espaço para anotações no rodapé; apesar de ser um calendário de parede possui wire-o posicionado no meio do calendário separando a ilustração do mês; paleta de cores vibrantes sendo uma cor predominante por mês; impresso em papel *eco-friendly*.

Ao todo foram analisados seis calendários, a síntese comparativa dessa análise pode ser conferida no quadro a seguir:

Quadro 2 - Análise de similares.

ASPECTOS ANALISADOS	CALENDÁRIOS ANALISADOS					
	 Calendário Feminista	 Meg & Meg	 Cícero papelaria	 T.P. Design Inc.	 Mr Cup Letterpress	 Indigo Eleven Design
tipo	parede	parede	parede	não indicado	não indicado	parede
primeiro dia semana	domingo	segunda	segunda	domingo	segunda	domingo
destaque de informações	feriados e finais de semana	feriados	feriados e finais de semana	feriados	feriados	sem destaque
espaço para escrever	não	sim	sim	não	não	sim
posição da ilustração	acima do mês	acima do mês	não possui ilustração	acima do mês	acima do mês	acima do mês
capa	sim	não indicado	sim	sim	sim	sim
formato	20x30cm	40x25cm	29,7x42cm	não indicado	não indicado	21x21cm
diagramação	duas colunas	três colunas	duas colunas	uma coluna	duas colunas	uma coluna

Fonte: elaborado pela autora.

É interessante citar outros dois calendários que contém ideias que podem contribuir com o projeto, mas não foram selecionados para análise por serem mais simples em relação aos outros selecionados. Um deles é o calendário de 2018 da ilustradora, escritora e *youtuber* Nath Araújo que disponibiliza um calendário ilustrado por ela todos os anos para impressão. Um diferencial é que ela usa referências da cultura *pop* que faz parte do universo do seu público, como a ilustração inspirada em um clipe de música e nos feriados com datas como “dia da pizza” e aniversário da Beyoncé.

Figura 11: Calendário Nath Araújo 2018.



Fonte: <http://bit.ly/nanaths2018>, acesso em 01.10.2018.

O outro é o calendário de 2016 do também ilustrador, escritor e *youtuber* Vitor Martins, que também disponibiliza um calendário todos os anos para impressão. O diferencial é que cada mês propõe um desafio relacionado aos eventos que ocorrem no mês, como ler um livro escrito por uma mulher no mês de março devido ao dia internacional da mulher.

Figura 12: Calendário Vitor Martins 2016.



Fonte: <https://drive.google.com/file/d/0B3sYOBdaAzefV3RTSW40clZKczg/view>, acesso em 01.10.2018.

A análise de calendários similares auxiliou a elaborar o material para guiar a validação do calendário no *workshop* posteriormente realizado sendo importante para guiar os requisitos de projeto. Partiu-se então para a próxima etapa da pesquisa.

3.2.3 Pesquisa sobre criatividade

Definir o termo criatividade de maneira a abranger trabalhos de personalidades como Leonardo da Vinci, Marie Curie, Vincent van Gogh, Isaac Newton é um desafio. Em seu livro “Psicologia Cognitiva” Sternberg (2010), sustenta a visão da maioria dos pesquisadores que definem criatividade em termos globais como “o processo de produzir algo original e válido ao mesmo tempo”. Ele aborda o tema discutindo que criatividade é o quanto você produz, é aquilo que você sabe, é quem você é, é onde você está.

Pessoas criativas se saem melhor em testes que medem a capacidade para encontrar respostas à uma dada pergunta (STERNBERG, 2010). Grant (2017) em seu livro “Originais” escreve que gerar o maior número de ideias possível é um caminho que costuma garantir mais chances de se encontrar soluções originais dentre aquelas pensadas. Sternberg (2010) afirma que indivíduos criativos estudam seus predecessores e contemporâneos tornando-se peritos em sua área de atuação. Assim, aproveitam aquilo que conhecem e divergem do conhecimento para criar métodos e produtos inovadores. Desse modo, quanto maior o conhecimento adquirido maior, em média, a criatividade do trabalho. Assim, a criatividade estaria relacionada com associações.

Em seu livro “Foco” Goleman (2014) afirma que “Insights criativos implicam a junção de elementos de um modo útil e original.” No livro “Rápido e Devagar” Kahneman (2012) cita Sarnoff Mednick: “Criatividade é uma memória associativa que funciona excepcionalmente bem”.

A criatividade também está relacionada a quem você é, sua personalidade e suas motivações pessoais. Sternberg (2010) afirma que ao analisar a literatura parece haver um consenso de que indivíduos criativos tendem a ser mais abertos a novas experiências, aceitam a si mesmos, demonstram autoconfiança, são impulsivos, ambiciosos, impulsionados, também são menos convencionais. Muitas vezes nossa fonte de inspiração somos nós mesmos, como afirma Alison Bechel citada por Kleon (2017) em seu livro “Mostre seu trabalho”: “Seja lá o que digamos, estamos sempre falando de nós mesmos.” Kleon (2017) também cita Brené Brown nesse mesmo livro para reforçar que autoconhecimento também é importante criar conexões: “Para fazer as conexões acontecerem, temos que permitir sermos vistos, verdadeiramente vistos.”

Por fim, Sternberg (2010) cita Csikszentmihalyi que diz que a criatividade nunca é resultado apenas de uma ação individual, deve-se sempre levar em consideração a área e o campo, o conhecimento e o contexto no qual se está inserido. Da mesma maneira que a pesquisa sobre calendário, a pesquisa sobre criatividade ampliou o entendimento do assunto. Além disso, sua maior importância foi ajudar e embasar a criação das frases do calendário.

3.2.4 Levantamento de técnicas e materiais

São diversas as técnicas e materiais que podem ser utilizados para a criação e produção de *letterings*. Buscou-se listar aqueles que já eram conhecidos pela autora deste projeto através do trabalho de profissionais e artistas que ela acompanha. O levantamento foi dividido em dois quadros, um para as técnicas e outro para os materiais. Cada item acompanha uma breve descrição seguida de um exemplo visual do trabalho de algum artista. Adicionou-se uma coluna de observação para detalhar se aquela técnica ou material já foi experimentado pela autora deste projeto e se necessitaria de materiais específicos que precisariam ser adquiridos. Isso foi feito devido às observações feitas no *briefing* na etapa anterior do processo. Esse levantamento foi organizado no quadro a seguir:

Quadro 3: Levantamento de técnicas.

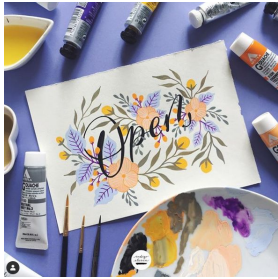
TÉCNICAS			
TÉCNICA	DESCRIÇÃO	EXEMPLO	OBSERVAÇÃO
Paper Lettering	Técnica que se baseia no paper cutting para compor letterings a partir de papel específico.	 <p>@sabeenu</p>	<p>Necessidade de comprar materiais específicos.</p> <p>Técnica nunca experimentada.</p>
Lino Cut Print	Técnica semelhante à xilogravura, a placa entalhada é feita em linóleo e aplicada no papel como se fosse um carimbo.	 <p>@alexandrasnowdon</p>	<p>Necessidade de comprar materiais específicos difíceis de achar no Brasil.</p> <p>Técnica nunca experimentada.</p>
Pintura feita à mão	Utilização de tinta e pincel para finalização dos letterings, normalmente em paredes.	 <p>@estudioitalico</p>	<p>Sem necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica nunca experimentada.</p>
Chalk Lettering	Utilização de giz e giz pastel para finalização dos letterings, normalmente em paredes ou placas de MDF.	 <p>@oficinadegiz</p>	<p>Necessidade de comprar alguns materiais.</p> <p>Técnica pouco experimentada.</p>

<p>Fileteado</p>	<p>Técnica de desenhar as letras com tinta e pincel.</p>	 <p>@filipegrimaldi</p>	<p>Necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica nunca experimentada.</p>
<p>Objetos e Comida</p>	<p>Técnica que utiliza tanto objetos quanto comida para construir as letras e a composição.</p>	 <p>@beccaclason</p>	<p>Necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica nunca experimentada.</p>
<p>Bordado</p>	<p>Técnica de bordado aplicada ao desenho de letterings.</p>	 <p>@araruta.handmade</p>	<p>Necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica nunca experimentada.</p>
<p>Embossing</p>	<p>Técnica que utiliza materiais específicos dando acabamento em relevo para o desenho. Normalmente se vê brush letterings nessa técnica por causa da característica dos materiais usados.</p>	 <p>@lovethroughherlens</p>	<p>Necessidade de comprar materiais específicos difíceis de achar no Brasil.</p> <p>Técnica nunca experimentada.</p>
<p>Digital Lettering</p>	<p>Finalização dos letterings digitalmente, comumente utilizando softwares como Illustrator e Photoshop.</p>	 <p>@martinaflor</p>	<p>Sem necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica pouco experimentada.</p>

Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 4: Levantamento de materiais.

MATERIAIS			
MATERIAL	DESCRIÇÃO	EXEMPLO	OBSERVAÇÃO
Nanquim	Utilização de canetas nanquim para finalização dos letterings.	 <p>@marquestalita</p>	<p>Sem necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica já experimentada.</p>
Grafite	Utilização de lápis para finalização dos letterings.	 <p>@byalinealbino</p>	<p>Sem necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica já experimentada.</p>
Lápis de Cor	Utilização de lápis de cor para finalização dos letterings.	 <p>@cylacosta</p>	<p>Sem necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica já experimentada.</p>
Aquarela	Utilização de aquarela para finalização dos letterings.	 <p>@abbeyssy</p>	<p>Necessidade de comprar papel específico.</p> <p>Técnica conhecida.</p>
Caneta Esferográfica	Utilização de canetas esferográficas para finalização dos letterings.		<p>Necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica nunca experimentada.</p>

		@marinaviabone	
Tinta Guache	Utilização de tinta guache para finalização dos letterings.		<p>Necessidade de comprar novos materiais.</p> <p>Técnica nunca experimentada.</p>

Fonte: elaborado pela autora.

Esse levantamento demonstrou que as possibilidades de materiais e técnicas que podem ser aplicados no lettering são realmente muitas. Tendo essa visão tornou-se mais fácil definir quais dessas opções seriam escolhidas para serem trabalhadas nesse projeto.

3.2.5 Workshop

Com o objetivo de validar o projeto e fazer uma troca colaborativa com os participantes foi realizado um *workshop*, que pode ser definido como atividade prática-criativa que reúne usuários e equipe para discutir de igual para igual questões sobre o projeto. Assim, amplia-se o campo de visão tanto dos usuários quanto da equipe. (MORAES; SANTA ROSA, 2012) Foram validados requisitos para o calendário e ideias para direcionar a determinação das frases. Também foi feito um momento onde foram apresentados alguns conteúdos sobre *lettering* e em sequência foi realizada uma prática.

O evento ocorreu no dia dezanove de outubro de 2018, das duas às seis horas da tarde, na UFSC, no Bloco D do CCE na sala 408. Foram convidados estudantes e formados em áreas criativas que se encaixam no público alvo do projeto. No total participaram oito pessoas das áreas de Design e Arquitetura e Urbanismo. O *workshop* foi dividido em dois momentos: o primeiro para validação das ideias para o calendário e das frases sobre criatividade, o segundo para prática de *lettering* ao qual foi reservada um pouco mais de tempo. Alguns participantes também colaboraram anotando e fotografando. O *workshop* acabou servindo também para conhecer mais do público do projeto e construir a *persona*. Logo na chegada os participantes receberam uma ficha para ser preenchida (Apêndice 1) com algumas perguntas que definiam seu perfil. Assim, pode-se construir o quadro a seguir com as respostas dessas fichas para visualizar o perfil de cada participante.

Quadro 5: Perfil dos participantes do workshop.

IDENTIFICAÇÃO	IDADE	FORMAÇÃO E ATUAÇÃO	INTERESSES	INTERESSE CALENDÁRIO, CRIATIVIDADE E LETTERING	FAMILIARIDADE LETTERING
Participante 1	22	cursando Design atua em Moda	cinema, eventos culturais, arte, festas	2, 4, 3	baixo
Participante 2	21	cursando Design, atua em Design e Fotografia	livros, cinema, eventos culturais, escrever, arte, praia, música	3, 5, 4	baixo
Participante 3	32	doutoranda em Design, atua em pesquisa e como professora	livros, cinema, eventos culturais, bar, arte, exposições, música, acrescentou dança	3, 5, 4	médio
Participante 4	27	doutoranda em Design, atua em pesquisa	livros, cinema, eventos culturais, arte, praia, exposições, música, acrescentou ballet	3, 5, 5	alto
Participante 5	24	cursando Arquitetura e Urbanismo, Formado em Música e Engenharia Civil, atua em Engenharia Civil e Arquitetura	assinalou todas as opções e acrescentou doenças e política	4, 3, 5	médio
Participante 6	23	formada em Design, atua em Cinema	livros, cinema, eventos culturais, bar, arte, exposições, música	4, 5, 4	baixo
Participante 7	25	cursando Arquitetura e Urbanismo atua na mesma área	livros, cinema, eventos culturais, bar, arte, festa, praia, música	4, 4, 3	baixo
Participante 8	22	cursando Design, atua na mesma área	livros, cinema, eventos culturais, bar, arte, praia, exposições, música, desenho	2, 5, 5	alto

Fonte: elaborado pela autora.

A idade média foi de 24 anos. Seis deles eram estudantes, formados e pesquisadores em Design e os outros dois estudantes de fases avançadas do curso de Arquitetura e Urbanismo da UFSC. Percebeu-se que os interesses em geral são parecidos. O tema que mais interessava a eles foi criatividade, depois *lettering* seguido de calendário. Quanto a familiaridade com *lettering* o grupo se dividia entre um perfil que já conhece o tema, pratica, estuda e até trabalha com isso e um perfil que gosta do tema de maneira mais contemplativa e pode procurar o assunto para usos específicos.

Junto com a ficha do participante foi entregue um questionário breve com perguntas objetivas sobre calendário (Apêndice 2) que também foi preenchido na chegada. Após todos chegarem foi feita uma breve apresentação da proposta deste Projeto de Conclusão de Curso e da proposta do *workshop*. Partiu-se então para uma discussão sobre o tema calendário a partir das respostas do questionário sobre o mesmo e algumas perguntas mais subjetivas pensadas previamente, a saber:

- a) Você utiliza calendário? Para quais finalidades e em quais contextos?
- b) Prefere calendário digital ou impresso? Por quê?
- c) O que você gosta ou não gosta nos calendários que usa?
- d) Prefere algum formato de calendário específico?
- e) Sobre a escolha do tema criatividade para definição das frases, acha importante que sejam frases de pessoas conhecidas ou o que importa é o conteúdo?
- f) Sobre algumas ideias: acha relevante cada mês ter uma reflexão, dica ou desafio relacionado ao tema? Acha relevante ter datas comemorativas relacionadas à área criativa? Acha interessante que as artes de cada mês possam ser destacadas para decoração?
- g) Você tem alguma ideia ou sugestão para o projeto desse calendário?

Verificou-se que todos usam calendário, mas de maneiras diferentes. Sobre a preferência entre digital e impresso a maioria respondeu que acaba usando os dois. A maioria prefere calendário de mesa seguido do calendário de parede, mas todos concordaram que a ideia de as artes do mês serem destacáveis, dando a possibilidade de virar decoração, é interessante e ficaria melhor aplicada em calendário de parede. Também porque o calendário por si só já deve funcionar como decoração. Sobre a autoria das frases ficou bem claro que não se importam que sejam frases sem autoria, na verdade pareceram até preferir assim. Eles também gostaram da ideia de trazer datas comemorativas relacionadas à área criativa e trazer desafios ou reflexões nos meses.

Figura 13: Etapa de validação do workshop.



Fonte: fotografia por Helena Cirimbelli.

Algumas anotações foram feitas durante a discussão com a ajuda de duas participantes:

- Utilizam calendários para usos pontuais, para checar datas (mais esporádico) e para se organizar (no dia a dia ou na semana). Nesse segundo caso alguns usavam calendário da própria agenda ou *planner*. Os que disseram usar calendário só para checar datas acabam optando pelo digital. Muitos relataram usar calendário impresso, de mesa, parede, ou nos seus materiais de organização. Uma participante relatou que mesmo não tendo um calendário pra si acabava checando datas e compromissos no calendário de parede da família;
- Gostam que tenha espaço para escrever, em geral fazem pequenas anotações. Alguns relataram que escrevem em seus calendários mesmo não tendo espaço previsto para isso, utilizando o calendário para se organizar. Uma das participantes relatou ter um calendário que é uma decoração e mesmo assim ela acaba escrevendo nele. Para ela isso é importante e não vê problema já que o mês acaba e a folha rabiscada é virada. Na verdade os participantes disseram gostar do sentimento de virar a página, dando uma sensação boa de recomeço. Outros disseram que sempre esquecem de virar a página. Os participantes que não tinham esse hábito de riscar disseram que o fariam se o calendário tivesse espaço para escrever. Gostariam desse espaço próprios nos próprios dias;
- Surgiu a ideia de um calendário interativo, por exemplo as ilustrações poderiam ter a proposta de ser acabadas, ou pintadas pelo usuário. Também foi comentado que cada mês tem seu *mood* e que a ilustração, frase e cores poderiam refletir isso;
- Sobre a semana começar pela segunda ou pelo domingo as pessoas entendem que a semana começa pela segunda na prática, mas estão acostumadas a calendários que começam pelo domingo. De qualquer maneira gostam quando os feriados e finais de semana são destacados;
- A maioria disse não se importar se o calendário tem ou não capa.

Após a discussão sobre calendário foi entregue aos participantes duas folhas impressas com frases e citações sobre criatividade tirada de livros, palestras, blogs (Apêndice 2). Pediu-se

para que eles lessem cada frase e assinalassem as que gostavam e faziam sentido para eles. A proposta foi fazer isso de maneira intuitiva, sem pensar muito. Logo depois discutiu-se quais frases mais gostaram e quais menos gostaram. Assim, pode-se criar um direcionamento para a definição das frases. Seguem algumas das anotações, novamente obtidas com a ajuda das mesmas duas participantes:

- Às vezes a ideia da frase é legal, mas a forma de dizer e as palavras usadas não cativam muito;
- Alguns disseram que gostaram mais das frases que falam de criatividade relacionada à arte, outros que gostaram das frases que falavam de uma criatividade mais lógica;
- Os participantes concordaram que preferem frases inspiradoras a “brincas”;
- Alguns disseram que gostam de frases metafóricas, mais introspectivas, menos fantasiosas e românticas;
- Disseram não gostar de frases que transmitem a ideia de que criatividade é um dom e também não gostam de frases que colocam o artista em um pedestal inalcançável;
- Alguns gostavam da frase mais poética, outros das mais concretas, sugeriram balancear as duas abordagens;
- Relataram não gostar de frases que buscam definir o que é criatividade, gostariam que se falasse do processo;
- Foi sugerido que as frases se relacionem ao mood de cada mês, não só pelo que está escrito, mas pela arte em si (composição, cores, ilustrações).

Finalizada a etapa de validação partiu-se para a prática, logo após uma pausa para o café. Esse segundo momento se iniciou com a apresentação de uma breve fundamentação teórica sobre *lettering* seguida de um momento prático.

Figura 14: Etapa prática do workshop.



Fonte: fotografia por Helena Cirimbelli.

Os participantes foram convidados a criar um *lettering* a partir de uma palavra ou frase seguindo o processo da Jessica Hische (2015), mesmo utilizado nesse projeto, porém de

maneira simplificada e livre devido ao tempo e em função do grau de familiaridade de cada um com o tema. Pode-se trocar experiências e aprender de maneira colaborativa.


O *workshop* auxiliou as etapas seguintes do processo em diversos momentos. Após sua realização partiu-se para a criação da *persona*.

3.2.6 Criação de *persona*

Persona é uma ferramenta que busca descrever de forma mais eficiente o público-alvo. São descrições do imaginário construído a partir de pessoas bem definidas, que são o resultado de dados de pesquisas e a partir de pessoas reais. (PAZMINO, 2015)

Com o intuito de personificar o perfil do público do projeto foi criada uma *persona* a partir das informações coletadas no *workshop*. Para melhor visualização foi feita em forma de ficha, como pode ser visto a seguir.

Quadro 6: *Persona*.

	<p>Amanda, 24 anos</p> <p>Arquiteta recém formada, atua na área. Sempre gostou de criar coisas, hoje seus hobbies são música e desenho. Paralelamente a seu trabalho formal ela pinta retratos por encomenda. Sente a pressão das pessoas que esperam que ela seja criativa sempre. Constantemente se debate com sua criatividade, conversa com amigos da área criativa, lê sobre o assunto, mas sempre tem fases de maior e menor inspiração. Depois de ler ou conversar sobre o assunto sempre se sente mais motivada. Não é muito organizada, mas utiliza calendário para checar datas e marcar compromissos. Gosta de se cercar de coisas que a inspiram principalmente no seu cantinho de trabalho, mesmo que muitas vezes acabe trabalhando em outros lugares da casa ou até fora de casa. Gosta de trocar ideias com os colegas de área, está sempre envolvida em algum projeto paralelo, sempre tem alguma ideia em mente. Gosta de fazer coisas que a inspiram e recarregam suas energias para criar, como ir para a praia e tomar um café.</p> <p>Interesses: música, arte, eventos culturais, exposições, livros, cinema. Características: sensível, inquieta, colaborativa.</p>
--	--

Fonte: elaborado pela autora.

3.2.7 Requisitos de projeto

Requisitos de projeto são um registro que serve para orientar o processo em relação às metas a serem atingidas. Funciona como um guia para que nada seja esquecido durante o processo. Feito após o levantamento de informações, tanto internas e externas, pode-se classificar os requisitos como necessário ou obrigatório e desejável, o primeiro tem um relacionamento mais forte com o público e são fundamentais para o projeto, já o segundo deve ser atendido conforme o possível, mas não é obrigatório. (PAZMINO, 2015)

O *workshop* foi importante para definir os requisitos de projeto. Alguns deles também foram retirados do *briefing* e análise de similares. Optou-se por classificá-los por relevância, que poderiam ser alta, média ou baixa. Os requisitos de projeto são detalhados no quadro a seguir por ordem de relevância:

Quadro 7: Requisitos de projeto.

REQUISITOS	RELEVÂNCIA
calendário de parede	alta
mês destacável e descartável	alta
arte do mês destacável (decoreção)	alta
destacar feriados e finais de semana	alta
o calendário deve se sustentar mesmo só com a folha do último mês	alta
formato que valorize os letterings	alta
acabamento e impressão que valorize os letterings sem pesar no orçamento	alta
utilizar cor para transmitir o mood de cada época do ano	média
começar a semana pela segunda-feira	média
espaço para escrever nos dias	média
inserir datas comemorativas relacionadas ao público	média
considerar dificuldade e custo da técnica	média
propor um desafio ou trazer uma mensagem ou dica a cada mês	baixa
calendário interativo	baixa

Fonte: elaborado pela autora.

Julgou-se importante resumir as orientações para a elaboração das frases sobre criatividade validadas no *workshop*. Para isso foi feito o quadro a seguir.

Quadro 8: Orientações para elaboração das frases sobre criatividade.

ORIENTAÇÕES PARA ELABORAÇÃO DAS FRASES
As palavras e o modo de escrever são importantes
Balancear criatividade ligada à arte e criatividade mais lógica, poética e concreta
Preferível frases inspiradoras ao invés de “broncas”
Menos fantasioso e romântico e mais metafórico e introspectivo
Relacionar as frases com os sentimentos dos meses
Não definir criatividade, tratar do processo

Fonte: elaborado pela autora.

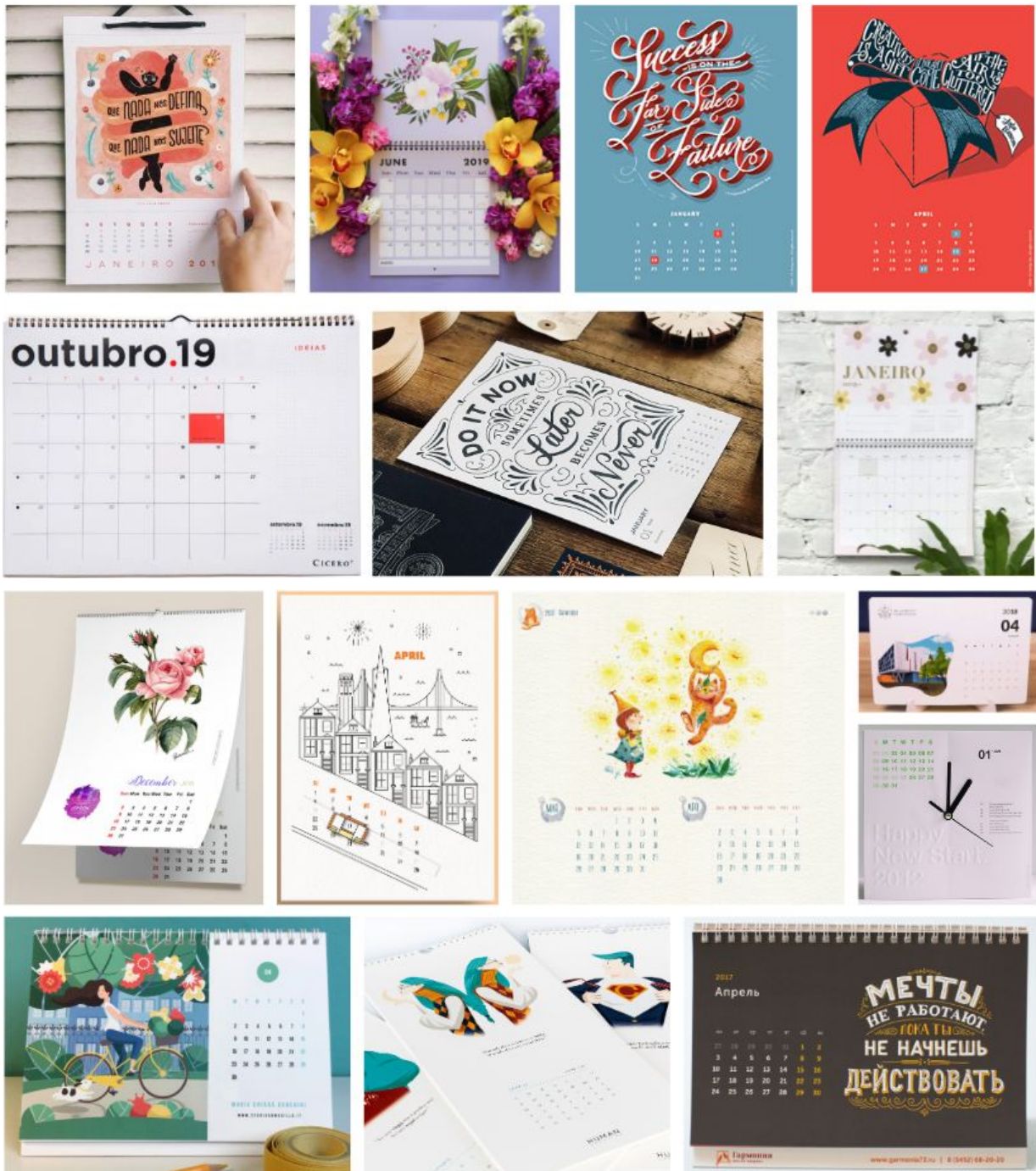
3.2.8 Pesquisa visual calendário

A pesquisa visual consiste em um painel de imagens para auxiliar o designer e a equipe na geração de alternativas a partir do levantamento de elementos estéticos como cor, forma, material, etc. Essa técnica é uma ótima fonte de formas visuais que servem de inspiração para gerar ideias para o projeto. (PAZMINO, 2015)

Para auxiliar a criação do calendário em si foi feito um painel visual com imagens de projetos similares. Posteriormente, outros painéis visuais foram criados com a mesma função de servir como referência visual, mas para auxiliar a criação dos *letterings*.

Buscou-se referências de calendários para se estudar encadernação, formato e fixação. Além disso buscou-se principalmente calendários que fossem ilustrados, alguns com *lettering* outros não, para se estudar uso da cor, harmonização de diferentes estilos de desenho, paleta cromática. Outro fator que se procurou nas referências foi a diagramação dos meses, a integração da ilustração com o o mês.

Figura 15: Painel visual calendário.



Fonte: 1 - encurtador.com.br/izPY3, acesso em 01.10.2018; 2 - encurtador.com.br/uHRZ3, acesso em 03.11.2018; 3 - encurtador.com.br/hBIL7, acesso em 01.10.2018; 4 - encurtador.com.br/rzI02, acesso em 03.11.2018; 5 - encurtador.com.br/ftyFL, acesso em 01.10.2018; 6 - encurtador.com.br/fhvAI, acesso em 03.11.2018; 7 - encurtador.com.br/shOS3, acesso em 01.10.2018; 8 - encurtador.com.br/hskP3, acesso em 01.10.2018; 9 - encurtador.com.br/cnyCL, acesso em 01.10.2018; 10 - encurtador.com.br/aAIJ0, acesso em 01.10.2018; 11 - encurtador.com.br/lpNOV, acesso em 01.10.2018; 12 - encurtador.com.br/tvIPR, acesso em 01.10.2018; 13 - encurtador.com.br/doqGS, acesso em 01.10.2018;

Assim, finalizou-se a etapa de pesquisa e partiu-se para a etapa seguinte.

3.3 Gerar ideias

3.3.1 Determinação das frases e materiais

Iniciando a etapa de geração de ideias foram determinadas as frases para cada mês e os materiais que seriam utilizados para cada estação. Para tanto, revisitou-se a pesquisa sobre criatividade, assim como o material utilizado para debater o tema no *workshop* e os requisitos levantados sobre as frases.

Iniciou-se com um *brainstorming* de ideias do que se queria transmitir sobre criatividade. Depois disso, foi feito um agrupamento dessas ideias. Cada grupo de ideias foi reduzido a uma sentença que resumisse uma ideia. Foram escolhidas doze dessas sentenças e a partir delas foram geradas algumas alternativas de frases. Ao final desse processo doze frases foram escolhidas.

Já os materiais deveriam ser quatro, um por estação do ano³. Considerou-se as restrições levantadas no *briefing*, sobre custo e familiaridade, e a necessidade do uso de cor como recurso para transmitir a ideia de cada época do ano. Usou-se como base o levantamento realizado anteriormente.

Assim, foi elaborado um quadro resumindo a definição das frases e materiais para cada mês e estação.

³ Meses de cada estações do ano definidas de acordo com as seguintes datas: verão de 21 de dezembro a 20 de março de 2019; outono de 20 de março a 21 de junho; inverno de 21 de junho a 22 de setembro e primavera: de 22 de setembro a 21 de dezembro.
Fonte: encurtador.com.br/tUY23, acesso em 18.02.2019.

Quadro 9: Definição das frases e materiais.

ESTAÇÃO	MÊS	FRASE	MATERIAL
Verão	Janeiro	you are everything you see, do, hear, experiment, feel, create	caneta hidrográfica
	February	inspire yourself in everything you love	
	March	creating inspires creativity	
Outono	April	allow yourself to be who you are	aquarela
	May	creating is only an exchange if you allow yourself to be seen	
	June	your creations reflect who you are	
Inverno	July	give your mind some time to be creative	lápis de cor
	August	creating is a constant process of improvement	
	September	take good care of yourself	
Primavera	October	being inspired is inspiring	tinta guache
	November	we are all in the eternal process of learning	
	December	being creative is a lifestyle, a choice, a necessity	

Fonte: elaborado pela autora.

Para fazer a distribuição das frases de maneira coerente com cada mês foram levados em consideração feriados, festas, campanhas, costumes. Por exemplo, para os meses do verão, início de ano, elencou-se frases mais positivas. Para o outono frases mais pessoais e introspectivas. Para os meses do inverno frases mais reflexivas. Já para a primavera, que coincide com os meses do final do ano, frases mais incentivadoras.

Para relacionar os materiais com as estações foi considerado aspectos como facilidade em obter tons vivos e variação de tons, possibilidade de criar texturas e degradês. Considerando o uso de cor, custo, experiência com a técnica, foram escolhidos os seguintes materiais: aquarela, lápis de cor, tinta guache e caneta hidrográfica colorida. É importante ressaltar que a utilização do material em si possui técnica devido às características do próprio material. Também levou-se em consideração que a primavera e o outono são estações mais amenas, enquanto o verão e o inverno são mais extremas. Por isso, os materiais que permitiam tons mais vivos foram alocados para essas estações mais extremas enquanto os materiais que permitiam degradês e variação de tons foram alocados para as estações mais amenas. Após essas definições foi possível dar continuidade à etapa de geração de alternativas.

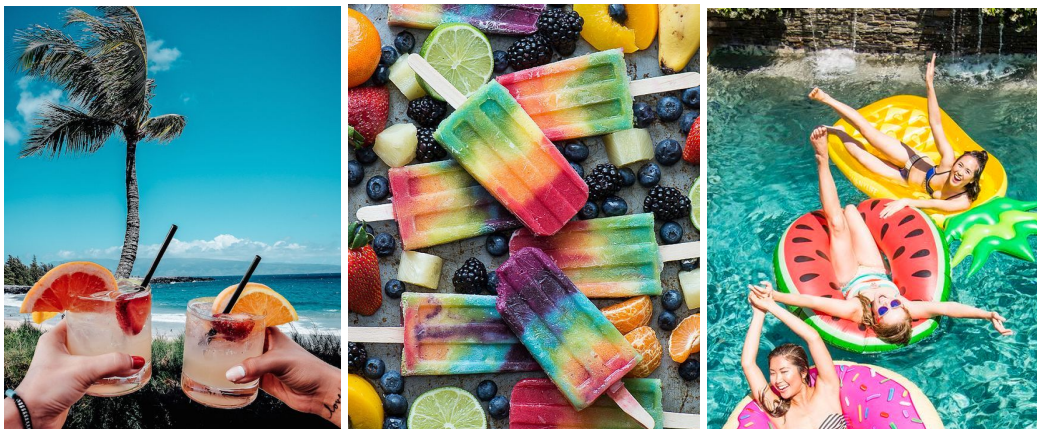
letras e composição, além da utilização de diferentes materiais, como definido anteriormente.

Esses conceitos serviram de guia para as etapas seguintes, influenciando desde a pesquisa até as especificações do calendário.

3.3.3 Pesquisa visual *letterings*

Sendo a aplicação de cores importante para o projeto resolveu-se iniciar a etapa de pesquisa por essa questão. Existe no imaginário coletivo uma paleta de cores associada a cada estação e procurou-se explorar essa paleta.

Figura 17: Pannel visual do verão.



Fonte: 1 - encurtador.com.br/BHV02, acesso em 10.04.2019;
2 - encurtador.com.br/dyLQR, acesso em 10.04.2019; 3 - encurtador.com.br/elwK3, acesso em 10.04.2019.

Figura 18: Pannel visual do outono.



Fonte: 1 - encurtador.com.br/qM129, acesso em 10.04.2019;
2 - encurtador.com.br/dyzHV, acesso em 10.04.2019; 3 - encurtador.com.br/aivEO, acesso em 10.04.2019.

Figura 19: Painel visual do inverno.



Fonte: 1 - encurtador.com.br/bEGS7, acesso em 10.04.2019;
2 - encurtador.com.br/oqzD6, acesso em 10.04.2019; 3 - encurtador.com.br/cvHS4, acesso em 10.04.2019.

Figura 20: Painel visual da primavera.



Fonte: 1 - encurtador.com.br/bhz57, acesso em 10.04.2019;
2 - encurtador.com.br/begPZ, acesso em 10.04.2019;; 3 - encurtador.com.br/lqw08, acesso em 10.04.2019.

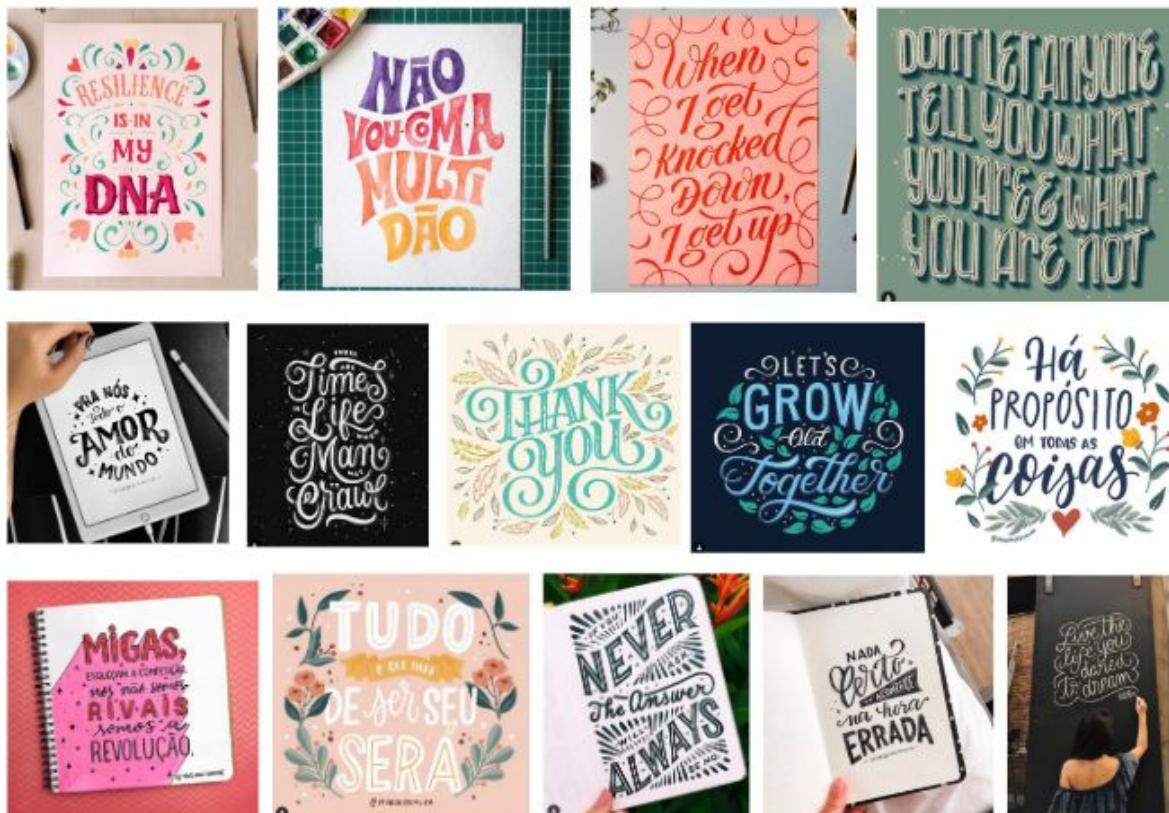
Buscou-se, portanto, para o verão uma atmosfera mais colorida, com mais movimento e vibração. Para o outono tons análogos, mais sóbrios. Para o inverno buscou-se a ideia de aconchego, com cores mais opacas predominando os tons de azul. Já para a primavera buscou-se o colorido das flores, puxando mais para tons de rosa e roxo, acompanhado de verde.

É importante ressaltar que esse direcionamento não limita o uso de cor para as artes, apenas serve de referência para determinar a atmosfera de cada período do ano. Uma ideia que pode ser trabalhada é mesclar as cores de cada estação nos meses de transição que iniciam no verão e terminam no outono, por exemplo. O uso da cor nesse sentido reforça os conceitos ciclo e efêmero. Outro ponto importante é que depende-se do material e da oferta do mercado para se obter as cores, além disso deve-se levar em conta o processo de digitalização e impressão.

Por fim, para fechar a pesquisa visual levantou-se referências para o desenho dos letterings. Buscou-se composições diferenciadas, artes com estilos de letras variados, com adornos e

sem adornos, coloridas e mais sóbrias. A pesquisa não restringiu-se pelo formato ou material utilizado. O objetivo foi levantar ideias diferentes para se explorar nos desenhos reforçando a experimentação.

Figura 19: Referências letterings.



- Fonte: 1 - <https://www.instagram.com/p/Bt05P4Kl0Yh/>, acesso em 16.03.2019;
 2 - <https://www.instagram.com/p/BYZiiXng5Q7/>, acesso em 16.03.2019;
 3 - <https://www.instagram.com/p/BvMW8m8l5qP/>, acesso em 16.03.2019;
 4 - <https://www.instagram.com/p/BnCWsBmFCR1/>, acesso em 16.03.2019;
 5 - <https://www.instagram.com/p/BkLjpiLgJDg/>, acesso em 16.03.2019;
 6 - <https://www.instagram.com/p/BvCNUCXgobv/>, acesso em 31.03.2019;
 7 - <https://www.instagram.com/p/Bqa2eFinhUd/>, acesso em 16.03.2019;
 8 - <https://www.instagram.com/p/BsqVQYsho9f/>, acesso em 16.03.2019;
 9 - <https://www.instagram.com/p/BsLO12lF7F0/>, acesso em 16.03.2019;
 10 - <https://www.instagram.com/p/BgFFykEHKfq/>, acesso em 16.03.2019;
 11 - <https://www.instagram.com/p/BraUGVLFa9G/>, acesso em 16.03.2019;
 12 - <https://www.instagram.com/p/BXoCptyh49n/>, acesso em 16.03.2019;
 13 - https://www.instagram.com/p/BlBcNLQbn_r/, acesso em 31.03.2019;
 14 - <https://www.instagram.com/p/BZ4Tav1A75N/>, acesso em 16.03.2019;

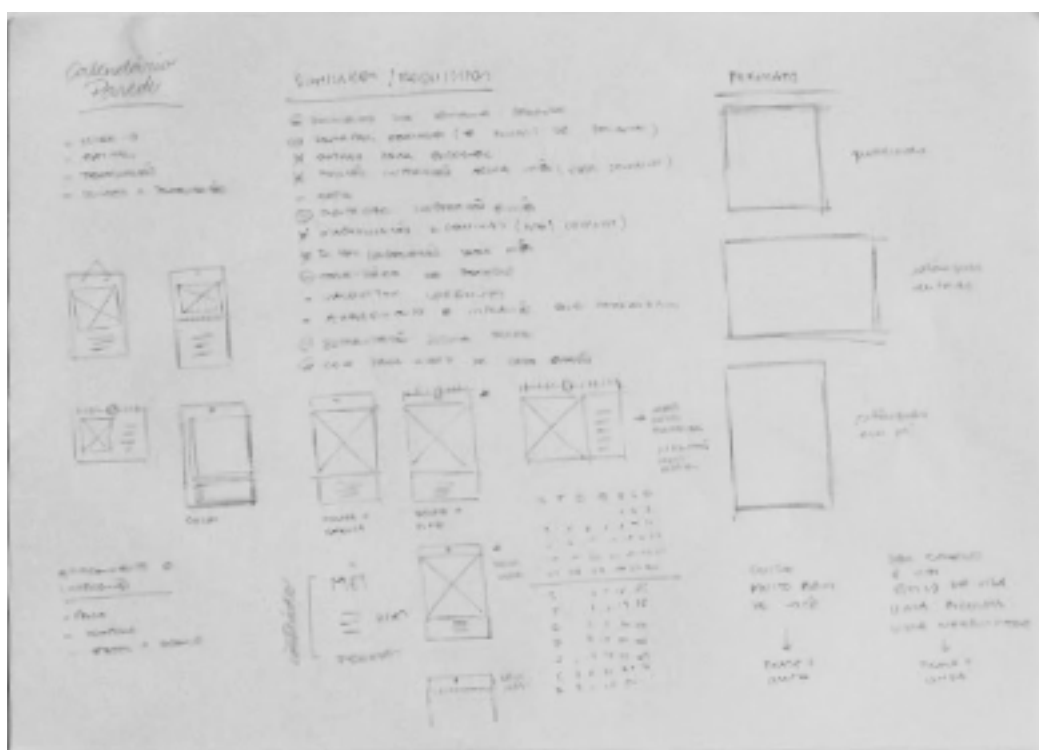
3.3.4 Alternativas calendário

A geração de alternativas para o calendário se baseou na análise de similares e nos requisitos de projeto. Partiu-se da definição de que será projetado um calendário de parede, já que durante a discussão no *workshop* essa ideia prevaleceu, pois todos aprovaram a

possibilidade de destacar a arte e o mês e concordaram que um calendário de parede seria mais interessante nesse sentido. Além disso, a maioria dos participantes já estava inclinada mais para um calendário de parede do que outras alternativas.

Sendo assim, os formatos para a arte limitaram-se a quadrado, retângular em retrato e retângular em paisagem. Analisando a maior e a menor frase definidas e como seria feita a impressão optou-se pelo formato quadrado para a arte, facilitando a impressão que provavelmente seria feita em gráfica rápida, sob demanda, utilizando os formatos A4 ou A3. Esse formato valoriza os letterings, já que nem todas as frases se acomodariam tão bem no formato retangular, tornando o quadrado mais democrático. Além disso, esse formato permite possibilidades como trabalhar simetria e composições baseadas na forma do círculo.

Figura 21: Geração de alternativas para o calendário.



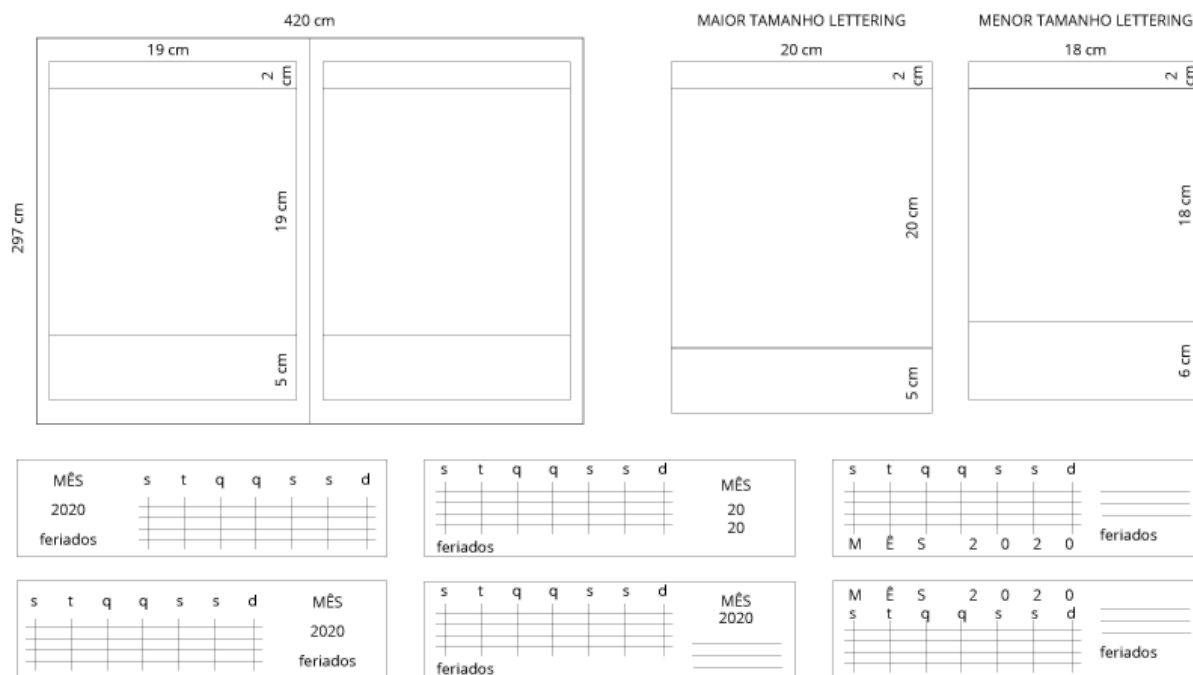
Fonte: elaborado pela autora.

Definido o quadrado como base para o formato partiu-se para alternativas de fixação e produção. Pensou-se em algumas possibilidades como utilizar wire-o, cola, um furo ou dois furos. Algumas das alternativas foram descartadas por não permitirem o destaque da ilustração e do mês. Julgou-se melhor posicionar o mês abaixo da ilustração porque além de ser o mais comum de acordo com a análise de similares também favorece o equilíbrio do calendário que, de qualquer maneira, será pendurado utilizando um ponto central.

Ainda sobre o formato, considerando a impressão em folha A4 ou A3 chegou-se a medidas mínimas e máximas para cada área do calendário. A largura mínima seria de 18cm e a máxima de 20cm, sendo a altura da ilustração correspondente com essas medidas. Considerando a largura do calendário entre essas duas medidas a altura para o espaço de fixação, seja ele qual for, seria de cerca de 2cm. Já a altura para as informações do mês

ficaria entre 5cm e 6cm. Também pensou-se em alternativas para a diagramação das informações do mês dentro do espaço reservado para esse fim.

Figura 22: Alternativas de medidas para o layout e diagramação.



Fonte: elaborado pela autora.

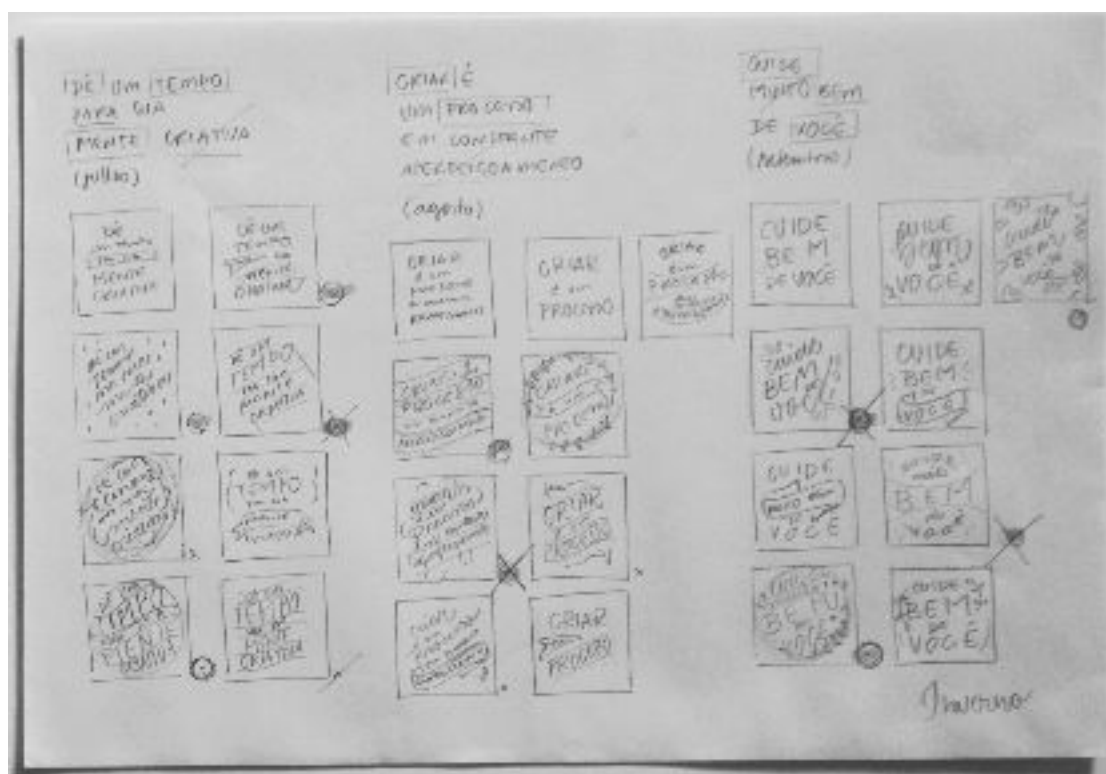
As alternativas de fixação e produção, assim como formato, seriam testadas e validadas, ou não, junto às gráficas onde o calendário poderia ser produzido. Assim, partiu-se para a última parte da etapa de gerar alternativas.

3.3.5 Miniaturas

Miniaturas são esboços em pequena escala utilizados para gerar ideias, principalmente para a composição dos *letterings*. Nesse momento é importante estudar quais as palavras mais importantes na frase, essas devem ser destacadas ao mesmo tempo que pode-se brincar com a escala das palavras menos importantes. Esse exercício de hierarquia é fundamental para um resultado legível e claro, sem perder ou distorcer o significado da frase. Também é o momento de testar como a frase será encaixada na composição.

Sendo assim, foram criadas algumas miniaturas para cada uma das doze frases que irão compor o calendário. Também foi gerada algumas alternativas de estilos de letras e elementos decorativos que poderão ser utilizados nos esboços, próxima etapa do processo.

Figura 23: Miniaturas.



Fonte: elaborado pela autora.

A pesquisa visual focada nos letterings foi bastante útil nesse momento como referência principalmente para a composição. Procurou-se selecionar doze referências de composição

diferentes para relacionar cada uma com os doze meses do ano. As miniaturas foram baseadas nessas referências.

É importante ressaltar, como já citado, pesquisa visual é um exercício diário (HISCHE, 2015). Portanto, algumas soluções não diretamente ligadas à pesquisa visual em si devem aparecer devido à bagagem visual da própria autora. Assim finalizou-se a etapa gerar alternativas e partiu-se para a etapa testar.

3.4 Testar e Selecionar

3.4.1 Esboços

O primeiro passo dessa etapa foi selecionar quais miniaturas seriam esboçadas. O foco dessa seleção foi definir uma composição diferente para cada mês e ao mesmo tempo relacioná-la com a atmosfera que se buscava para cada estação. Por exemplo, para o verão procurou-se dar preferência para composições que tivessem mais movimento. Os estilos de letra e elementos decorativos são decisões feitas a partir do esboço onde o desenho é ampliado, pois, até então em escala reduzida, não se tem muito espaço para explorar detalhes. Um grande dificultador desse processo foi perceber que o tamanho da frase e o tamanho das palavras na frase influenciam o desenho, assim nem sempre a composição ideal para o mês ou estação em questão fechava com a frase do mesmo. E nem sempre a melhor composição para a frase em questão fechava com a ideia que se queria transmitir naquele mês ou estação. Tomar essas decisões não foi fácil, mas os painéis visuais foram um grande auxílio. Depois de definido o caminho a se seguir os próximos passos foram naturais.

Antes de partir para o esboço, já no tamanho certo para ser refinado, preferiu-se testar mais as ideias desenhando-as num sketchbook. Isso foi importante para aumentar as chances de acertar o desenho do esboço sem precisar de muito refinamento, o que foi interessante, pois, a quantidade de desenhos era considerável. Assim, pode-se fazer pequenas ou grandes mudanças, ajustes, descartar e ter novas ideias antes de se comprometer com um esboço mais finalizado.

Quanto ao estilo das letras e nível de detalhamento do desenho levou-se em consideração as características gerais já conhecidas de alguns materiais. Por exemplo, deu-se preferência para um estilo mais caligráfico para os lettering em aquarela e guache que são materiais aplicados com pincel e, por isso, facilitam o desenho desses estilos de letra. Vale destacar que procurou-se não utilizar mais de três estilos de letra diferentes num mesmo desenho pois essa é uma boa prática no *lettering*.

Finalmente, chegou-se ao momento de fazer os esboços. Para se ter espaço para detalhamento e garantir tamanho suficiente para preservar a qualidade da digitalização posteriormente optou-se por desenhar em folhas tamanho A3. Iniciou-se delimitando um quadrado na folha, já que essa seria a proporção trabalhada de acordo com a geração de alternativas para o calendário. Traçou-se a margem e o centro do quadrado. Depois construiu-se a estrutura da composição com algumas linhas guias. Há várias maneiras de desenhar as linhas guias para definir a estrutura de um *lettering*, no caso desse projeto para cada desenho adaptou-se o desenho das mesmas de acordo com as características da

composição. Primeiramente apenas o esqueleto das letras foi inserido para facilitar ajustes de encaixe, espaçamento entre as letras e alinhamento com as linhas guias. Após isso, trabalhou-se as palavras já definindo seus estilos de letra. Por fim, inseriu-se os elementos decorativos e outros detalhes.

Figura 24: Esboços processo.



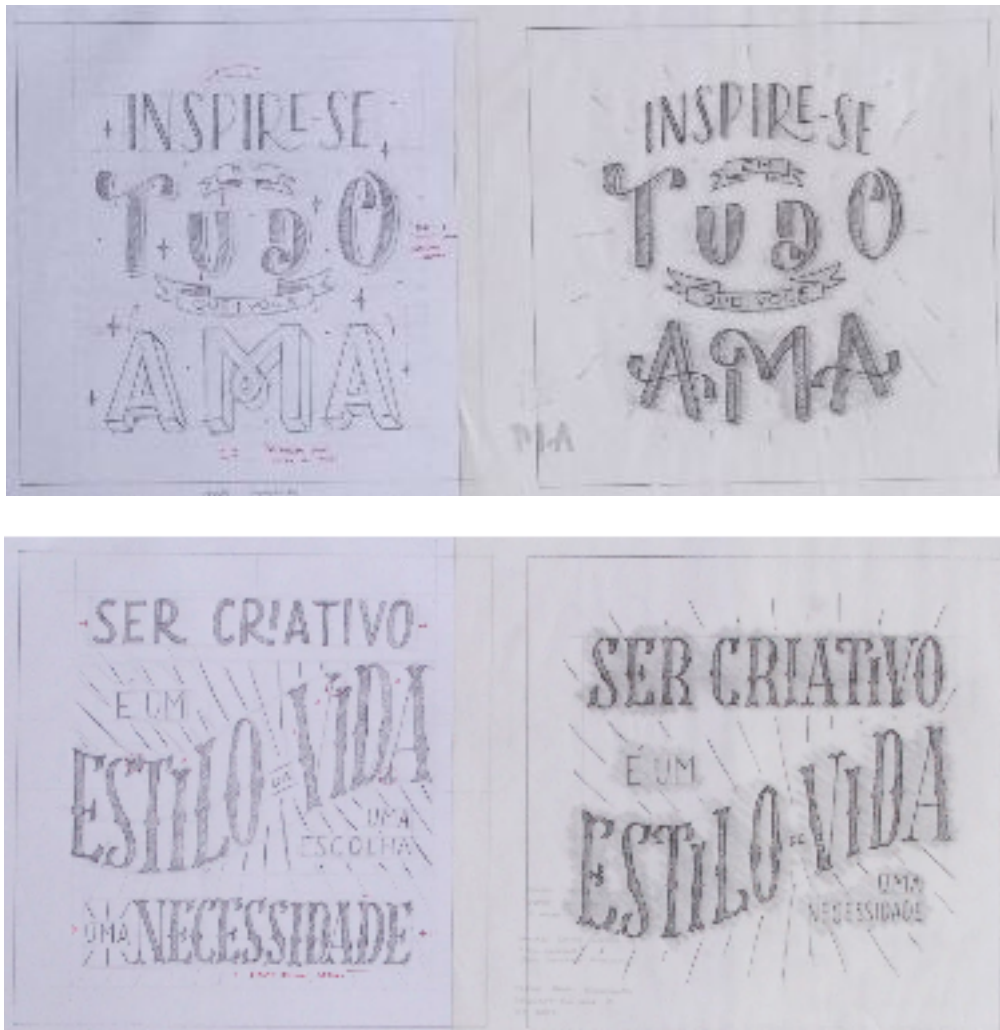
Fonte: elaborado pela autora.

Esse processo foi semelhante ao passo a passo descrito no livro “In Progress” (HISCHE, 2015), referenciado nesse texto em diversos momentos. O primeiro passo é traçar as linhas guias, incluindo linha de base, altura de x para as minúsculas e altura da caixa alta para as maiúsculas. Apenas para esse momento, utiliza-se um papel quadriculado atrás da folha onde está desenhando. O segundo passo consiste em construir as letras, em pequenas etapas tomando pequenas decisões em cada uma delas. Começando com um traço leve para definir o esqueleto, adicionando peso, e por último inserindo serifa, floreios e outros elementos decorativos. Só então as linhas são reforçadas e farão parte do desenho final, diferenciando-as das linhas guias.

É interessante fazer algumas observações. Apenas utilizou-se régua para as margens e para demarcar o centro da folha. Tanto Jessica Hische (2015) quanto a Martina Flor (2017) concordam que confiar mais no olho do que na matemática (usando régua) permite equilibrar o desenho de uma maneira mais natural. Diferente da Jessica Hische, a Martina

Flor defende que é necessário preencher as formas das letras para verificar a distribuição de peso da composição, esse direcionado foi aplicado nos esboços desse projeto.

Figura 25: Esboços finais.





Fonte: elaborado pela autora.

A cada esboço concluído foram inseridas algumas anotações de ajustes que precisaram ser feitos na etapa de refinamento. Finalizados os esboços, eles foram colocados lado a lado para verificar como estavam funcionando em conjunto, assim foram anotadas mais algumas observações para o refinamento. Também foram anotados testes que poderiam ser feitos com os materiais para experimentar seu comportamento nos contextos definidos nos desenhos. Assim, partiu-se para a etapa de teste dos materiais e técnicas.

3.4.2 Teste dos materiais e técnicas

Como a proposta deste projeto era experimentar explorando técnicas e materiais diferentes foi necessário testá-los para conhecê-los. Os testes realizados com cada um desses materiais foram listados:

- Cobertura do preenchimento;
- Sobreposição de camadas de preenchimento da mesma cor;
- Sobreposição de camadas de preenchimento de cores diferentes;
- Precisão do traço e menor espessura alcançável;
- Mistura de cores;
- Degradê de uma cor só;
- Degradê entre duas cores;
- Cobertura do grafite;
- Observações sobre as especificidades do material;

Relembrando, os materiais definidos foram caneta hidrográfica para verão, aquarela para o outono, lápis de cor para o inverno e guache para a primavera. Utilizou-se folha Canson Layout 180g/m² para a caneta hidrográfica e lápis de cor e folha Canson Aquarelle 300g/m² para a aquarela e a guache.

Após testar cada um dos itens listados anteriormente para cada cada material pontuou-se e comparou-se seu comportamento entre os materiais testados, sendo os resultados organizados em um quadro para melhor visualização.

Quadro 10: Testes materiais e técnicas.

TESTE	CANETA HIDROGRÁFICA	AQUARELA	LÁPIS DE COR	GUACHE
Preenchimento	não muito fechado, fica marcado	boa cobertura, mancha característica	depende da espessura da ponta do lápis, textura característica	boa cobertura, textura característica
Sobreposição mesma cor	obtem-se melhor cobertura, porém fica marcado	obtem-se melhor cobertura, pode ficar marcado se a camada abaixo estiver seca	obtem-se melhor cobertura, não fica muito marcado	obtem-se cobertura quase uniforme
Sobreposição cores diferentes	cores se misturam, podendo mudar a cor de cima	cores se misturam, podendo mudar a cor de cima	cores se misturam, podendo mudar a cor de cima	cores se misturam, podendo mudar a cor de cima
Precisão do traço	boa precisão, espessura fina	não muito preciso, variação de espessura	precisão varia com a ponta, permite espessura fina e mais grossa	mais preciso que aquarela, permite variação de espessura
Mistura de cores	pode ser feita com sobreposição	pode ser feita antes ou direto no papel	pode ser feita com sobreposição	pode ser feita antes ou direto no papel

Degradê uma cor	pode ser criado com hachuras	é possível e funciona bem	é possível e funciona bem	é possível e funciona bem
Degradê duas cores	pode ser criado, mas fica bem marcado	é possível e funciona bem	é possível e funciona bem	é possível, fica mais marcado que aquarela
Cobertura do grafite	pode ficar aparente com cores claras, precisa esperar secar	fica bem aparente, remover ao máximo antes, precisa esperar secar	não cobre muito bem o grafite, solta pó e pode borrar usando borracha	pode ficar aparente com cores claras, precisa esperar secar
Observações	possibilidade de criar texturas com hachuras	possibilidades de obter tons e cores misturando-as e adicionando água	pode-se criar texturas pintando apoiando a folha em superfícies texturizadas	semelhante à aquarela, porém mais seca e opaca, permite mais controle

Fonte: elaborado pela autora.

Com os testes dos materiais percebeu-se alguns desafios que seriam enfrentados. Para a caneta hidrográfica percebeu-se que cobrir grandes áreas ficaria marcado e muitas camadas de tinta poderiam danificar o papel. Por outro lado, as cores das canetas encontradas no mercado são vibrantes e fecham com a ideia que se queria transmitir para o verão. Para a aquarela existem técnicas que poderiam ser exploradas, como utilizar máscara para aquarela para preservar o branco do papel. Optou-se pelo lápis de cor aquarelável por ser mais macio de desenhar. A guache era o material mais desconhecido, nunca tinha sido manuseado pela autora. Percebeu-se que é semelhante à aquarela, mas possui características particulares interessantes, como ser mais seco e permite maior controle.

Figura 26: Testes materiais e técnicas.



Fonte: elaborado pela autora.

Um dos experimentos mais interessantes, entretanto, não foi escolher materiais totalmente desconhecidos, mas usar materiais que se tem à disposição para aplicar no *lettering*, mesmo não sendo materiais tão usuais para esse fim. Realmente o *lettering* permite o uso de muitos tipos de materiais diferentes. Essa etapa foi essencial para calcular melhor como explorar cada material na finalização dos letterings. Por fim, para finalizar a etapa de testes partiu-se para o teste do calendário.

3.4.3 Refinamento dos esboços e criação da arte final

Com os esboços definidos e os materiais testados, o que foi importante para visualizar como cada material se comportaria na finalização, partiu-se para o refinamento dos desenhos. Para tanto, optou-se por utilizar camadas de papel manteiga. A utilização dessa técnica pela Martina Flor (2017) é outra diferença do processo dela para o da Jessica Hische (2015), que esboça e finaliza o desenho no mesmo papel. Martina defende que assim consegue melhorar seu *sketch* sem perder a referência anterior e sente mais liberdade para fazer mudanças mais radicais.

Como houve uma preocupação em ser assertivo na definição da composição e estilo de letra de cada desenho pensando no conjunto dos meses e já que o esboço já estava bem detalhado não foi necessário utilizar muitas camadas de refinamento. Alguns *sketches* foram resolvidos com apenas uma camada de papel manteiga, sendo que o máximo usado foi quatro camadas para um mesmo *lettering*. Houve a preocupação de buscar um bom acabamento para a última camada de refinamento, pois foi utilizada a técnica de decalque

para transferir o desenho original para a folha de finalização. Essa agilidade no refinamento contribui para se ganhar tempo para o próximo processo, a finalização.

Os letterings finais foram feitos por estações, aproveitando o uso do mesmo material. Foram utilizados os mesmos materiais e papéis descritos no tópico anterior, teste dos materiais e técnicas.

Figura 27: Finalização dos letterings.



Fonte: elaborado pela autora.

Encontrou-se dificuldades e surpresas no momento de aplicar cada material no contexto real de finalização. Por exemplo, percebeu-se que não se teria um bom acabamento de fosse feito fundo nos desenhos com caneta hidrográfica, o que levou a decisão de não aplicar fundo em nenhum desenho para manter a unidade. Já em relação à guache, percebeu-se que a tinha deslizando melhor no papel e dava melhor acabamento com a adição de mais água só depois do primeiro lettering finalizado. O lápis de cor precisou ser apontado diversas vezes durante a finalização, talvez se tivesse se optado por usar lápis de cor não aquarelável teria-se esse incômodo minimizado.

Outra percepção que surgiu nessa etapa foi sentir a necessidade de voltar a refinar alguns poucos desenhos para dar unidade ao todo. Alguns tinham muitos detalhes ou as letras estavam muito reduzidas em relação aos outros letterings. Outro fato que ocorreu foi a necessidade de finalizar novamente um desenho por não se ter chegado nas cores desejadas, porém também foram apenas alguns desenhos.

Para a capa o processo foi um pouco diferente. Para cada número utilizou-se um material diferente, sendo no total eram quatro números e quatro materiais aproveitou-se a oportunidade. Por esse motivo, foi utilizado um papel para técnica mista, feito a base de bambu com gramatura de 265g/m².

Figura 28: Finalização capa.



Fonte: elaborado pela autora.

Apesar de ser um papel um pouco áspero para aplicação das tintas usadas, obteve-se um bom acabamento. A finalização foi umas das etapas mais desafiadoras até o momento, mas, por fim, foi concluída. Assim, com todos os lettering prontos pode-se partir para a digitalização dos mesmos.

3.4.4 Teste digitalização e impressão dos *letterings*

Para que todo o trabalho executado até então pudesse ser realmente transformado em uma peça gráfica impressa dependia-se do sucesso da digitalização do material criado. Portanto, aproveitou-se a etapa de teste para ensaiar a digitalização e conferir como sairia a qualidade da impressão.

Para isso, os desenhos foram fotografados com câmera semiprofissional e auxílio de tripé, utilizando luz natural, para produzir fotos não distorcidas e com o mínimo de sombra possível. Esses aspectos foram importantes para evitar correções das imagens, a intenção foi se concentrar no tratamento para retirar o fundo das mesmas conservando o lettering e as características do feito à mão. As fotos foram obtidas conforme o desejado e tratadas no Photoshop. Não foi necessário fazer grandes ajustes, apenas aproveitou-se para fazer pequenas correções que se encontrou nos desenhos finalizados.

Figura 29: Digitalização.



Fonte: elaborado pela autora.

O foco foi conservar as texturas dos materiais no papel e ainda assim conseguir retirar o fundo. Foi preciso bastante tratamento, mas chegou-se ao resultado desejado. O passo final desse teste foi a impressão. Foi escolhido um papel próximo, porém de menor gramatura, ao que seria usado na produção do calendário, sendo o offset 180g/m². O resultado foi bom, as cores ficaram satisfatórias e a textura de cada material usado foi conservada. Percebeu-se que a escolha de usar um papel maior que o tamanho A4, mais comum, para os desenhos foi uma boa decisão, pois ajudou no nível de detalhes durante a criação que apareceram no desenho, mesmo em escala menor.

Figura 30: Teste de impressão.



Fonte: elaborado pela autora.

Com a impressão verificou-se que ainda era necessário remover ruídos do fundo das imagens, mas o teste foi considerado satisfatório. De todos os doze meses, além da capa, apenas o mês de julho precisou ser refeito, pois as cores escolhidas para a finalização não deram contraste suficiente com o papel e o desenho ficou muito prejudicado na imagem. Portanto, as fotos produzidas nesse momento já serviram para a digitalização final dos letterings. Assim, finalizou-se as etapas de processo de lettering para se retornar ao processo gráfico do calendário.

3.4.5 Teste de impressão do calendário

Retomando o processo da produção do calendário o layout foi definido a partir das alternativas geradas na etapa criativa. Escolheu-se a fonte Arima Mudari, que possui características de caneta pincel, comum na caligrafia. Os traços delicados conversavam com o estilo de lettering desenvolvido. Além disso, o desenho dos números ficou mais

interessante, com personalidade, o que era importante já que no caso de um calendário números representam a maior parte do conteúdo escrito. Para a legenda dos feriados optou-se pela Roboto, fonte já conhecida e utilizada pela autora e que possui proporções que combinam com a tipografia principal selecionada.

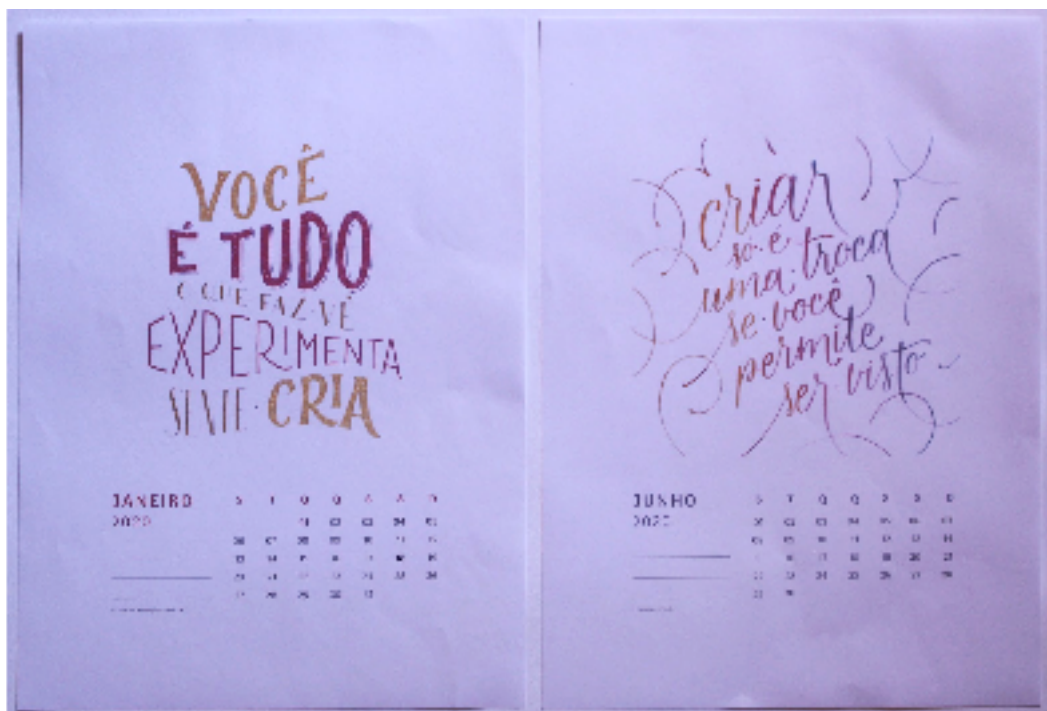
Figura 31: Fonte escolhida - Arima Mudari

s t q d	JANEIRO
	ABRIL
	MAIO
1 2 3 4 5	AGOSTO
	DEZEMBRO
6 7 8 9 0	2020

Fonte: elaborado pela autora.

Optou-se por utilizar cores para destacar os títulos e informações com a cor predominante do lettering do respectivo mês. Utilizou-se negrito para destacar os finais de semana. Vale lembrar que as margens e espaços entre imagem e texto foram pensados para possibilitar a encadernação e o picote para destacar o desenho. Para verificar legibilidade, layout, cores foi feito um teste de impressão.

Figura 32: Teste de impressão calendário.



Fonte: elaborado pela autora.

A partir da análise do teste de impressão foram identificadas algumas melhorias que poderiam ser feitas. A fonte da legenda ficou muito pequena e nesse tamanho a versão *light* da Roboto ficou falhada, além disso as informações importantes como feriados e finais de semana poderiam contrastar mais com as outras informações. O espaço entre os números ficou fácil de ler e encontrar os dias da semana. A distância entre lettering e texto para alguns desenhos ficou apertado para comportar o picote, por outro lado daria ainda de aproveitar melhor o espaço da margem já que não existia a necessidade de corte após a impressão. Por outro lado, as fontes escolhidas foram aprovadas e o uso da cor contribuiu para a hierarquia da informação. O layout como um todo ficou limpo, direto, sem deixar de ser interessante e mais importante, destacou o lettering, o que era o intuito desde o início do projeto. Assim, finalizou-se a etapa de teste e partiu-se para a etapa de execução.

3.5 Implementar

3.5.1 Especificações calendário e produção

As especificações do calendário foram encaminhadas de acordo com os testes realizados na etapa anterior e com o aspecto final desejado. Sendo assim, o papel foi definido como o offset 180g/m², que possui acabamento sem brilho e com um pouco de textura, valorizando o processo feito a mão que não queria se perder. Utilizou-se as dimensões do papel tamanho A4. A impressão em quatro cores foi feita a laser, pois definiu-se que a produção seria por demanda. Optou-se por uma encadernação mais simples com dois furos e fita de cetim preta. Foi adicionada ao final das páginas uma folha triplex para sustentar o calendário quando se chegar aos últimos meses. Por fim, após percorridas todas as etapas, desde pesquisa e criação até execução e implementação, chegou-se ao final do projeto com a impressão do protótipo do calendário.

Figura 32: Protótipo do calendário.





Fonte: elaborado pela autora.

Todos os requisitos de alta relevância foram atendidos, como destacar a arte do mês, valorizar os letterings, não ter custo de produção muito alto, destacar feriados e finais de semana. Os requisitos de média relevância foram parcialmente atendidos, buscou-se utilizar a cor para transmitir a ideia de cada estação, começar a semana pela segunda-feira, o espaço para escrever foi deixado ao lado do calendário. Já os requisitos de baixa relevância não foram atendidos, pois estavam mais voltados para o calendário em si do que para os letterings, porém, como já foi mencionado, o foco eram os desenhos. Portanto, considera-se que o resultado final ficou de acordo com o processo desenvolvido e os requisitos levantados. O resultado de todas as páginas pode ser conferido no Apêndice 4.

3.7 Aprender

3.7.1 Discussões sobre as etapas de projeto

A proposta do projeto em questão era não só criar *letterings* para aplicar em calendário impresso, mas também aprender com a prática para embasar discussões sobre o processo de *lettering* e como ele pode ser combinado com o processo de design.

De maneira geral, combinar o processo de *lettering* com o processo de design foi interessante para agregar etapas como conceituação, pesquisa visual, análise de similares que não estão no processo de desenho em si, mas podem alimentar o processo de criação e guiar as decisões de projeto.

Sobre os esboços, verificou-se que algumas decisões foram diferenciais para a eficiência do processo. Concluiu-se que aproveitar a etapa de pesquisa e geração de ideias para direcionar os esboços auxiliou para que a etapa criativa acontecesse de maneira fluída. Especialmente o painel visual com referências de *letterings* influenciou a composição e estilos dos desenhos diretamente. Isso porque na escolha das imagens já se buscou referências variadas nesses aspectos. Esse direcionamento foi importante para tornar o processo mais metódico e prático. As miniaturas foram geradas a partir dessas composições e os estilos de letra e outros elementos foram pensados para se encaixar nelas. Outra decisão acertada foi, depois de selecionar quais miniaturas virariam esboços, ampliar as miniaturas escolhidas em um *sketch*. Isso foi feito de maneira bem simples, mas ajudou a testar o desenho e antecipar escolhas ruins antes de se fazer um esboço mais bem acabado.

Após a criação dos esboços foi importante colocá-los lado a lado para avaliar se havia uma unidade mesmo a proposta sendo usar estilos e materiais diferentes. Com isso pode-se repensar alguns *letterings*, encurtando frases e fazendo pequenas alterações que deram mais unidade ao todo. É importante ressaltar como o refinamento foi fundamental para se alcançar a qualidade visual e técnica que se queria, essa etapa é definitiva para se ampliar o potencial do desenho.

A finalização se mostrou desafiadora pela escolha de materiais diferentes, alguns nunca utilizados por mim. Mesmo testando-os previamente, quando se aplicou os mesmos no contexto de finalização foi que se conheceu melhor esses materiais. Devido a isso houve algum retrabalho, pois não se chegou na cor desejada, ou se fez uma má escolha para aplicar o material que não ficou legal visualmente.

Outro desafio foi o processo de digitalização, já que a autora não tinha experiência com esse tipo de finalização. Considera-se que se alcançou um bom resultado, mas concluiu-se que quanto mais se conhece o processo para produzir para a aplicação em questão mais assertivo o processo se torna e mais chances de se alcançar o resultado desejado.

4. CONCLUSÃO

Conclui-se que o objetivo de criar e produzir letterings para um calendário impresso foi alcançado. As metodologias escolhidas foram eficientes em guiar as etapas do projeto. Considerou-se que a combinação dos processos de design e *lettering* funcionam, sendo que o processo de design enriqueceu o de *lettering* no contexto em questão.

Os objetivos traçados foram alcançados. O levantamento das técnicas e materiais foi interessante para mostrar a abrangência das opções e para auxiliar a escolha dos materiais usados. O workshop foi importante para envolver o público e direcionar decisões de projeto e também para ajudar na definição das frases. Optar por formular frases autorais a partir do que já se conhecia e de pesquisa sobre criatividade foi interessante para dar mais flexibilidade para o desenho dos letterings, pois pode-se fazer escolhas e modificá-las em função da aparência visual dos desenhos. Apesar da escolha de materiais que não se conhecia e de optar pela digitalização da finalização manual considera-se que se alcançou um resultado satisfatório. Quanto aos desenhos em si considera-se que se alcançou resultados interessantes com qualidade visual e técnica.

Por fim, pode-se gerar discussões sobre o processo de criação e produção de *lettering* no contexto de um projeto de design gráfico e gerar aprendizados a partir da prática. Ressalta-se que os letterings digitalizados podem ser aproveitados para outras aplicações e produtos. Quanto ao calendário em si, ele pode se tornar um produto para ser comercializado. A princípio, vai ser feito um levantamento das pessoas que demonstraram interesse pelo projeto durante seu desenvolvimento para verificar quem teria interesse em adquirir seu calendário para produzir sob demanda.

5. REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Th!inking**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

DONATO, Hernâni. **História do Calendário**: como o homem contou o tempo. 2 ed. São Paulo: Melhoramentos: ed. da Universidade de São Paulo, 1978.

FLOR, Martina. **The Golden Secrets of Lettering**. New York: Princeton Architectural Press, 2017.

GOLEMAN, Daniel. **Foco**: a atenção e seu papel fundamental para o sucesso. 1 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.

GRANT, Adam. **Originais**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

HISCHE, Jessica. **In Progress**. San Francisco: Chronicle Books, 2015.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e Devagar**: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho**: 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.

MORAES, Ana Maria; SANTA ROSA, José Guilherme. **Design participativo, técnicas para inclusão de usuários no processo de ergodesign de interfaces**. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2012.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria**: 40 métodos para design de produto. 1 ed. São Paulo: Editora Blucher, 2015.

STERNBERG, Robert J. **Psicologia Cognitiva**. 5 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

VIEIRA, Fernando. **Origem do Nosso Calendário**. Disponível em <<http://www.planetariodorio.com.br/origem-do-nosso-calendario-2/>> Acesso em: 03 de novembro de 2018.

6. APÊNDICE

Apêndice 1 - Ficha do participante aplicada no *workshop*

Nome:

Idade:

E-mail:

Área de formação:

Área de atuação:

Interesses:

- Livros
- Cinema
- Eventos culturais
- Bar
- Escrever
- Arte
- Festas
- Praia
- Exposições
- Música
- Desenho
- Outros: _____

De 1 a 5, qual seu nível de interesse pelo tema calendário?

De 1 a 5, qual seu nível de interesse pelo tema criatividade?

De 1 a 5, qual seu nível de interesse pelo tema lettering?

Qual seu nível de familiaridade com lettering? (assinale quantas alternativas quiser)

- Curto fotos no Instagram
- Tenho algum livro ou material sobre
- Assisto vídeos sobre o assunto
- Às vezes desenho
- Procuo o tema para usos específicos
- Pratico caligrafia com certa frequência
- Faço workshops e me interesso por temas similares como tipografia e caligrafia
- Outros: _____

Você concorda que ao participar deste workshop e preencher esta ficha suas respostas podem ser usadas (sem identificação) assim como fotos deste evento no texto do Projeto de Conclusão de Curso do qual este workshop faz parte?

Apêndice 2 - Frases sobre criatividade utilizada no *workshop*

“Criatividade é uma memória associativa que funciona excepcionalmente bem”.

(KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e Devagar**: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.)

“Insights criativos implicam a junção de elementos de um modo útil e original.” (GOLEMAN, Daniel. **Foco**: a atenção e seu papel fundamental para o sucesso. 1 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.)

“Criatividade é apenas conectar coisas” (Fonte:

<<https://www.tecmundo.com.br/steve-jobs/53581-7-citacoes-memoraveis-de-steve-jobs.htm>>, acesso em 19/10/2018.)

“O cérebro artista é associativo e livre. Faz conexões novas, juntando imagens para invocar sentido.” (CAMERON, Julia. **O Caminho do Artista**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.)

Um estado de bom humor afrouxa o controle do nosso sistema mais lógico. Quando de bom humor as pessoas se tornam mais intuitivas e mais criativas. (KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e Devagar**: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.)

Uma mente à deriva permite que nossa essência criativa flua. Nos tornamos melhores para coisas que dependem de insights e ideias originais. (GOLEMAN, Daniel. **Foco**: a atenção e seu papel fundamental para o sucesso. 1 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.)

“Como você pode ver, a imaginação precisa de tempo livre - um ócio longo, ineficiente, feliz, casual, sem direção.” (CAMERON, Julia. **O Caminho do Artista**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.)

“O tempo livre deixa o espírito criativo florescer. Agendas apertadas o matam.” (GOLEMAN, Daniel. **Foco**: a atenção e seu papel fundamental para o sucesso. 1 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014.)

“Compartilhar te dá a chance de criar conexões.” (Fonte:

<<https://www.youtube.com/watch?v=6URgtrF32B4>>, acesso em 19/10/2018.)

“Para fazer as conexões acontecerem, temos que permitir sermos vistos, verdadeiramente vistos.” (KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho**: 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.)

“O problema de acumular é que você acaba vivendo das suas reservas. Eventualmente, você ficará sem graça. Se dá tudo o que tem, fica sem nada. Isso o obriga a olhar, a estar atento, a reabastecer... De alguma maneira, quanto mais você dá, mais volta para você.” (KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho**: 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.)

“A arte é uma técnica de comunicação.” (CAMERON, Julia. **O Caminho do Artista**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.)

“Não acredito em prazeres culpados. Se você gosta de algo pra c*****, vai fundo.” (KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho**: 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.)

“Se algo te excita, vá em frente e faça. Se algo o drena, pare de fazê-lo.” (KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho**: 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.)

“O trabalho que você faz enquanto fica enrolando é provavelmente o trabalho que deveria estar fazendo para o resto da sua vida” (HISCHE, Jessica. **In Progress**. San Francisco: Chronicle Books, 2015.)

As coisas que você ama além do seu trabalho são as coisas que você deveria explorar no seu trabalho. Quando você não sabe por quais coisas é apaixonado ou que você deveria estar

fazendo, lembre-se do que você costumava fazer na sua infância. (Fonte: <<https://www.thedesignconference.com.au/lauren-hom-keynote-2017/>>, acesso em 19/10/2018.)

O que você vai fazer com pedaços de papel preenchidos com ideias? Com uma folha de papel para aquarela e tubos de tinta? Com o manuscrito abandonado que você guardou na sua pilha de bagunça? Você cria. Talvez agora não importa para onde isso vai levar você, apenas crie. Faça alguma coisa, e então descubra o resto enquanto você continua no seu caminho. (Fonte: <<http://abbey-sy.com/2018/05/23/on-creative-uncertainty/>>, acesso em 19/10/2018.)

“Seja lá o que digamos, estamos sempre falando de nós mesmos.” (KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho**: 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.)

“Seja sua própria fonte de inspiração” (Fonte: <<https://www.thedesignconference.com.au/lauren-hom-keynote-2017/>>, acesso em 19/10/2018.)

“Também o artista e não só o trabalho está em desenvolvimento.” (Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=6URgtrF32B4>>, acesso em 19/10/2018.)

“Se você quiser trabalhar na sua arte, trabalhe na sua vida. Para se chegar a autoexpressão precisamos de um eu para se expressar.” (CAMERON, Julia. **O Caminho do Artista**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.)

“As pessoas costumam acreditar que a vida criativa é baseada em fantasia. A verdade mais difícil é que criatividade é baseada na realidade.” (CAMERON, Julia. **O Caminho do Artista**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.)

“Roube qualquer coisa que ressoe em você, que inspire ou abasteça sua imaginação. Devore filmes antigos, filmes novos, música, livros, pinturas, fotografias, poemas, sonhos, conversas aleatórias, arquitetura, pontes, sinais de rua, árvores, nuvens, bacias hidrográficas, luz e sombras. Para roubar, selecione apenas coisas que falam diretamente à sua alma. Se você assim fizer, seu trabalho (e furto) será autêntico.” (KLEON, Austin. **Roube Como um Artista**: 10 dicas sobre criatividade. Rio de Janeiro: Rocco, 2013.)

“Criar inspira mais criações inspiradoras.” (Fonte: <<https://www.thedesignconference.com.au/lauren-hom-keynote-2017/>>, acesso em 19/10/2018.)

“Criatividade demanda coragem, te faz sair da sua zona de conforto.” (Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=6URgtrF32B4>>, acesso em 19/10/2018.)

“Lembrar que você vai morrer é a melhor maneira que eu conheço de evitar a armadilha de pensar que você tem algo a perder. Você já está nu.” (Fonte: <<https://www.tecmundo.com.br/steve-jobs/53581-7-citacoes-memoraveis-de-steve-jobs.htm>>, acesso em 19/10/2018.)

“Uma pintura nunca está acabada. Ela simplesmente para em lugares interessantes.” (CAMERON, Julia. **O Caminho do Artista**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.)

“Artistas que buscam a perfeição em tudo são aqueles que não conseguem alcançá-la em nada.” (CAMERON, Julia. **O Caminho do Artista**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.)

“Muitas pessoas estão acostumadas a apenas ver o resultado do trabalho. Elas nunca veem o processo que foi percorrido até chegar a ele.” (KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho**: 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.)

“Isso é o que todos nós somos: amadores. Não vivemos o suficiente para nos tornarmos outra coisa.” (KLEON, Austin. **Mostre seu trabalho**: 10 maneiras de compartilhar sua criatividade e ser descoberto. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2017.)

“Criatividade é inteligência se divertindo.” (Fonte: <<https://slideplayer.com.br/slide/11953323/>>, acesso em 19/10/2018.)

Apêndice 3 - Resultado do calendário



PERMITA-SE
SER
QUEM VOCE É

ABRIL
2020

S	T	Q	Q	S	S	D
		01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

SER CRIATIVO
É UM
ESTILO DE VIDA
QUE REQUER UMA
NECESSIDADE

MAIO
2020

S	T	Q	Q	S	S	D
				01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

criar
só é troca
uma coisa
se você
permite
ser visto

JUNHO
2020

S	T	Q	Q	S	S	D
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

DE UM
Tempo
PARA SUA
MENTE
criativa

JULHO
2020

S	T	Q	Q	S	S	D
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

CRIAR É UM
PROCESSO
EM CONSTANTE
APERFEIÇOAMENTO

AGOSTO
2020

S	T	Q	Q	S	S	D
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

CUIDE
MUITO
BEM
VOCÊ

SETEMBRO
2020

S	T	Q	Q	S	S	D
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

estar
INSPIRADO
em inspirador

OUTUBRO
2020

S	T	Q	Q	S	S	D
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Todos
Estamos no
Processo de
Aprender

NOVEMBRO
2020

S	T	Q	Q	S	S	D
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

SUAS
CRIACOES
REFLETIM
QUEM
VOCÊ É

DEZEMBRO
2020

S	T	Q	Q	S	S	D
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				