

M

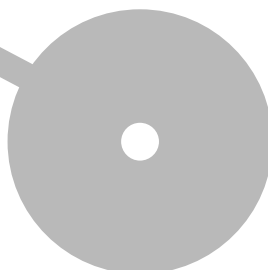
MESTRADO

MESTRADO EM DESIGN
ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN GRÁFICO

Estágio no estúdio R2 Design Prática e método no processo autoral em design

João Pedro Barbosa Viana

11/2024



Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

João Pedro Barbosa Viana

Estágio no estúdio R2 Design: Prática e método no processo autoral em design

Relatório de Estágio

Mestrado em Design- Especialização em Design Gráfico

Orientação: Prof. Doutor José Pedro Serapicos de Borda Cardoso

Vila do Conde, novembro de 2024

João Pedro Barbosa Viana

Estágio no estúdio R2 Design: Prática e método no processo autoral em design

Relatório de Estágio

Mestrado em Design- Especialização em Design Gráfico

Membros do Júri

Presidente

Prof. Doutor Sérgio Rolando Ferreira Rodrigues

Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Vogal - Orientador

Prof. Doutor José Pedro Serapicos de Borda Cardoso

Professor Adjunto da ESMAD

Vogal - Arguente

Prof. Doutor Sérgio Correia

Vila do Conde, novembro de 2024

AGRADECIMENTOS

A todos os professores que me acompanharam ao longo destes anos, contribuindo para o meu desenvolvimento académico. Em particular, agradeço ao meu professor orientador, Pedro Serapicos, pela disponibilidade, orientação e por sempre exigir o melhor de mim, tanto na licenciatura como no mestrado.

Aos R2, Artur Rebelo e Lizá Défossez Ramalho, com quem tive a oportunidade de colaborar, agradeço pela possibilidade de trabalhar na vossa empresa, pelo apoio no aperfeiçoamento das minhas competências e pela confiança depositada em mim. Ao designer Diogo Sousa, agradeço pela assistência nas tarefas mais desafiantes.

À minha família, em especial aos meus pais e irmãos, agradeço pelo apoio incondicional, pela presença constante e pelos valores que sempre me transmitiram. O amor, o carinho e as palavras de encorajamento que sempre me deram foram fundamentais para nunca desistir e para me tornar na pessoa que sou hoje. A vós, devo tudo.

Aos meus amigos, agradeço profundamente por estarem sempre presentes ao longo deste percurso, tanto nos bons como nos maus momentos. Foram a minha companhia em conversas de café, saídas animadas, dias de bodyboard e férias que guardo com carinho. Cada momento partilhado foi essencial para me dar força e equilíbrio. Sou grato por vos ter na minha vida e por poder contar convosco em todas as circunstâncias.

RESUMO ANALÍTICO

O presente relatório marca o término da formação de mestrado na área de Design Gráfico pela Escola Superior de Media Artes e Design. A proposta de estágio foi realizada no estúdio R2 Design, conhecido pela sua obra relevante em design gráfico, tanto a nível nacional como internacional.

Primeiramente, estão mencionados os objetivos e motivações relativos ao que se pretendia da obtenção do estágio. Segue-se a descrição do percurso do estúdio, abordando também o espaço e metodologias de trabalho. Relativamente ao enquadramento teórico, está descrito o estado de arte acerca de autoria no design. A par do mencionado, os projetos trabalhados no decorrer do estágio serão posteriormente revelados e descritos desde o seu briefing, conceção de ideias até à produção.

Por fim, a conclusão propõe um conjunto de reflexões sobre o trabalho realizado ao longo do estágio, assim como a convivência com o processo de design partilhado com os designers Artur Rebelo e Lizá Défossez Ramalho.

Palavras-chave: R2 Design; Design Gráfico, Autoria; Processo; Método

ABSTRACT

This report marks the end of the master's programme in Graphic Design at the School of Media Arts and Design. The internship proposal was carried out at the R2 Design studio, known for its relevant work in graphic design, both nationally and internationally.

Firstly, the objectives and motivations for the internship are mentioned. This is followed by a description of the studio's history, including the space and working methodologies. With regard to the theoretical framework, the state of the art on authorship in design is described. Alongside this, the projects worked on during the internship will later be revealed and described, from their briefing, conception of ideas to production.

Finally, the conclusion proposes a set of reflections on the work carried out during the internship, as well as the design process shared with designers Artur Rebelo and Lizá Défossez Ramalho.

Keywords: R2 Design, Graphic Design, Authorship, Process. Method

SUMÁRIO

Lista de ilustrações.....	8
Glossário.....	13
1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 Motivações.....	14
1.2 Objetivos.....	15
2 O ESTÚDIO R2 DESIGN.....	16
2.1 Entidade de Acolhimento.....	16
2.2 O espaço.....	18
3 ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	20
3.1 Autoria no design gráfico.....	20
3.2 Método e processo autoral do estúdio R2 design.....	27
4 CRONOGRAMA.....	38
5 PRÁTICA PROJETUAL.....	40
5.1 Évora_27.....	40
5.2 Gentleman & Ali Boxing Club.....	53
5.3 COMIGO- Amora Brava.....	72
5.4 Produção fotográfica e videográfica.....	89
5.4.1 R2 Design.....	90
5.4.2 Torre Hoso- Moradia estudantil.....	94
5.4.3 Museu da Cidade.....	98
5.5 Website R2- Pranchas técnicas dos projetos.....	103
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	108
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	110

Lista de ilustrações

Figura 1. Logotipo, R2.....	16
Figura 2. Suspended Production, livro, R2	18
Figura 3. Arquivo, R2.....	28
Figura 4. Museu da Cidade, tipografia, R2	30
Figura 5. Museu da Cidade, comunicação, R2.....	30
Figura 6. Museu da Cidade, design no espaço, R2.....	31
Figura 7. La Paz, cartazes, R2	32
Figura 8. Une Saison Graphique 18, cartaz, R2.....	33
Figura 9. Positive Materials, componente fotográfica com manipulação a cores, R2.....	34
Figura 10. Positive Materials, componente fotográfica com manipulação sem cores, R2	34
Figura 11. Cronograma.....	38
Figura 12. Évora_27, comunicação, R2.....	41
Figura 13. Évora_27, variações de logotipos, R2.....	42
Figura 14. Évora_27, comunicação, R2.....	43
Figura 15. Évora_27, banner de email, testagem.....	44
Figura 16. Évora_27, banner de email, resultado final.....	44
Figura 17. Évora_27, orientações para a organização adequada das partes de uma mensagem num email.....	45
Figura 18. Évora_27, apresentação, informação considerar para a secção de campos no email	45
Figura 19. Évora_27, gráfica complementar	46
Figura 20. Évora_27, gráfica complementar, referências visuais. Fontes: https://pin.it/1RbSDby4e , https://pin.it/EB4c9mM5z , https://pin.it/1JcjriOkE , https://pin.it/7JJHLtCjR , https://pin.it/6rH8JjaKY , https://pin.it/3qs5dcXgX (janeiro, 2024).....	47
Figura 21. Évora_27, ilustrações para a gráfica complementar, processo.....	47
Figura 22. Évora_27, ilustrações para a gráfica complementar, experimentação	48
Figura 23. Évora_27, ilustrações para a gráfica complementar, experimentação	49

Figura 24. Évora_27, identidade, testes de imagem, esboço realizado por Lizá Ramalho	50
Figura 25. Évora_27, identidade, testes de imagem, gradiente sobre a imagem.....	51
Figura 26. Évora_27, identidade, testes de imagem, imagem com preto mais acentuado	51
Figura 27. Évora_27, identidade, testes de imagem, gradiente mais imagem	52
Figura 28. Évora_27, identidade, testes com a gráfica complementar.....	52
Figura 29. Évora_27, identidade, testes com duotone e efeito screen.....	53
Figura 30. G&A Boxing Club, identidade, referencias. Fontes: https://www.pinterest.fr/pin/815573813915736513/ , https://pt.pinterest.com/pin/109071622218539556/ , https://bureauborsche.tumblr.com/post/160810743805/recent-nike-lebron-campaign , https://pt.pinterest.com/pin/634303928801357183/ , https://pt.pinterest.com/pin/448530444149022043/ , https://pt.pinterest.com/pin/439875088625595755/ , https://pt.pinterest.com/pin/337981147037157286/ (janeiro, 2024).....	54
Figura 31. G&A Boxing Club, tipografias.....	55
Figura 32. EDP, construção dos pictogramas.....	56
Figura 33. Hotel Minho, construção dos pictogramas	56
Figura 34. G&A Boxing Club, identidade, tipografia TIMMONS NY, terminação	57
Figura 35. G&A Boxing Club, identidade, tipografia Kane Display Normal, junção.....	58
Figura 36. G&A Boxing Club, pictogramas	59
Figura 37. G&A Boxing Club, pictogramas (2).....	60
Figura 38. G&A Boxing Club, pictogramas (3).....	61
Figura 39. G&A Boxing Club, pictogramas (4)	62
Figura 40. G&A Boxing Club, ilustrações realizadas tendo como base as tipografias, processo	63
Figura 41. G&A Boxing Club, ilustrações, resultado satisfatório.....	64
Figura 42. G&A Boxing Club, relação da ilustração feminina com a masculina.....	65
Figura 43. G&A Boxing Club, ilustrações femininas	65
Figura 44. G&A Boxing Club, aplicação dos grafismos no espaço.....	66
Figura 45. G&A Boxing Club, tipografia em formato de ringue.....	66
Figura 46. G&A Boxing Club, tipografia em formato elíptico	67
Figura 47. G&A Boxing Club, logotipo, esboço realizado por Artur Rebelo.....	68

Figura 48. G&A Boxing Club, logotipo, versões com as letras ‘B’ e ‘C’	69
Figura 49. G&A Boxing Club, logotipo, versão final.....	70
Figura 50. G&A Boxing Club, logotipo, esquiço para a realização de um gif.....	70
Figura 51. G&A Boxing Club, logotipo, proposta de gif.....	71
Figura 52. COMIGO, índio rei, amorabrava. Fonte: Graphis Awards. https://graphis.com/entry/860f4f8e-e303-434e-adca-f7197079e5b4 (julho, 2024).....	72
Figura 53. COMIGO, pesquisa de campo. Fontes: https://www.esporao.com/pt-pt/vinhos/espouao-colheita-tinto-2022/ , https://shop.marthasgroup.com/product/martha-s-doc-douro-colheita-tinto# , https://www.onwine.pt/pt/vinhos/tinto/herdade-sao-miguel-colheita-selecionada-tinto-2022 , https://garrafeirazevedo.pt/product/5601271038423/ , https://carvalhaotorto.pt/vinho-branco-estrada-da-corte-2022/ , https://www.casashortas.pt/produto/cabeca-de-gaio-grande-reserva-tinto-douro/ , https://www.casadesantar.pt/outono-de-santar/ , https://winestuff.pt/products/quinta-dos-carvalhais-colheita-tinto , https://www.castelares.com/vinhos/red-wines/colheita-tinto/ , https://garrafinhas.pt/produto/titular-colheita-tinto/ (março, 2024).....	74
Figura 54. COMIGO, experimentação	75
Figura 55. COMIGO, experimentação, tipografia experimental.....	76
Figura 56. COMIGO, experimentação, alinhamento da tipografia.....	77
Figura 57. COMIGO, experimentação, criação da tipografia através de um módulo curvo	78
Figura 58. COMIGO, experimentação, testagem da tipografia com módulos curvos	78
Figura 59. COMIGO, experimentação, tipografia com traçado.....	79
Figura 60. COMIGO, experimentação, mockup.....	79
Figura 61. COMIGO, elaboração do rótulo, referências visuais. Fontes: https://garadiner-vi-repatori.blog/post/156884348836/arti-visive-poesia-visiva-visual-poetry-by , https://pt.pinterest.com/pin/422142165087407881/ , https://www.pinterest.jp/pin/861594972462953493/ , https://pt.pinterest.com/pin/790452172107902588/ , https://pt.pinterest.com/pin/984458799778063511/ , https://es.pinterest.com/pin/55028426679156216/ (março, 2024).....	80
Figura 62. COMIGO, elaboração do rótulo, experimentação	81

Figura 63. COMIGO, elaboração do rótulo, experimentação (2).....	82
Figura 64. COMIGO, elaboração do rótulo, experimentação (3).....	83
Figura 65. COMIGO, rótulo, solução	84
Figura 66. COMIGO, rótulo, mockups a cores	85
Figura 67. COMIGO, rótulo, mockup final.....	86
Figura 68. COMIGO, rótulo, gif.....	86
Figura 69. COMIGO, rótulo final, referência “Iconographie Ornithologique”. Fonte: https://www.pinterest.fr/pin/497436721322470976/ (março, 2024).....	87
Figura 70. COMIGO, rótulo final, ilustração sem pintura.....	88
Figura 71. COMIGO, rótulo final, ilustração com pintura	88
Figura 72. Produção fotográfica e videográfica, r2, processo.....	91
Figura 73. Produção fotográfica e videográfica, r2, processo (2)	91
Figura 74. Produção fotográfica e videográfica, r2, “AGI Open 2010”.....	92
Figura 75. Produção fotográfica e videográfica, r2, capa do livro “Infinite Span”	92
Figura 76. Produção fotográfica e videográfica, r2, miolo do livro “Infinite Span”.....	93
Figura 77. Produção fotográfica e videográfica, r2, capa do livro “Um conto recontado”	93
Figura 78. Produção fotográfica e videográfica, r2, miolo do livro “Um conto recontado”	94
Figura 79. Produção fotográfica e videográfica, Hotel Hoso, processo.....	96
Figura 80. Produção fotográfica e videográfica, Hotel Hoso, processo (2)	96
Figura 81. Produção fotográfica e videográfica, Hotel Hoso, processo (3)	97
Figura 82. Produção fotográfica e videográfica, Hotel Hoso, processo (4)	97
Figura 83. Produção fotográfica e videográfica, MDC, processo.....	100
Figura 84. Produção fotográfica e videográfica, MDC, processo (2).....	100
Figura 85. Produção fotográfica e videográfica, MDC, fotografia	101
Figura 86. Produção fotográfica e videográfica, MDC, fotografia (2)	101
Figura 87. Produção fotográfica e videográfica, MDC, fotografia (3).....	102
Figura 88. Produção fotográfica e videográfica, MDC, fotografia (4)	102
Figura 89. Pranchas técnicas, site r2, “AGI OPEN 2010”	104
Figura 90. Pranchas técnicas, site r2, “Arpino”.....	104
Figura 91. Pranchas técnicas, site r2, Biblioteca Popular de Pedro Ivo.....	105

Figura 92. Pranchas técnicas, site r2, “CREE”	105
Figura 93. Pranchas técnicas, site r2, Escola Básica e Secundária Quinta das Flores	106
Figura 94. Pranchas técnicas, site r2, “S.João”	106
Figura 95. Pranchas técnicas, site r2, “Trienal de Arquitetura de Lisboa”	107

Glossário

Motion- Criação de gráficos de forma dinâmica e envolvente.

Stencil- Técnica que utiliza uma folha recortada para aplicar um desenho, permitindo que a tinta passe apenas pelos espaços abertos.

Feedback- Resposta recebida sobre o resultado de uma ação.

Briefing- Documento que define objetivos, requisitos e expectativas para um projeto a ser realizado.

Glifos- Caracteres gráficos individuais que compõem uma fonte.

Pixels- Unidades mínimas de uma imagem digital, que formam uma imagem completa.

GIF- Formato de imagem digital que suporta animações curtas, em loop.

Mockup- Simulação visual fiel de um produto, para projetar como o seu design será exibido em contexto real.

Layout- Disposição e organização visual de elementos gráficos num espaço, como uma página, ecrã ou produto.

Branding- Processo de criação da identidade de uma marca, através de elementos visuais e verbais.

LED- Componente eletrónico capaz de transformar energia elétrica em energia luminosa.

ISO- Medida que indica a sensibilidade do sensor da câmara à luz, afetando a exposição da imagem e o nível de ruído em diferentes condições de iluminação.

1 INTRODUÇÃO

“Estar no centro de cenários de produção, ativar discursos, partilhar reflexões sobre a criação gráfica, toma uma parte do tempo dos R2” (Ramalho & Rebelo, p.131, 2023).

Em termos de abordagem, o trabalho dos R2 é sustentado numa investigação que assenta na experimentação visual, na exploração do desenho tipográfico, e na capacidade de expressão da composição, que reflete uma postura autoral e multidimensional.

Este estágio representa uma transição do contexto académico para a prática profissional, oferecendo a oportunidade de explorar as dinâmicas do estúdio, a metodologia de trabalho e as interações com a equipa. A experiência permitiu aplicar e ampliar os conhecimentos previamente adquiridos, promovendo uma compreensão mais profunda das práticas e processos envolvidos.

1.1 Motivações

Ao considerar a possibilidade de realizar estágio em âmbito académico, assim como de experienciar o projeto de design num atelier de mérito reconhecido, identificou-se o estúdio R2 Design, no Porto.

O estúdio R2 Design é uma referência no campo do design gráfico, destacando-se pela sua prática autoral no contexto cultural e museológico. A sua atuação em áreas como tipografia experimental e identidade visual contemporânea alinham-se com os objetivos de investigação e áreas de interesse pessoais na disciplina.

Atualmente, os R2 possuem prestígio nacional e internacional, sendo vencedores de importantes prémios. Além disso, já realizaram várias exposições individuais em diversos museus internacionais e eventos de design, sendo exibidas em vários países. Tal reconhecimento atesta a qualidade dos projetos desenvolvidos e a experiência acumulada pelo estúdio.

Sendo este atelier um exemplo marcante de trabalho autoral reconhecível na sua área, o contacto com os seus projetos despertou interesse em explorar, tanto na

teoria como na prática, o próprio conceito da autoria e fazer desse o tema do relatório aqui apresentado.

1.2 Objetivos

A oportunidade de vivenciar a rotina de trabalho num estúdio de design de interesse e gosto pessoal tornou-se um dos principais objetivos na realização deste estágio. Assim, procurou-se complementar o processo acadêmico com a experiência prática neste ambiente, possibilitando a implementação do conhecimento adquirido em contexto real.

Desta forma, perspetivou-se o enriquecimento a nível profissional, proporcionado através da atuação nas diversas etapas de um projeto de design. Destacaram-se os benefícios do contacto com a própria metodologia de pesquisa e com a possibilidade de discussão constante como membro integrante da equipa, que consequentemente promove a aprendizagem e o desenvolvimento do espírito crítico. Neste contexto, procurou-se observar estas interações, reconhecendo a imprescindibilidade de uma boa divisão de tarefas entre designers, que viabiliza uma maior organização da dinâmica de trabalho de um estúdio. Buscou-se testemunhar a testagem de diferentes soluções gráficas, que potencializa a capacidade de diversificação de respostas ao que é pedido. Para além disto, um dos objetivos almejados baseia-se no contacto com o cliente que, por consequência, resulta numa maior aptidão na comunicação e apresentação de propostas e de projetos.

Desta forma, compreender o método autoral do estúdio contribui para a consolidação de aptidões e competências necessárias para o aumento da capacidade de lidar com várias dificuldades no processo de criação de design.

Procurou-se corresponder às expectativas, a fim de contribuir para o sucesso dos projetos realizados. Sendo os R2 uma constante referência, viu-se este estágio como uma oportunidade de crescer e aprender mais com quem realmente é ativo na área do design.

2 O ESTÚDIO R2 DESIGN

A análise a seguir explora o trabalho do estúdio de design gráfico R2 Design. É discutida a sua origem e estrutura, bem como as áreas de atuação que abrange, destacando a colaboração com especialistas de diversas disciplinas. Da mesma forma, são mencionados os prémios recebidos pela equipa e alguns dos clientes de renome, assim como projetos notáveis desenvolvidos. Além disso, é analisada a organização do espaço físico do estúdio, relacionando-a com a atmosfera que fomenta a produtividade e a criatividade no ambiente de trabalho.

2.1 Entidade de Acolhimento



Figura 1. Logotipo, R2

“(…) a forma como olhamos o mundo reflete-se nas abordagens à identidade e são assuntos que nos preocupam, do ponto de vista teórico e prático” (R2, 2013).

Cofundado em 1998 por Artur Rebelo (Porto, Portugal) e por Lizá Défossez Ramalho (Troyes, França), R2 Design é um estúdio de design gráfico atualmente sediado no Porto. O seu nome deriva da letra em comum presente nos seus apelidos, sendo seguida pelo numeral ‘2’, que visa transmitir a ideia de diálogo, constante no processo de criação do estúdio.

Doutorados em universidades europeias e atuais membros da Alliance Graphique Internationale (AGI), os cofundadores do estúdio atuam como artistas,

diretores de arte, designers e investigadores, estando ativamente envolvidos em todos os projetos do estúdio.

O mesmo é formado por uma equipa principal de colaboradores e assistentes que atuam nas diversas áreas do design gráfico, desenvolvimento web, comunicação, código e técnicas de impressão. Para além disso, integra uma rede de especialistas em arquitetura, engenharia, fotografia, vídeo, redação e programação, como Aires Mateus Arquitectos, Amanda Levette, Eduardo Souto de Moura, Jean François Chougnnet, Monika Sosnowska, Haegue Yang, Miguel Palma, entre outros. Esta abordagem colaborativa garante que cada projeto receba soluções personalizadas, de acordo com as suas necessidades.

Algumas instituições da área cultural, como a Trienal de Arquitetura de Lisboa, o Museu da Cidade do Porto e o Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia (MAAT), fazem parte da clientela do estúdio. Para além disso, trabalharam com publicações de renome como a “Esquire Magazine” (EUA) e a “CREE Magazine” (França), em projetos para universidades e laboratórios de investigação, TV, e cinema com “Kalapa Studios” (Barcelona).

O seu trabalho foi reconhecido e premiado pela Bienal de Brno, do Festival de Chaumont, Sociedade Internacional de Designers Tipográficos (Reino Unido), Sociedade de Design Gráfico Ambiental (EUA) e da Trienal Internacional de Cartazes Tayoma (Japão). Para além disso, o estúdio foi homenageado como Agência Europeia de Design do Ano (European Design Awards), em 2014.

Diversos museus internacionais e eventos de design já receberam exposições do trabalho dos R2. O seu livro mais recente, “Suspended Production” (2023), foi desenvolvido a partir da exposição “Fabrico Suspenso: itinerários de trabalho”, realizada no Centro de Arte de Oliva em 2019. Esta exposição apresentou encomendas artísticas e projetos desenvolvidos por Artur Rebelo e Lizá Ramalho entre 2000 e 2019.



Figura 2. Suspended Production, livro, R2

Os R2 são especializados em posicionamento estratégico de marca, arquitetura, design de identidade e tipografia. A sua atuação inclui o design de ambientes, sinalização, orientação, exposições, instalações e experiências espaciais, abrangendo também diversos meios de comunicação, como impressão, motion design, packaging e redes sociais. Esta ampla gama de competências evidencia a sua capacidade de aplicar as suas habilidades em diferentes contextos e setores, consolidando a sua presença e influência além das fronteiras tradicionais do design.

2.2 O espaço

O estúdio R2 Design está localizado na Rua de Gestação nº98, pertencente à freguesia de Aldoar.

A procura de espaço exterior para a montagem de maquetes de grande dimensão levou à escolha da respetiva moradia de 2 pisos que, por sua vez, é a antiga casa dos próprios diretores de arte Artur Rebelo e Lizá Ramalho. A sua instalação levou à mudança da residência de ambos para uma habitação perto do estúdio, o que segundo Alves (2015,

p.80), proporciona uma maior rentabilização do tempo em conversão de horas de trabalho, concentração e lazer.

No interior do portão da moradia, estão marcados em *stencil* os contactos respetivos do estúdio. À sua entrada, depara-se de imediato com diversos cartazes emoldurados, assim como a impressora utilizada maioritariamente para testes de impressão. É recorrente a presença de palavras e frases escritas em francês e português pelas paredes, candeeiros, portas e estantes, que remetem para a ambientação do espírito próprio da identidade R2.

O estúdio é composto por diversos escritórios onde se espalham os designers e estantes lotadas de livros. Os diretores de arte trabalham juntos de forma a assegurar um diálogo rápido e eficiente, com foco na dinâmica de trabalho de toda a equipa. A sala de ambos tem o maior espaço de trabalho, acompanhado de paredes brancas preenchidas com cartazes, testes de impressão, esboços, entre outros.

No gabinete onde trabalhei, encontra-se o arquivo do estúdio, com projetos comissionados e encomendas artísticas. Segundo Alves (2015, p.181), esse acervo permite visitar imagens e conceitos importantes acumulados ao longo dos anos, possibilitando uma reflexão aprofundada sobre a evolução histórica do design.

Para além disso, existe uma sala de reuniões, onde estão presentes os prémios já ganhos, e uma sala dedicada ao processo fotográfico que, por sua vez, se desmonta numa sala de convívio.

O estúdio possui um ambiente familiar, o que favorece a produtividade. A disposição do espaço é planeada para integrar áreas de trabalho com zonas dedicadas à reflexão e à autocritica. Esta configuração facilita a integração do arquivo histórico com a memória recente e tira partido da localização estratégica do estúdio para otimizar a gestão do tempo, equilibrando atividades profissionais e períodos de pausa. Dessa forma, proporciona as condições necessárias para que os seus responsáveis mantenham um fluxo de trabalho consistente e alinhado com as necessidades criativas, sustentando a sua prática autoral.

3 ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A análise da autoria no design gráfico é fundamental para compreender o papel do designer enquanto autor. O capítulo explora diversas perspectivas teóricas e práticas sobre a sua definição, começando pela discussão de conceitos fundamentais e examinando como diferentes designers e teóricos interpretam e aplicam a autoria no design gráfico contemporâneo.

Uma parte significativa do texto é dedicada ao estúdio R2 Design, que exemplifica a influência da coautoria entre Artur Rebelo e Lizá Ramalho no processo criativo, detalhando como o método experimental e colaborativo adotado por ambos contribui para o desenvolvimento de projetos gráficos que refletem uma identidade autoral coesa.

O texto não se restringe apenas à teoria, mas também ilustra como a discussão sobre autoria se manifesta na prática do design gráfico contemporâneo, destacando a importância da interpretação, da experimentação e da cooperação no processo criativo.

3.1 Autoria no design gráfico

O termo 'autoria' é amplamente debatido no design gráfico, uma disciplina que tem as suas raízes na tradição das artes plásticas. Na prática atual, a criação frequentemente surge de um processo coletivo envolvendo designers, clientes, programadores e outros colaboradores, o que dificulta a atribuição da autoria a uma única pessoa. Além disso, a utilização de elementos visuais de várias fontes acrescenta complexidade à discussão, especialmente no que se refere à proteção de direitos de autor e à definição de originalidade. Essas questões estão em constante debate, o que destaca a importância de compreender como os designers se tornam autores, e como se define o conceito de 'autoria' dentro desta natureza processual e colaborativa.

Como uma área interdisciplinar, o design gráfico está constantemente a redefinir os seus parâmetros e métodos de criação. Esta evolução é especialmente evidente com o avanço tecnológico e o aumento da complexidade das colaborações criativas. Assim, a discussão sobre autoria no design gráfico deve considerar as transformações trazidas pela inovação técnica e pela produção em massa.

A ideia de ‘autoria’, segundo McLuhan (1967, p. 122), envolve o esforço intelectual individual relacionado ao livro como uma mercadoria económica¹, algo inexistente antes da tecnologia da impressão, referente à produção em massa.

Na Idade Média, os estudiosos não se preocupavam com a identidade dos autores e raramente assinavam as suas obras. A obtenção de textos era “tediosa”, e muitos pequenos textos eram compilados em volumes diversos, resultando frequentemente na perda da sua autoria. A invenção da impressão reduziu o anonimato, promovendo a fama literária e a ideia de propriedade intelectual. A produção de múltiplas cópias criou um público leitor e a cultura emergente passou a valorizar a autenticidade e a preocupar-se com a proteção contra roubo e pirataria, levando ao nascimento dos direitos de autor (McLuhan, 1967, p. 122).

Durante o Renascimento, os textos científicos necessitavam do nome do autor para validação, refletindo uma ciência baseada na autoridade pessoal do cientista. Com o surgimento do método científico, essa dependência diminuiu, pois, as descobertas passaram a ser vistas como verdades universais e não como criações individuais (Rock, 1996). No entanto, a partir do século XVIII, segundo Michel Foucault, verificou-se uma inversão da situação. A literatura passou a depender fortemente da identidade do autor, especialmente quando os textos começaram a ser punidos pelo seu conteúdo, enquanto a ciência se tornou mais anónima e objetiva. A adoção do Estatuto de Anne (1709)² pelo Parlamento Britânico formalizou os direitos de autor, protegendo os autores da reprodução não autorizada das suas obras e garantindo integridade textual. Isto transformou os textos de bens comuns em propriedade privada, estabelecendo quem detinha a autoria e concedendo autoridade sobre o significado e uso das suas palavras (Rock, 1996). Esta codificação legal da propriedade textual e a autoridade atribuída aos autores em detrimento do leitor criativo contribuíram para a obsessão do século XX pela autoria, que teve início nos anos 60 com a obra de Roland Barthes, denominado “The Death of the Author”.

¹ Antes da invenção da impressão, a autoria não era vista como uma questão de mérito pessoal ou propriedade intelectual individual. Os livros eram frequentemente produzidos e distribuídos sem que se desse grande importância ao autor ou ao seu papel. Com a impressão, tornou-se possível que os autores fossem reconhecidos pelo seu trabalho e, conseqüentemente, a obra passou a ser valorizada economicamente. Assim, o conceito de autoria evoluiu para uma ideia de esforço intelectual pessoal, associado ao valor comercial do livro.

² Considerado o primeiro ato real de direitos autorais.

Neste estudo, Barthes (1967) declara a morte do autor e o surgimento do leitor, o que confere ao texto uma importância superior à do próprio autor, pois, em vez de ser interpretado de uma única maneira "correta", o texto pode gerar múltiplos significados, destacando assim a relevância e o papel ativo do leitor. Segundo Barthes, é essencial que ocorra o desaparecimento do autor para uma análise e interpretação pessoal, sem quaisquer associações com o mesmo, pois "once the author is discovered, the text is explained" (Barthes, 1967). Assim, sobrepondo a valorização da obra ao papel do seu escritor, o autor não deve ser considerado o sujeito, e a sua obra o predicado.

Tal como Barthes, o filósofo francês Michel Foucault defende a morte do autor, embora a critique, questionando a sua importância através dos espaços vazios presentes nas suas obras, consequentes da sua ausência. Assim, o termo "autor" passa a ser entendido como o produto e função da escrita, e não como o criador de algo original.

O nome do autor, para além de se restringir a um nome próprio, refere-se a um conjunto de crenças e pensamentos que lhe são atribuídos. Segundo o filósofo, o nome próprio do autor oscila entre dois polos separáveis e distintos, entre a designação que se refere ao próprio indivíduo, e por outro lado, à sua obra e ideias. "Obviously not a pure and simple reference, the proper name (and the author's name as well) has other than indicative functions" (Foucault, 1977, p.121). Como reforço ao anteriormente citado, Foucault mencionou Shakespeare: se Shakespeare não escreveu as obras de Shakespeare, significa que a figura histórica não é a responsável pelas "peças de Shakespeare". Assim, o nome do autor não só serve como um elemento de fala, mas também como um meio de identificação. Foucault destaca a importância do autor, mas conclui o seu ensaio prevendo que, no futuro, a sua associação a um discurso não será mais necessária. Ele questiona: "Que importa quem está a falar?" (Foucault, 1977, p.138).

Estes dois ensaios serviram como base para a argumentação e discussão sobre autoria entre diversos indivíduos pertencentes a várias áreas profissionais, incluindo o design gráfico. Sendo uma disciplina ligada mais à comunicação do que à criação das próprias mensagens³, o conceito de autoria pode sugerir novas abordagens para a compreensão do seu processo.

³ Esta ideia contraria a abordagem que será explorada. No caso de Artur Rebelo e Lizá Ramalho, o design também é visto como um produtor de mensagens através de um trabalho auto iniciado.

No seguimento dessas ideias, Michael Rock caracteriza o termo ‘autoria’ como “ideias sedutoras de origem e agência”⁴, e define o autor como uma figura com controlo total sobre a atividade criativa. O conceito defendido nos ensaios de Barthes e Foucault, baseado na importância da interpretação do leitor em detrimento da presença e intencionalidade do autor, aponta, segundo a visão de Rock (1996), para a desvalorização da genialidade da produção artística por parte de uma figura de autoridade central. Sendo o trabalho do designer derivado da sua interpretação pessoal de um propósito a ser estabelecido, a ideia de supressão da sua identidade (design neutro) torna-se irrealizável.

“O designer é um agente ativo de construção cultural, não há neutralidade em design na medida em que as escolhas que fazemos e as mensagens que passamos serão um elemento constitutivo de uma realidade cultural pública. Neste sentido, as escolhas que fazemos, os códigos visuais e verbais que utilizamos, as mensagens que compomos, os poderes que servimos, devem ser geridos com intencionalidade e rigor crítico” (Bártolo, 2006).

Dado que, atualmente, grande parte do trabalho de design é realizado em colaboração num estúdio com inúmeros profissionais, a compreensão de qualquer ideia específica fica turva. Deste modo, a associação com a indústria cinematográfica torna-se relevante, pois ambos os campos funcionam de forma colaborativa, com vários profissionais a contribuir para a realização de um resultado final integrado. De acordo com o crítico e realizador François Truffaut, o estatuto de autor era conseguido por parte de um diretor, assim que este demonstrasse competência técnica, possuísse uma assinatura estilística que se evidenciasse ao longo dos seus filmes, e o mais importante, mediante a escolha de projetos e respetivo tratamento cinematográfico, demonstrasse uma visão consistente e evocasse um significado interior palpável através da sua obra

⁴ Rock usa "ideias sedutoras de origem e agência" para descrever a atratividade e o poder associados à noção de que os designers podem ser vistos como criadores originais e influentes, com controlo e impacto sobre o que produzem.

(Rock, 1996). Por conseguinte, todas estas capacidades exigem um controlo por parte de uma figura central, capaz de comunicar e orientar essa visão à equipa.

“Like the film director, the art director or designer is often assigned his or her material and often works collaboratively in a role directing the activity of a number of other creative people. In addition, the designer works on a number of diverse projects over the course of a career, many of which have widely varying levels of creative potential; any inner meaning must come through the aesthetic treatment as much as from the content” (Rock, 1996).

Desta forma, de acordo com Rock, o significado atribuído ao conteúdo torna-se um ingrediente essencial para a afirmação do designer como autor, na medida em que “(...) great technique and style alone do not an auteur make” (Rock, 1996).

A escritora, curadora, educadora, e designer Ellen Lupton defende que o termo ‘autor’ “suggests agency, intention, and creation, as opposed to the more passive functions of consulting, styling, and formatting” (Lupton, 1998). Desassocia o seu conceito à profissão do design, e prefere o termo ‘produtor’, restringindo-se exclusivamente à produção da forma pelo conteúdo proposto por parte do cliente. Esta postura reflete assim uma análise que separa o lado gráfico da conceção do conteúdo, dado que a produção se sustenta unicamente na prática, não abrangendo ideias, imaginação e teoria. “Production is rooted in the material world. It values things over ideas, making over imagining, practice over theory” (Lupton, 1998).

No ensaio de Victor Margolin, realizado em 2002 e intitulado de “The Designer as Producer”, entende-se uma valorização da capacidade dos designers em desafiar o mercado, podendo-se converter em agentes que exercem uma influência significativa na cultura e na sociedade. Segundo Margolin (2002, p.3), é necessário o contributo do designer empreendedor, na medida que “We badly need new products to address pressing social needs that are not being met by large manufacturers.” A sua intervenção é possível através do avanço da tecnologia, onde, a partir da mesma, o designer tem a oportunidade de gerar conteúdo, criando ambientes inventivos e recursos novos com maior facilidade. Como fundamento, Margolin sugere a tipografia digital, afirmando que

“new typefaces are being produced in hundreds of small font shops similar to the diffuse way bicycles and automobiles were fabricated a century ago” (Margolin, 2002, p.1).

Em conformidade com o referido, Adian Shaughnessy afirma que o termo “autoria gráfica” foi cunhado para descrever as atividades de designers “who generate their own content and create work without sponsorship of a client” (Alves, 2009, p.126).

Neste contexto, a autoria é entendida principalmente no âmbito da produção de conteúdos, sem considerar a influência ou o impacto dos clientes na definição do trabalho. Assim, torna-se importante discutir também a posição dos designers que lidam com as diretrizes estabelecidas pelos clientes, explorando em que medida podem ser reconhecidos como autores, apesar de não serem os criadores originais do conteúdo com o qual trabalham.

Geralmente, um designer trabalha como mediador, em parceria com um cliente e um conteúdo já existente. Alves (2015, p.28) assume que o trabalho do designer não se limita apenas a uma transformação meramente formal do conteúdo, mas também da sua interpretação pessoal e posterior modelação, capaz de o converter numa outra “coisa” através das mais diversas escolhas conceptuais e estéticas. O conteúdo é a fonte da forma, precedendo-a sempre, e cabe ao designer gráfico atribuir-lhe um significado e um conceito associado através da sua interpretação pessoal, num processo que vai desde a pesquisa até ao produto final, permitindo a elocução e convidando à investigação, bem como à edição e organização num formato adequado. Assim, independente da produção original dos conteúdos, cria-se um corpo de trabalho e, como resultado, emerge a autoria de um designer. Subjacente, essa capacidade marca também a autoria gráfica de um estúdio, controlada por uma figura central, que emerge no seu lugar como autor.

No contexto português, José Bártolo sublinha que o design não é apenas uma ferramenta para promover conteúdos já definidos pelo “gestor cultural”. Pelo contrário, desempenha um papel ativo na criação desses conteúdos, conferindo-lhes identidade e profundidade e, situando-os frequentemente dentro de uma cultura diversa, caracterizada por diferentes nichos de mercado (Bártolo, 2009). Neste contexto, o trabalho do designer ganha uma nova importância ao valorizar o seu conhecimento e ao assumir as suas decisões, interpretando e moldando os materiais de modo a criar algo, e definindo o seu papel como autor no processo criativo e comunicativo.

Como exemplo do referido, Bártolo evidencia o trabalho dos R2 para a Fundação Calouste Gulbenkian, onde é perceptível a capacidade de mediação do designer na política cultural e numa compreensão da comunicação atual que, como defende Willem van Weelden, “tem menos a ver com o cravar de mensagens definitivas e mais com a oferta de uma escolha de perceções, ou seja, com as interpretações” (Bártolo, 2009).

Em conclusão, o conceito de autoria no design gráfico redefine-se no processo de modelação e interpretação da mensagem. A autoria vai além da produção de conteúdos, manifestando-se nas escolhas estéticas e conceptuais que clarificam e estruturam a informação. Esta abordagem revela que o trabalho do designer não é apenas uma transformação superficial, mas uma modelação que cria uma identidade e significado para o material original.

“O designer também é, enquanto agente de produção da cultura material, um intérprete, isto é, um corpo que traduz (que lê e reproduz) e consequentemente, que contamina a sua tradução com a sua existência. Nessa condição, o designer constitui valor patrimonial de autor” (Providência, 2012, p.107).

O estúdio R2 ilustra esta perspetiva ao mostrar que, mesmo ao utilizar conteúdos fornecidos por terceiros, a autoria surge das escolhas conceptuais e formais que os definem. Embora também desenvolvam projetos auto iniciados onde criam o seu próprio conteúdo, a prática R2 destaca-se pela forma como interpretam e integram o material existente, considerando aspetos como a tipografia, a composição, a materialidade e o contexto específico. A abordagem investigativa e crítica dos R2 permite transformar referências visuais e culturais em soluções de design que não apenas comunicam uma mensagem, mas também a moldam e a enriquecem, resultando em identidades gráficas que refletem tanto a visão do estúdio quanto o contexto cultural dos projetos.

3.2 Método e processo autoral do estúdio R2 design

“A ênfase conferida ao conteúdo enquanto alicerce do projeto, encerra o propósito de sustentar as nossas opções e critérios, viabilizando a delimitação de trajetórias que não assentam em aspectos meramente formais” (Ramalho & Rebelo, 2023, p.40).

A característica mais relevante do processo de trabalho da identidade R2 assenta na coautoria dos projetos apresentados, entendida pelo conhecimento e interesse mútuo por parte de Artur Rebelo e Lizá Défossez Ramalho nos diversos territórios derivados do mesmo.

Os R2 iniciaram a sua trajetória no design gráfico a partir de uma abordagem investigativa, focada na exploração de referências visuais e no alargamento da cultura visual (Alves, 2015, p.39). A prática contínua e a análise crítica foram essenciais para a construção da identidade do atelier e para a compreensão aprofundada das possibilidades da disciplina.

Entre as referências visuais significativas dos R2, destacam-se as revistas “Eye Magazine”, “Emigre” e “How”. A “Eye Magazine” foi notável pelo seu conteúdo crítico e analítico, pelo seu nível de impressão, bem como dos papéis usados, além do uso inovador de grelhas e tipos de letra, apresentando artistas influentes como Malcolm Garrett, Ladislav Sutnar, Karel Martens, Damon Murray e Stephen Sorrell do Fuel, Wolfgang Weingart, Barbara Kruger, The Designer’s Republic, Tomato e Lawrence Weiner. A revista “Emigre” ofereceu uma abordagem experimental e crítica ao design gráfico, desafiando normas estabelecidas e expandindo a visão sobre o papel do designer e da tipografia. Esta influência foi crucial para a formação de uma perspetiva mais abrangente e experimental na prática em design gráfico. Por sua vez, a “How” focou na prática profissional e empresarial da disciplina, fornecendo uma visão sobre o mercado e as diversas posturas adotadas, tanto por designers e como por estúdios (Alves, 2015, pp.40-41). Em paralelo, destacam-se também alguns nomes como Massin, Cassandre, Paul Rand, Grapus, Wim Crouwel, Saul Bass, Neville Brody, Charles e Ray Eames, Peter

Saville, Paula Scher, Zuzana Licko e Rudy VanderLands, Layrie Haycock, Scott Makela, Emil Ruder, Josef Müller-Brockmann e Robert Bringhurst⁵ (Alves, 2015, p.44).

Ao longo do tempo, o estúdio acumulou objetos, documentos e imagens significativas, formando um arquivo de referências que são consultadas regularmente durante o processo criativo. Esses elementos alimentam a sua prática e, em certos casos, são transformados em projetos. A compilação sistemática, aliada ao registo fotográfico de imagens e outros objetos, traduzem conceitos e formalizações vernaculares recolhidos em paisagens tanto urbanas como rurais.



Figura 3. Arquivo, R2

⁵No trabalho de Emil Ruder, Josef Müller-Brockmann e Robert Bringhurst, os R2 aprenderam a importância da grelha tipográfica na composição de textos. Antes disso, o atelier utilizava tipos de letra distorcidos, textos sobrepostos e imagens pixelizadas, sem um domínio estruturado das técnicas de composição.

Atualmente, a autoria R2 emerge de uma abordagem derivada dos conteúdos e dos conceitos, da importância atribuída à tipografia e do interesse por aspetos como o erro⁶, o vernáculo⁷, a materialidade e a paisagem (Ramalho & Rebelo, 2023, p.41).

A tipografia desempenha um papel crucial na comunicação visual dos projetos, funcionando como o principal meio de formalização dos conceitos (Alves, 2015, p.184). A abordagem tipográfica adotada pelos R2 incorpora um processo meticuloso de seleção e avaliação de diversos tipos de letra, para identificar a opção mais adequada em função dos requisitos conceituais e funcionais do projeto (Alves, 2015, pp.185-186). Para além disso, em determinadas ocasiões, desenvolvem tipografias exclusivas, o que permite transmitir um carácter específico e conotar conceitos de forma mais precisa. Esta metodologia está interligada ao processo da composição e da sua relação com a imagem, adotando uma abordagem interativa que requer reflexão e ajustes sobre o suporte e a forma como será ocupado (Alves, 2015, p.194). Para além da valorização da tipografia e da composição, observa-se um interesse pelos suportes de design, pela legibilidade e pelos seus limites, assim como pela exploração dos conceitos envolvidos. A identidade gráfica do Museu da Cidade do Porto exemplifica a abordagem descrita. A tipografia, desenvolvida pelo estúdio, inclui glifos alternativos inspirados em placas toponímicas históricas da cidade do Porto de várias épocas, resultando num conjunto de letras que reflete tanto a coleção do museu como a herança cultural local. Nos cartazes, pode-se observar uma análise aprofundada dos limites de legibilidade, onde cada peça é projetada para interagir de maneira específica com as imagens e os documentos que a acompanham, mantendo uma coesão visual geral. O sistema demonstrou ainda a capacidade de se adaptar a vários estilos arquitetónicos, desde espaços industriais até residências históricas, evidenciando a integração da marca com as características de cada edifício.

⁶ O erro refere-se a aspetos inesperados e imprevistos que, em vez de serem apenas falhas, são usados de forma criativa para inovar e explorar novas possibilidades.

⁷ O vernáculo é uma abordagem de design que valoriza a autenticidade dos elementos do quotidiano e do comum, usando-os como elementos referenciais que estruturam a proposta. (Alves, 2015, p.22)



Figura 6. Museu da Cidade, design no espaço, R2

O uso da grelha, proveniente da tipografia, é essencial em todos os projetos do estúdio, pois permite ordenar e posicionar os elementos, estabelecendo relações específicas entre eles. Embora seja utilizada de forma racional e sistemática, esta ferramenta também permite uma abordagem intuitiva, oferecendo flexibilidade para que os elementos se ajustem ao ritmo desejado, sem ficarem demasiadamente contidos (Alves, 2015, p. 194). Os cartazes realizados para a marca de vestuário “La Paz” evidenciam uma abordagem que combina a exploração intuitiva com um sistema rigoroso, refletindo um reconhecimento das regras e estruturas da disciplina do design, que são reaproveitadas e aplicadas de forma relativamente livre.



Figura 7. La Paz, cartazes, R2

Outro recurso bastante presente nos diversos projetos do estúdio é a materialidade: “Pode ser observada a diferentes níveis: na escolha dos materiais – papéis texturados, madeira, tinta areada, betão –, através das técnicas de impressão – como o uso do relevo seco sobre papel ou cartolina –, ou através da sua representação – evocação visual, ao nível da escolha de elementos cujas características táteis e visuais remetam para uma determinada textura” (Alves, 2015, p.199). Como exemplo ilustrativo desta abordagem, o projeto “Une Saison Graphique 18” evidencia como a representação visual dos elementos do design é enriquecida pela combinação de texturas aplicadas na seta e pelas cores.



Figura 8. Une Saison Graphique 18, cartaz, R2

A fotografia, assim como a sua manipulação, também é um campo de interesse dos R2, devido à sua capacidade de transcender a realidade e explorar novas formas de comunicação visual. O método autoral aplicado nestas áreas é realizado digitalmente, através de programas de software, bem como por meio de digitalização e fotocópia. Um exemplo recente é o projeto "Positive Materials", em que a edição de imagem combina um ambiente de investigação e laboratório com elementos naturais orgânicos, refletindo a essência do contexto científico e demonstrando como a fotografia pode criar perspectivas e narrativas visuais.

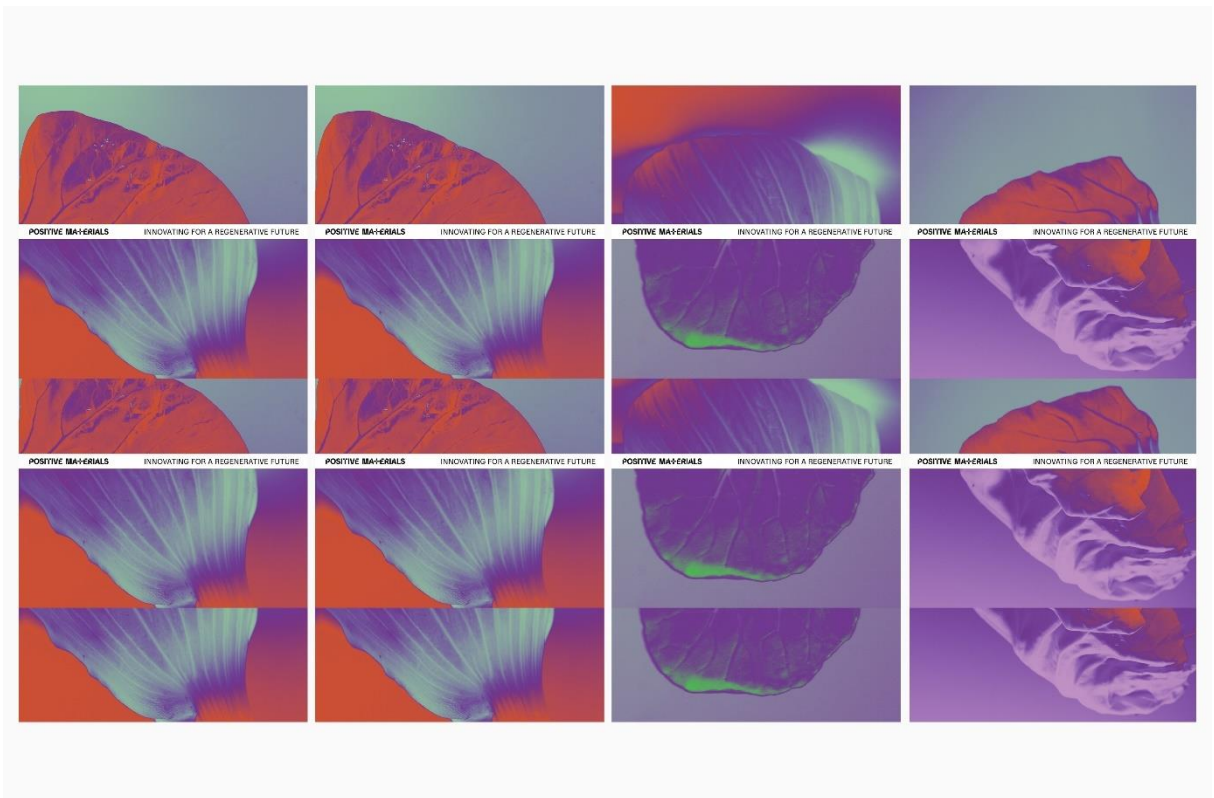


Figura 9. Positive Materials, componente fotográfica com manipulação a cores, R2

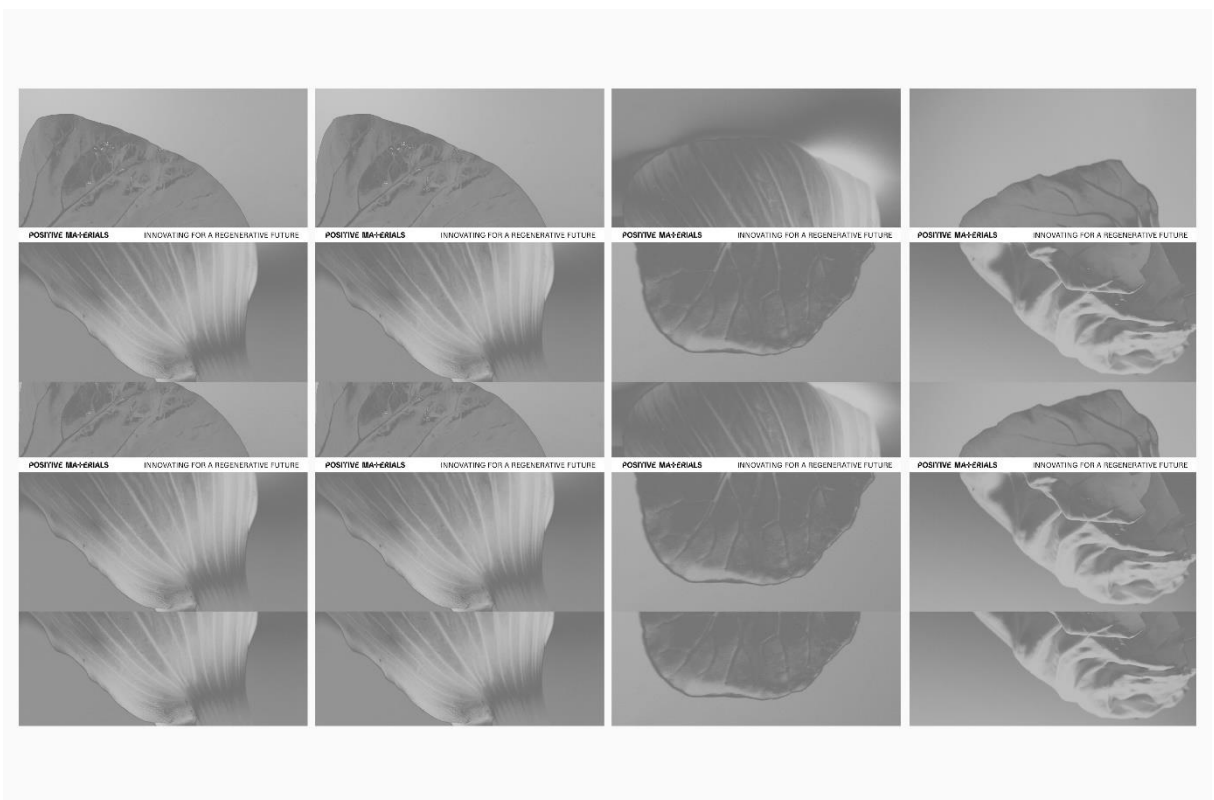


Figura 10. Positive Materials, componente fotográfica com manipulação sem cores, R2

A sua prática projetual engloba três principais tipos de encomenda: projetos comissionados, projetos auto iniciados e encomendas artísticas. Os projetos comissionados são aqueles solicitados por um cliente específico, com restrições de tempo e orçamento (Alves, 2015, p.54). Por outro lado, os projetos auto iniciados ou pessoais surgem da necessidade interna de exploração criativa, que ultrapassam as limitações típicas dos projetos comissionados (Alves, 2015, p.65). Por fim, as encomendas artísticas são trabalhos solicitados ao designer, que proporcionam uma maior liberdade na abordagem, frequentemente destinados a exposições ou colaborações culturais (Alves, 2015, p.67). Assim, cada tipo de projeto oferece oportunidades únicas de desenvolvimento e enfrenta desafios específicos, todos contribuindo para o contínuo enriquecimento e progresso do estúdio R2.

Para descrever as diversas etapas e posturas presentes, utilizar-se-á como modelo o processo que decorre nos projetos comissionados, na medida em que estes, pela sua quantidade, são estruturantes na prática profissional do estúdio.

Após submissão de um projeto por parte do cliente, este é interpretado de forma autónoma por Artur Rebelo e Lizá Ramalho. Quando necessário, realizam-se visitas aos locais onde o projeto irá ser empregue, com o objetivo de incluir referências pertencentes ao espaço. Paralelamente, através da revisitação do arquivo do estúdio, onde estão presentes coleções de objetos, fotografias e documentos, surgem novas ideias e conceitos, que são debatidos de forma colaborativa, permitindo o desenvolvimento de esboços iniciais de maneira livre e sem limitações (Alves, 2015, p.173). Deste modo, o desenho é crucial na investigação do design, permitindo explorar e compreender ideias de forma profunda, facilitar a autorreflexão e promover a inovação ao oferecer uma abordagem criativa e imaginativa para resolver problemas e descobrir soluções (Providência, 2012, p.59). Simultaneamente, a pesquisa e recolha de informação é aprofundada, resultando em mais ideias que se debatem com as iniciais (Alves, 2015, p.171). É geralmente nesta etapa que, em colaboração com a restante equipa, se desenvolve um número considerável de possibilidades. Os testes são discutidos e dispostos nas paredes do estúdio ou numa mesa de trabalho a fim de os comparar, até se alcançar o resultado pretendido.

No decorrer de todo esse processo, os diretores de arte trabalham alternadamente: enquanto um se dedica a desenvolver e aprofundar a proposta, o outro

assume uma postura crítica e analítica, fornecendo feedback construtivo. Esta alternância permite um ciclo contínuo de criação e revisão, garantindo que cada projeto passe por múltiplas camadas de aprimoramento. Desta forma, o produto final não só atende às expectativas dos clientes, mas também reflete a excelência criativa e técnica do estúdio. Há que assinalar ainda que o projeto termina apenas quando há uma satisfação comum com a proposta. Após a sua finalização, surge uma etapa de análise e de reflexão sobre todo o processo que, segundo Alves (2015, pp.172-173), é importante no quadro da maturação do trabalho do estúdio, tendo sido uma mais-valia para a melhoria da performance ao nível do processo, da expansão dos territórios da disciplina e ainda dos resultados do projeto gráfico ou dos artefactos produzidos.

“O designer é também uma espécie de engenheiro, atento aos limites técnicos e à sua maior adequação produtiva, mas não ignora a sua experiência pessoal, pela qual questiona o fim último do projeto, dotando-o de uma certa praxis, isto é, dos meios de reflexão ética e poética” (Providência, 2012, p.107).

Finalmente, realiza-se uma apresentação do projeto comissionado para o devido cliente, onde está presente todo o processo de trabalho, assim como a evolução dos conceitos e das ideias até ao resultado final.

Em suma, a metodologia de trabalho do estúdio R2 baseia-se num processo contínuo de seleção, teste, discussão e diálogo (Alves, 2015, p.171). Tal abordagem permite explorar diversas possibilidades e ajustar as propostas de forma dinâmica, resultando em soluções que atendem às necessidades dos clientes e contribuem para um repertório visual significativo.

“Sendo este o método de trabalho dos R2, experimental e processual, de ensaio de várias possibilidades que nunca são as mais expectáveis, a grande maioria dos seus projetos, independentes ou de encomenda, deu origem ao longo dos anos a um extraordinário acervo visual e material, (...)” (Ramalho & Rebelo, 2023, p.34).

Este processo não apenas garantiu ao estúdio reconhecimento e inclusão na Alliance Graphique Internationale, como também resultou em várias premiações internacionais, sublinhando a influência significativa da sua prática no design gráfico contemporâneo. Desta forma, o estúdio R2 demonstra que a autoria no design gráfico não se limita a um esforço individual, mas resulta também de um processo colaborativo. Através da criação e modelação de conteúdos, evidencia que o diálogo e a crítica contínua são essenciais para o desenvolvimento de interpretações e soluções inovadoras, destacando-se como um exemplo de prática autoral através da importância do trabalho colaborativo e experimental no processo criativo.

4 CRONOGRAMA

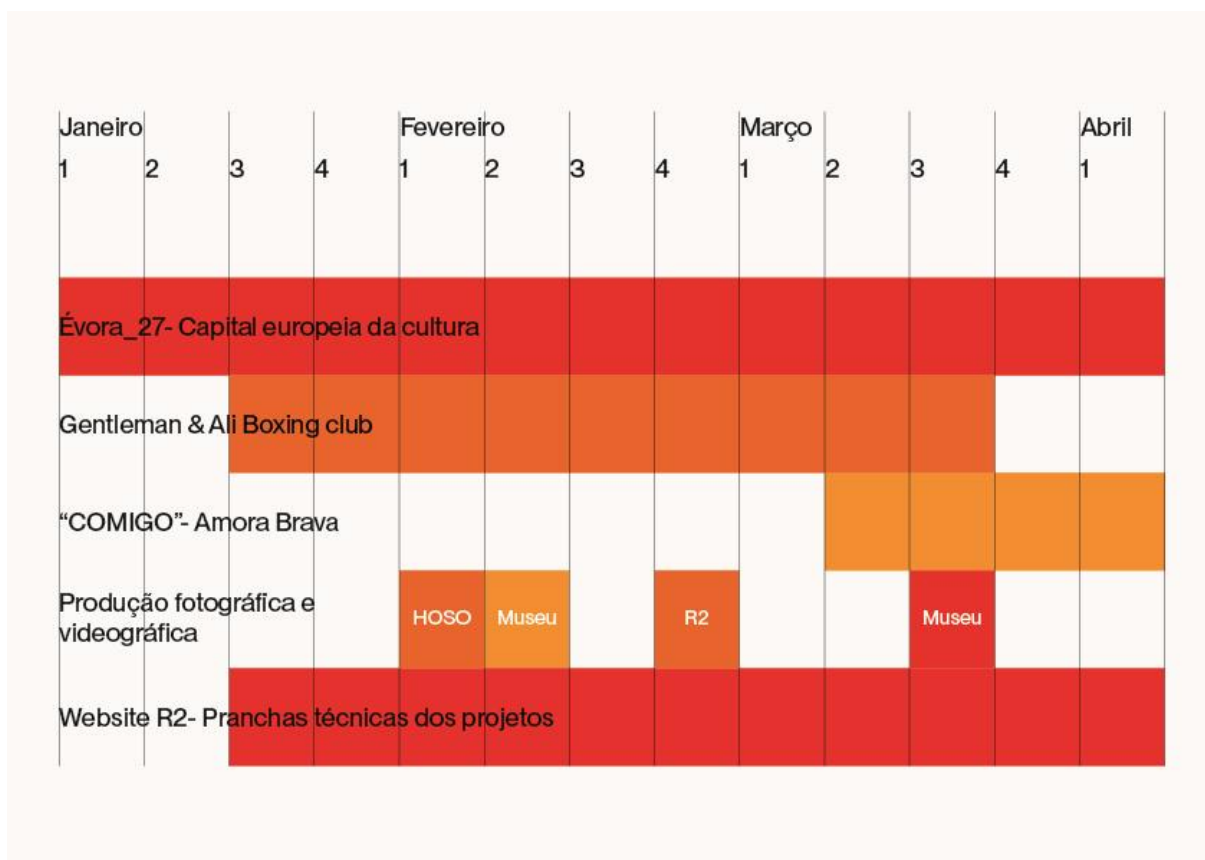


Figura 11. Cronograma

Inicialmente, não estavam definidos quaisquer projetos específicos, sendo estes desenvolvidos conforme as necessidades dos clientes ou do próprio estúdio. Esta metodologia permitiu uma adaptação flexível e dinâmica às exigências emergentes. Os projetos apresentados resultam de uma seleção que reflete o processo de trabalho dos R2, abrangendo diversas tipologias de projeto e as respetivas necessidades específicas.

Durante o estágio, a identidade gráfica para a instituição cultural "Évora_27" foi selecionada como o primeiro caso de estudo, devido à diversidade e complexidade dos suportes gráficos e grafismos a explorar. Durante este período, foram efetuadas entregas contínuas, com o trabalho a ser estruturado em várias fases, de acordo com as necessidades identificadas pelo cliente, bem como por Artur Rebelo e Lizá Ramalho.

O projeto para o ginásio de boxe Gentleman & Ali prolongou-se devido à maior flexibilidade nos prazos de entrega, o que possibilitou uma exploração abrangente das diferentes componentes do projeto. Esta abordagem permitiu uma análise detalhada de

todos os aspetos do projeto e a adaptação contínua às necessidades e desafios encontrados ao longo do processo.

O rótulo para o vinho "COMIGO", da empresa Amora Brava, foi o último trabalho encomendado por um cliente, com participação mais ativa na fase inicial de pesquisa e experimentação. Durante esse período, foram conduzidas apresentações relacionadas com o projeto, e a sua extensão no tempo deveu-se a alterações solicitadas pelo cliente, o que impediu a conclusão do projeto dentro do período estipulado para o estágio.

Por fim, os desenhos técnicos⁸ dos projetos e a componente fotográfica para o website R2 foram definidos exclusivamente pelas vontades e necessidades dos diretores de arte. Esta abordagem garantiu que os desenvolvimentos de ambos fossem concluídos dentro dos prazos estabelecidos, alinhados com as especificações e expectativas definidas para o lançamento do site do estúdio.

Como ilustrado no gráfico da figura 11, diversos projetos foram desenvolvidos simultaneamente, o que exigiu uma organização rigorosa para cumprir todas as exigências estabelecidas. Este contexto reflete a dinâmica habitual do estúdio, que deve garantir a coordenação eficiente dos recursos e tarefas para atender aos requisitos dos clientes.

⁸ Imagens desenvolvidas para explicar o método de construção dos grafismos associados aos projetos do estúdio R2, evidenciando tanto o processo de desenvolvimento como os resultados obtidos.

5 PRÁTICA PROJETUAL

Este capítulo oferece uma análise crítica das tarefas desenvolvidas nos projetos realizados ao longo do estágio, organizados por tópicos.

Os trabalhos apresentados abrangem diversas tipologias relacionadas com a disciplina do design, cada um com uma abordagem específica: desenvolvi propostas no âmbito da identidade visual para as instituições “Évora_27” e Gentleman & Ali Boxing Club; trabalhei sobre um briefing de criação de um rótulo e contrarrótulo para a marca de vinho “COMIGO”, pertencente à companhia Amora Brava; estive envolvido na produção fotográfica e videográfica em diferentes contextos e espaços; e elaborei pranchas técnicas para o website dos R2.

Nos projetos descritos, foram detalhadas todas as suas etapas, articulando-as com as dinâmicas de equipa e as suas influências. O texto é relacionado com imagens que ilustram todo o processo criativo, facilitando a sua compreensão. Em cada tópico, consoante a natureza do trabalho, são descritos a informação sobre a instituição envolvida, a pesquisa realizada, as referências contextuais, as hipóteses formuladas, o conceito atribuído e as aplicações desenvolvidas. Por fim, cada projeto é acompanhado de conclusões pessoais, refletindo sobre as competências adquiridas e as experiências vividas inerentes à sua especificidade.

5.1 Évora_27

Em 2027, Évora e a região do Alentejo serão titulados como a Capital Europeia da Cultura, pela União Europeia, representando Portugal no maior evento cultural da Europa. O seu conceito é o "VAGAR", um modo cultural alentejano que evidencia a consciência plena de que estamos sempre em relação com tudo o que nos rodeia, questionando a nossa posição de dominância, que implica coexistência, coevolução, contenção, criação e construção, espaço e tempo, memória e coletivo, assim como resiliência e tensão.

A programação cultural do evento está estruturada em três temas: Tempo, Espaço e Matéria, integrando arte e ciência para estabelecer ligações entre públicos e artistas em torno de questões sobre o futuro da humanidade. O programa destaca a

sustentabilidade, a diversidade cultural, a inclusão e a solidariedade como princípios orientadores, tendo como objetivo transformar a cidade num laboratório vivo de ideias.

A identidade gráfica de Évora_27 foi realizada pelo estúdio R2, abrangendo aspetos como a paisagem, a cultura local e o programa artístico do evento. O objetivo foi ligar a cidade ao ano do evento (2027), destacando o espaço e o tempo. Inspirada na arquitetura e na natureza do Alentejo, especialmente de Évora, a linha do logotipo remete às linhas coloridas das casas locais, representando o horizonte e a paisagem, além de simbolizar o espaço para as atividades culturais e a participação dos habitantes. O logotipo de Évora 2027 apresenta diversas variações, incluindo versões curta, média e comprida, com opções de legendas em português, inglês ou bilingue. Estas variações asseguram a flexibilidade necessária para responder a diferentes exigências institucionais e de comunicação. O sublinhado tem uma medida mínima constante, enfatizando uniformemente o espaço. Partindo da fonte “Staff”, foram redesenhados glifos específicos, conferindo um toque mais humanista a um design originalmente mais rígido.



Figura 12. Évora_27, comunicação, R2



Figura 13. Évora_27, variações de logotipos, R2

A minha contribuição inicial envolveu a criação de um banner de email⁹ utilizando a linguagem visual previamente estabelecida, e a respetiva apresentação digital para a instituição.

Relativamente ao banner de email, com base no material fornecido, tive a tarefa de compor toda a informação necessária para se adequar ao formato de 800x175px. Tendo como referência a imagem representada na figura 14, testou-se diferentes composições e abordagens visuais (figura 15). Através de um diálogo constante e de esboços desenvolvidos em conjunto com Lizá Ramalho, refinámos o design até alcançarmos o resultado final desejado (figura 16).

⁹ Imagem incorporada dentro de uma mensagem de email, com o objetivo de promover um produto, um serviço ou um evento.



Figura 14. Évora_27, comunicação, R2



Figura 15. Évora_27, banner de email, testagem



Figura 16. Évora_27, banner de email, resultado final

Em simultâneo, com base na estética R2 e nas orientações fornecidas, desenvolvi uma apresentação para a instituição que incluía uma imagem ilustrativa da estrutura de um e-mail, representando a organização adequada das partes da mensagem e dos respetivos campos. A apresentação foi enviada ao cliente juntamente com o banner, que foi aprovado e posteriormente aplicado.

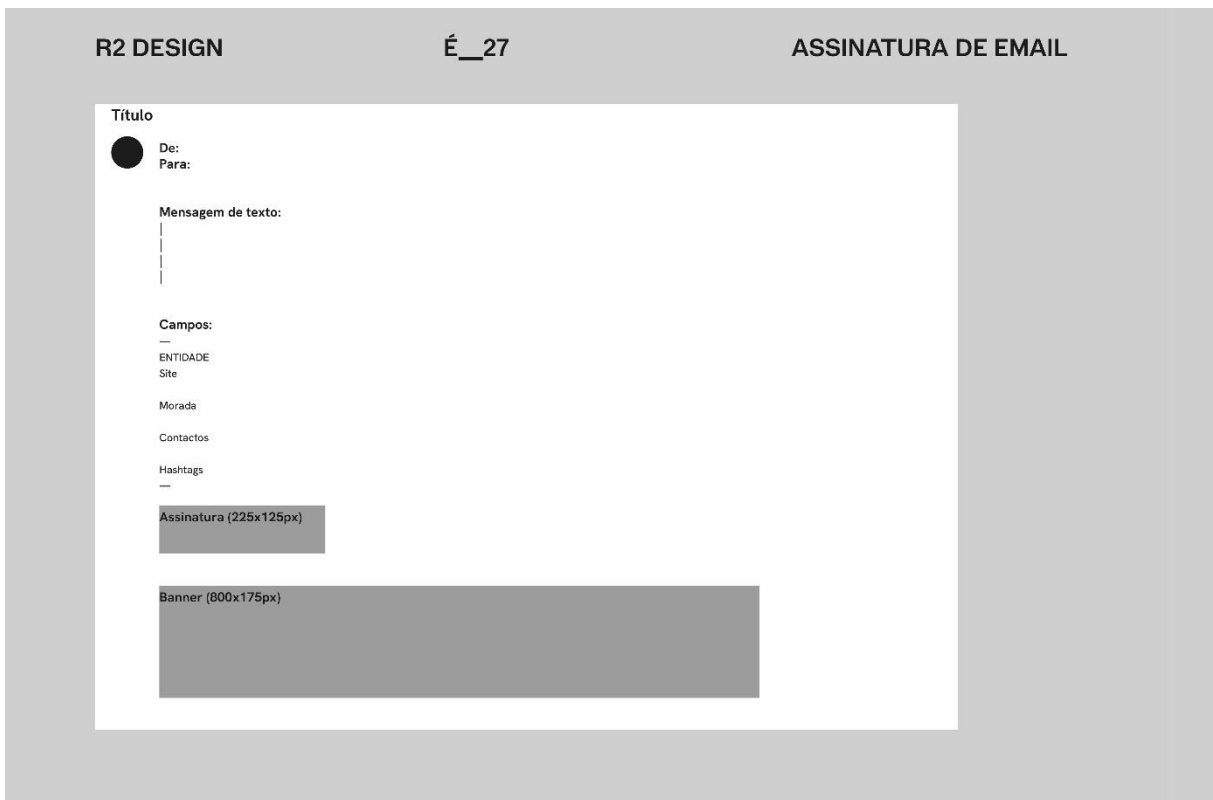


Figura 17. Évora_27, orientações para a organização adequada das partes de uma mensagem num email

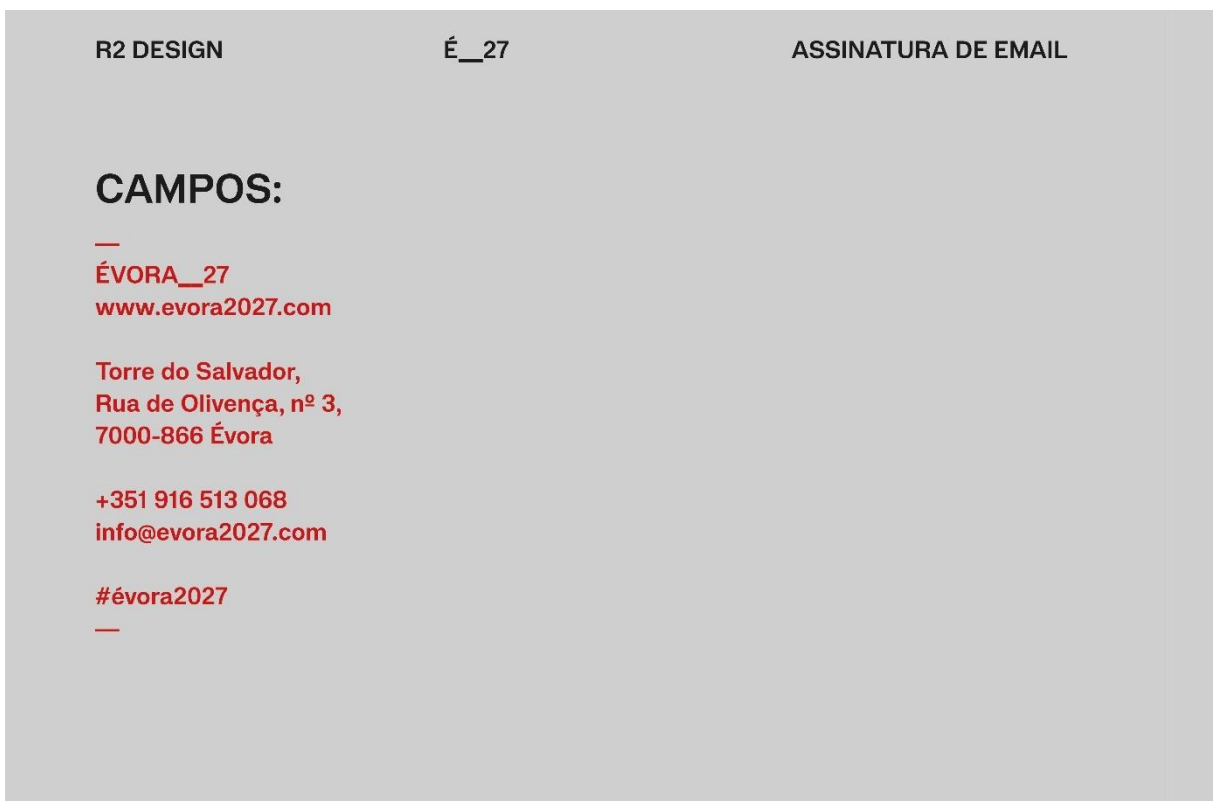


Figura 18. Évora_27, apresentação, informação considerar para a secção de campos no email

No seguimento deste projeto, foi-me proposto novamente por Lizá Ramalho o desenvolvimento de novos grafismos para uma gráfica complementar, alinhada com a identidade visual do evento já estabelecida. A gráfica existente é composta por ilustrações em pixels que evocam bordados em pontos, com elementos inspirados no artesanato e na tapeçaria alentejana, podendo ser utilizados tanto de forma isolada como em padrões.



Figura 19. Évora_27, gráfica complementar

Desta forma, a minha contribuição consistiu em aprofundar este conceito, criando grafismos baseados nos apresentados na figura 19. Inicialmente, sob a orientação da designer, realizei uma pesquisa na internet sobre a cerâmica alentejana, que revelou uma diversidade de elementos inspiradores, especialmente flores, presentes nas peças (figura 20). Com base nestes exemplos, comecei a criar ilustrações que respeitassem o tamanho e formato das anteriores (figura 21), garantindo assim uma coerência visual. Todo este trabalho foi conduzido de forma experimental, com o objetivo de testar novas possibilidades dentro do conceito proposto.



Figura 20. Évora_27, gráfica complementar, referências visuais. Fontes: <https://pin.it/1RbSDby4e>, <https://pin.it/EB4c9mM5z>, <https://pin.it/1JcjrIOkE>, <https://pin.it/7JJHLtCjR>, <https://pin.it/6rH8JjaKY>, <https://pin.it/3qs5dcXgX> (janeiro, 2024)

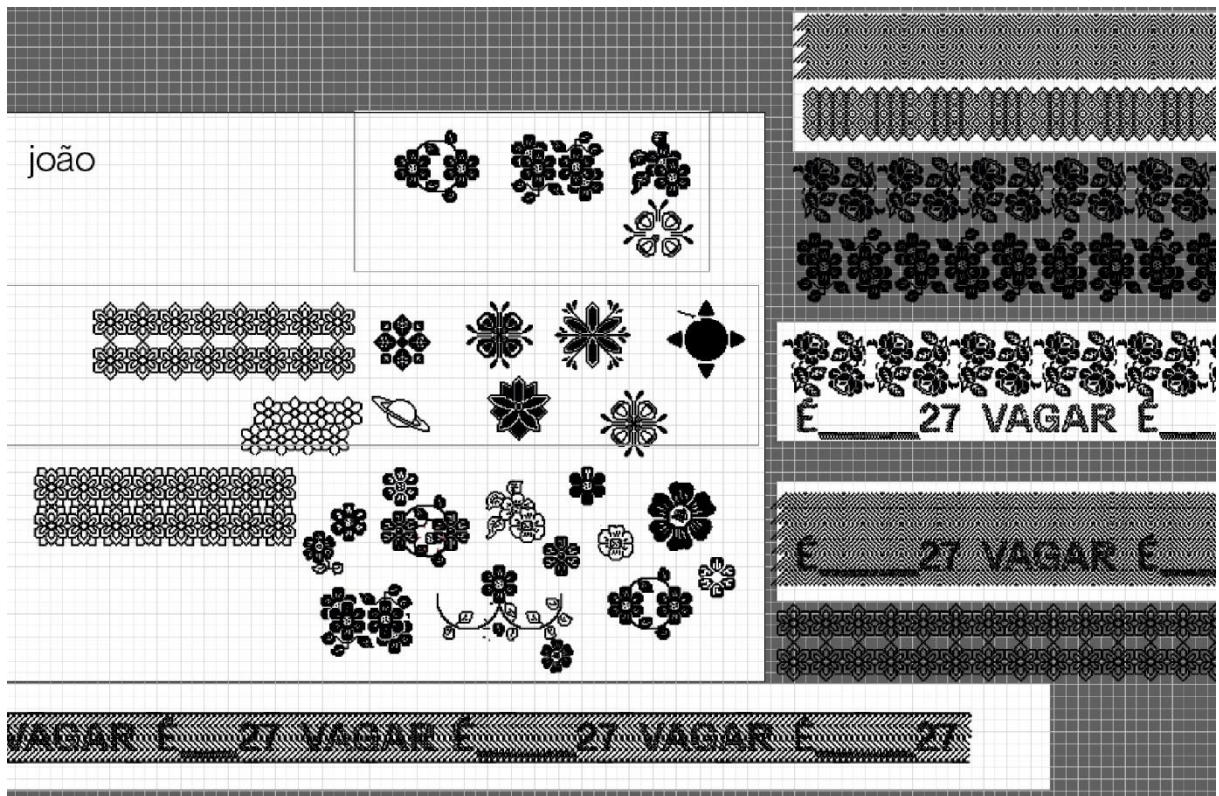


Figura 21. Évora_27, ilustrações para a gráfica complementar, processo

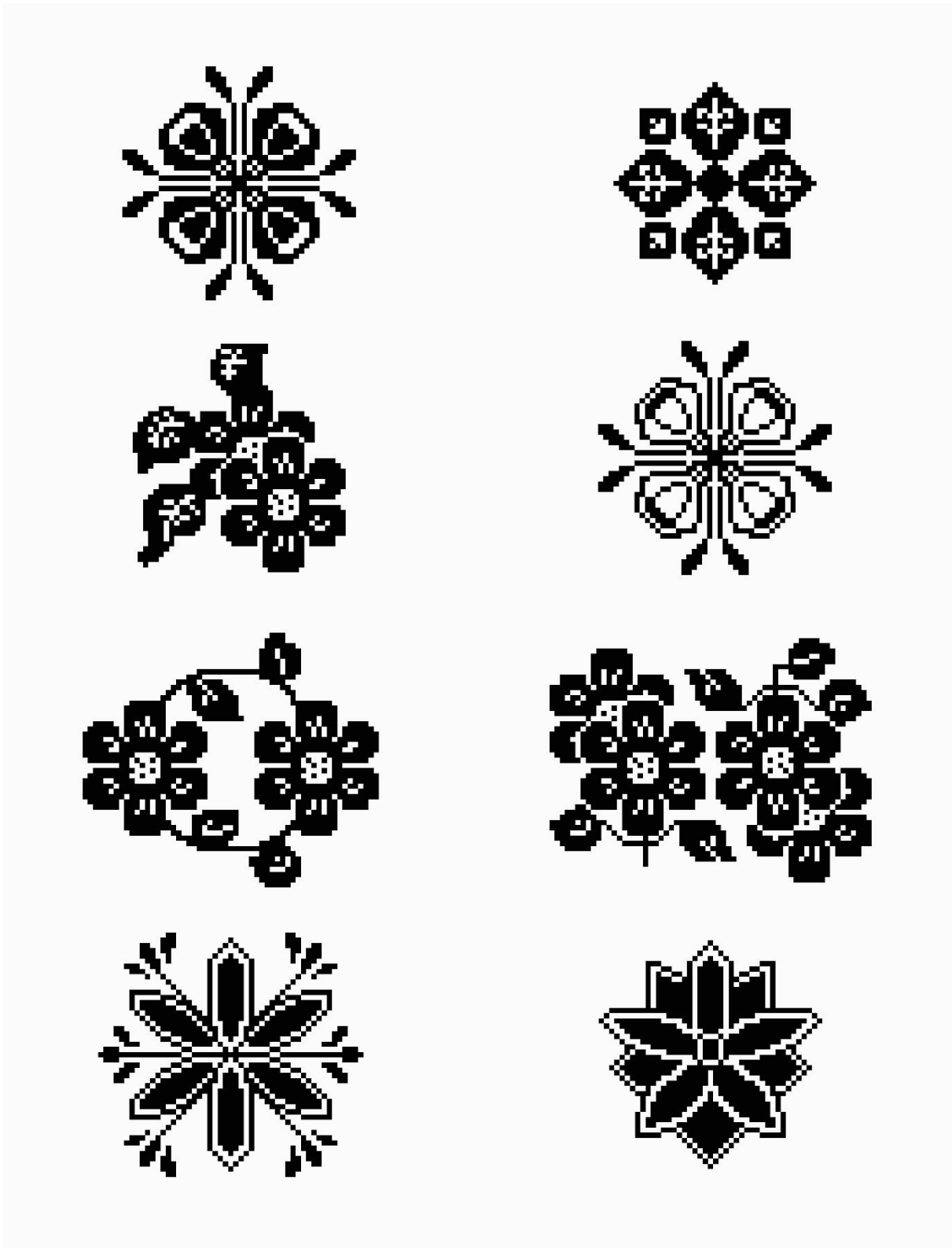


Figura 22. Évora_27, ilustrações para a gráfica complementar, experimentação

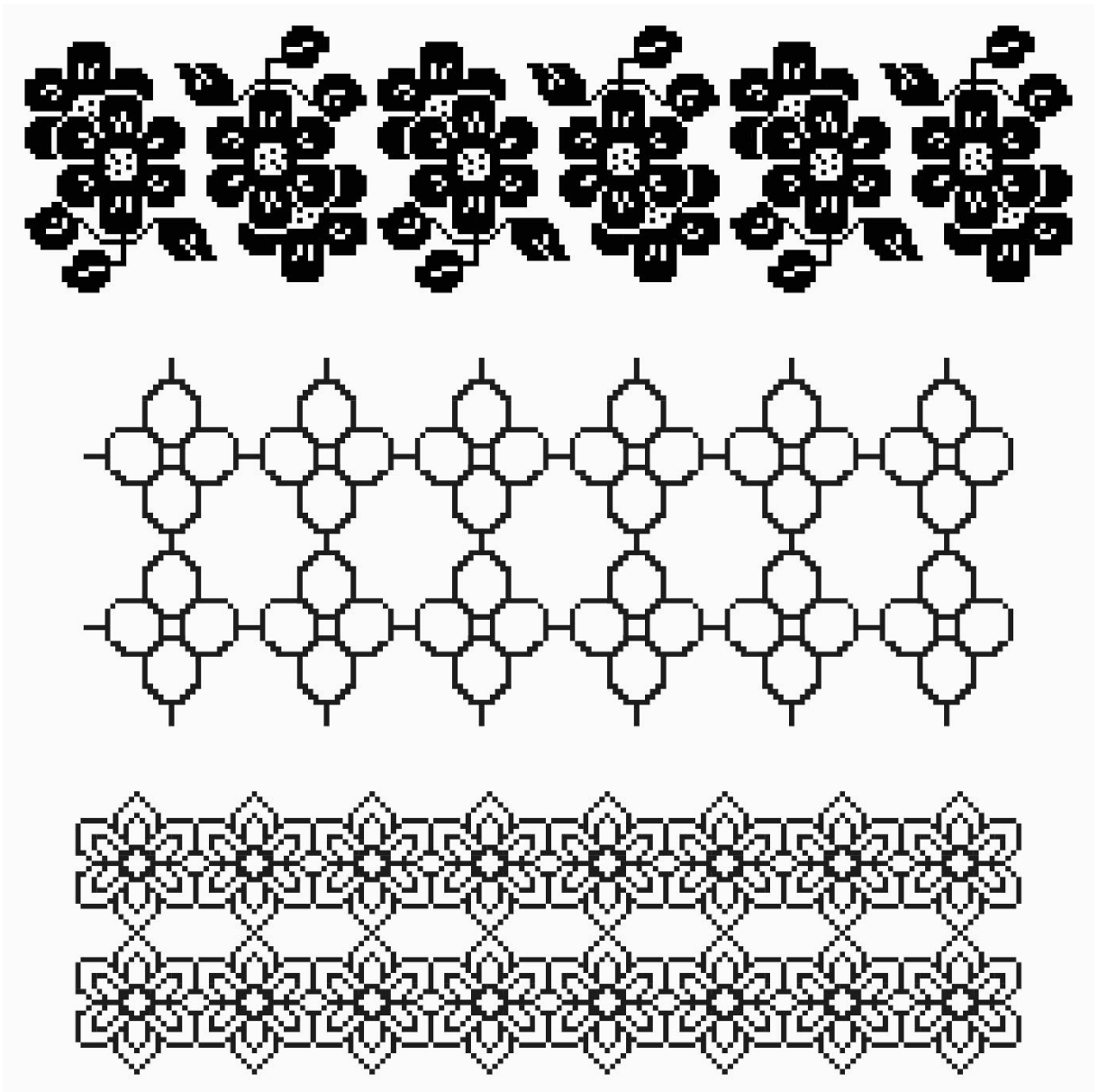


Figura 23. Évora_27, ilustrações para a gráfica complementar, experimentação

Após a conclusão do trabalho anterior, foi-me solicitado a realização de uma série de testes experimentais com o intuito de promover o desenvolvimento contínuo da identidade gráfica do evento. Para direcionar este processo, recebi o manual de identidade, que contém um conjunto detalhado de orientações técnicas e regras específicas para a aplicação dos elementos gráficos. De acordo com estas diretrizes e esboços realizados por Lizá Ramalho (figura 24), fui incumbido de integrar a componente fotográfica com as cores e gradientes estabelecidos para a identidade visual, e com as ilustrações relativas à gráfica complementar. Utilizando programas de software, segui as

orientações da designer para aplicar “Blend modes”¹⁰ e proceder com a edição de imagem conforme as especificações solicitadas. Todos os testes foram organizados e impressos em folhas A3 e dispostos sobre uma mesa, para que os diretores de arte pudessem compará-los e discutir a interação entre os diferentes elementos visuais, avaliando assim a sua aplicação eficaz no contexto do evento.

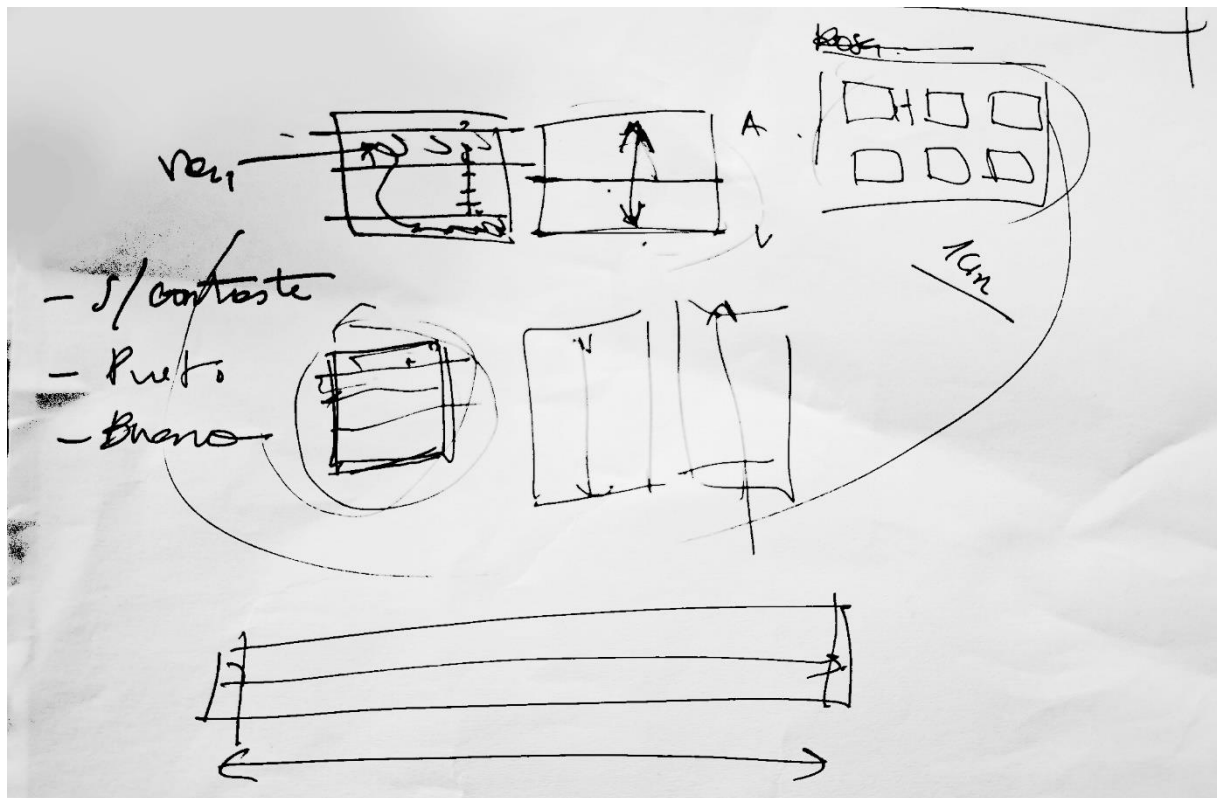


Figura 24. Évora_27, identidade, testes de imagem, esboço realizado por Lizá Ramalho

¹⁰ “Blend modes” controlam como os pixels na imagem são afetados por ferramentas de pintura ou de edição.



Figura 25. Évora_27, identidade, testes de imagem, gradiente sobre a imagem



Figura 26. Évora_27, identidade, testes de imagem, imagem com preto mais acentuado

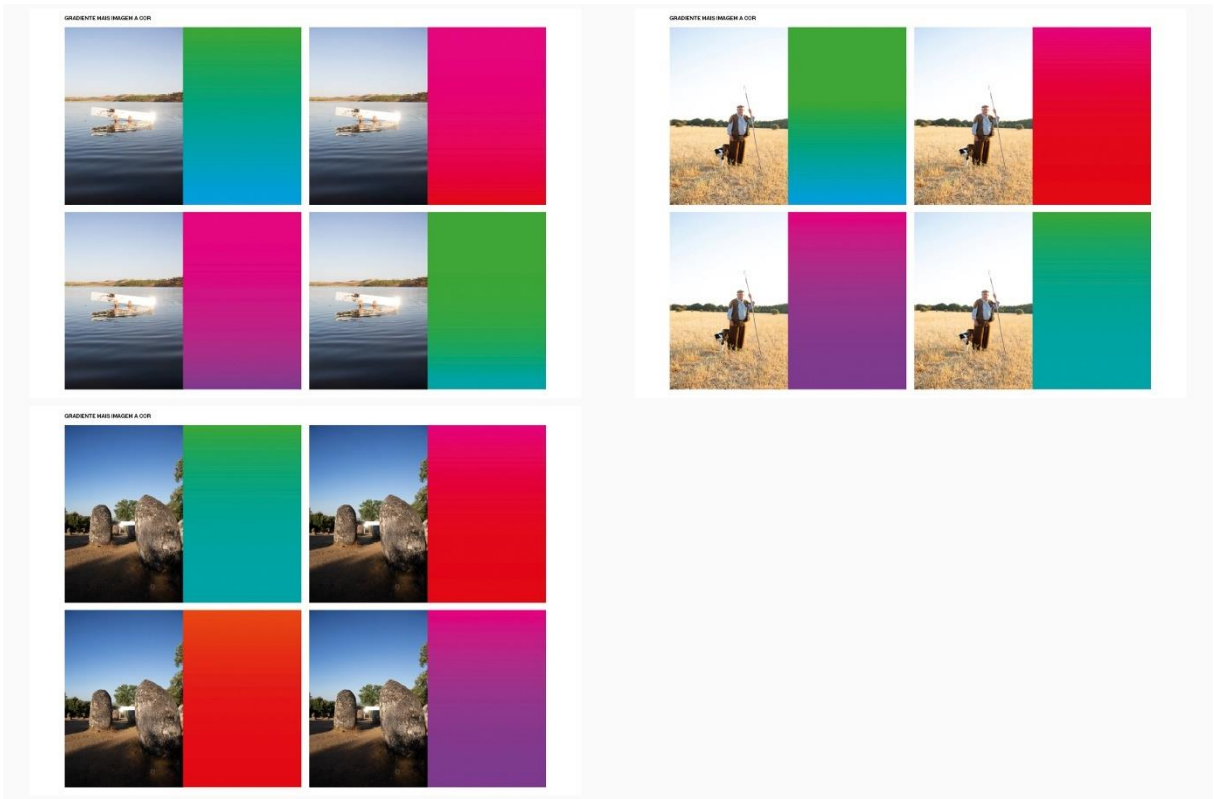


Figura 27. Évora_27, identidade, testes de imagem, gradiente mais imagem

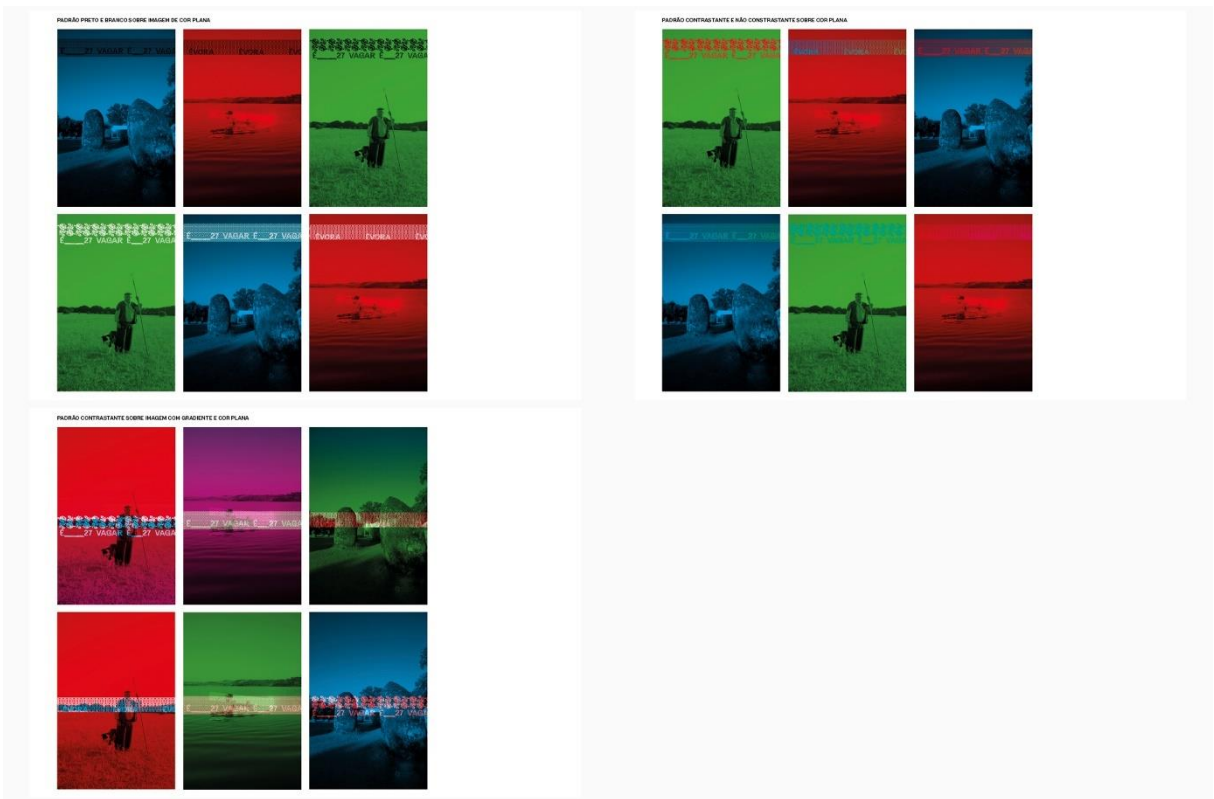


Figura 28. Évora_27, identidade, testes com a gráfica complementar

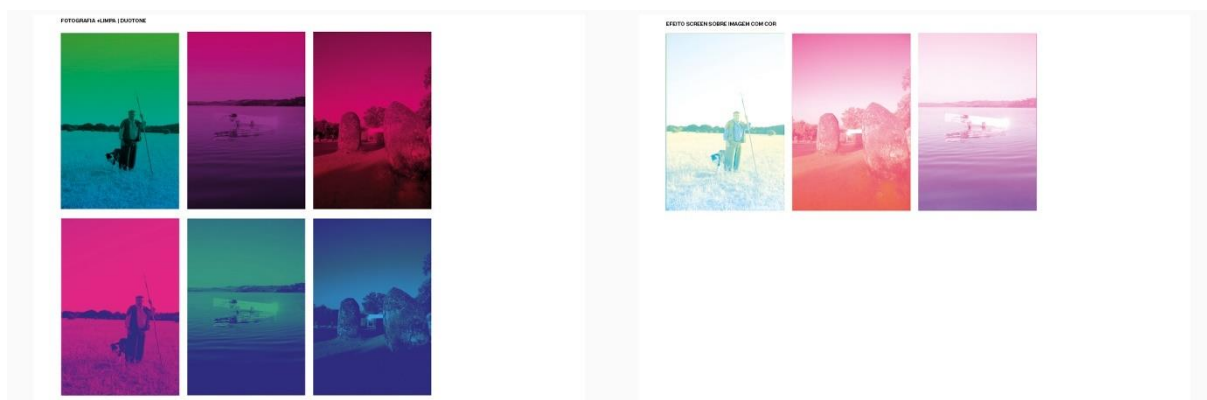


Figura 29. Évora_27, identidade, testes com duotone e efeito screen

Este trabalho foi fundamental para a adaptação ao método de trabalho dos R2. Na primeira tarefa, enfrentei dificuldades em cumprir o prazo de entrega estabelecido por Lizá Ramalho, devido à minha falta de experiência com as exigências profissionais. Contudo, foi um ponto de partida crucial para ajustar o meu ritmo de trabalho e aprimorar a eficácia na realização das propostas posteriores. A experiência permitiu-me aprofundar o conhecimento sobre ferramentas digitais e os seus usos específicos, especialmente no que diz respeito ao último trabalho deste projeto, que envolveu testes experimentais para a identidade gráfica do evento. Além disso, compreendi a importância de uma organização adequada da informação durante o processo de testagem, que é essencial para uma análise e crítica eficaz.

5.2 Gentleman & Ali Boxing Club

Gentleman & Ali Boxing Club, localizado em Matosinhos, no Porto, foi fundado pelo pugilista Jorge Silva (Gentleman) e pela pugilista Nancy Moreira Gomes (Ali). O objetivo do projeto foi o desenvolvimento de uma nova identidade visual para o ginásio. Durante o estágio, o processo foi desenvolvido em estreita colaboração com Artur Rebelo, adotando-se uma abordagem predominantemente orientada para a pesquisa, dada a flexibilidade de tempo e a ausência de uma aplicação imediata, o que possibilitou a exploração e teste de diversas possibilidades.

Antes de começar a esboçar diferentes opções, em conjunto com o designer foram reunidas referências visuais para orientar a escolha da tipografia e da linguagem gráfica do ginásio. Foi realizada uma pesquisa sobre o boxe tradicional, abrangendo

desde a análise de cartazes até os detalhes do próprio ambiente relacionado ao desporto, com o objetivo de extrair conceitos para a tipografia.

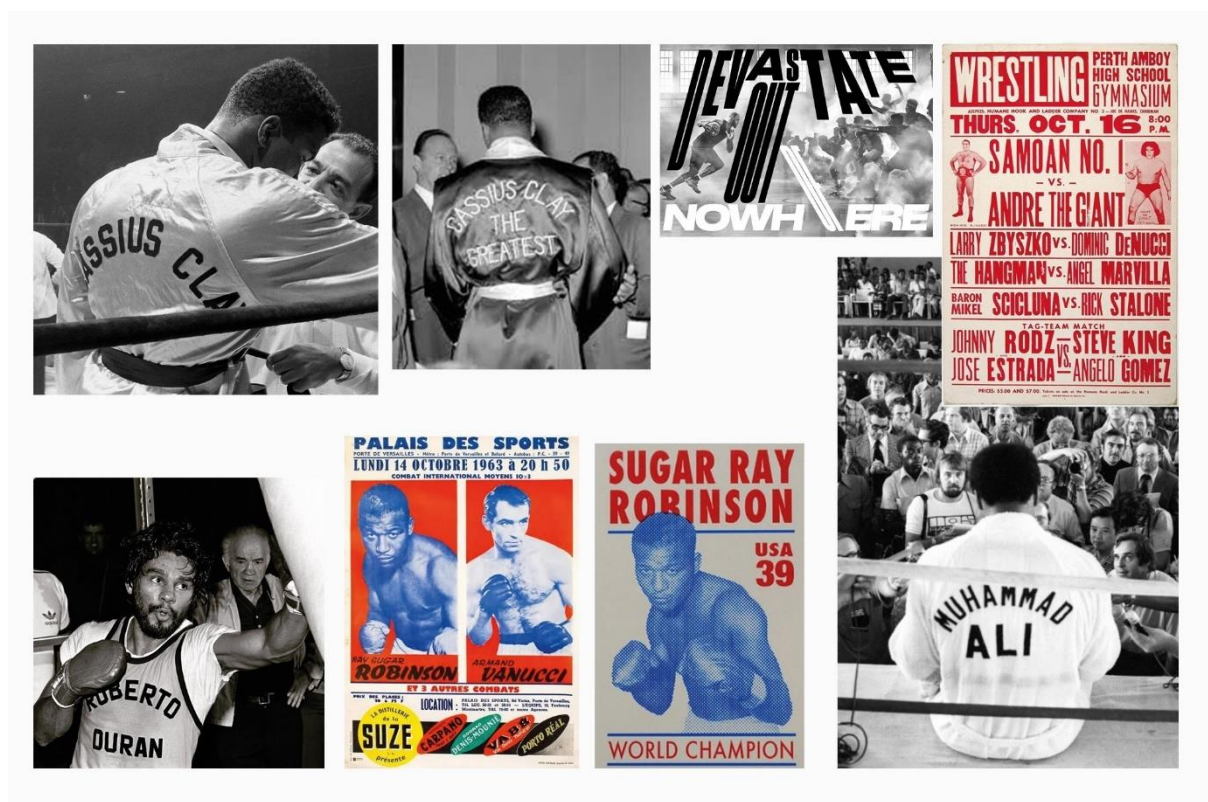


Figura 30. G&A Boxing Club, identidade, referencias. Fontes: <https://www.pinterest.fr/pin/815573813915736513/>, <https://pt.pinterest.com/pin/109071622218539556/>, <https://bureauborsche.tumblr.com/post/160810743805/recent-nike-lebron-campaign>, <https://pt.pinterest.com/pin/634303928801357183/>, <https://pt.pinterest.com/pin/448530444149022043/>, <https://pt.pinterest.com/pin/439875088625595755/>, <https://pt.pinterest.com/pin/337981147037157286/> (janeiro, 2024)

Com base nessas referências, Artur Rebelo selecionou as tipografias “Kane Display Normal” e “TIMMONS NY” (figura 31) para a realização de testes gráficos. O objetivo é avaliar estas opções em diversos contextos visuais e, após a análise dos resultados, determinar qual tipografia melhor se adapta às necessidades do projeto. Desta forma, como primeira proposta, o designer sugeriu a criação de pictogramas adicionais para sinalização, incluindo representações de homem, mulher, saco de boxe e luva de boxe. Explicou que a elaboração desses pictogramas deve integrar-se de forma coesa com as tipografias escolhidas, funcionando como uma extensão dos caracteres tipográficos. Para garantir essa integração, a espessura dos elementos e os terminais dos

pictogramas devem estar em harmonia com as características das fontes selecionadas. Como exemplos ilustrativos dessa abordagem, citou projetos anteriores do estúdio, como a sinalização e orientação para a sede da EDP e o Hotel Minho, para evidenciar a integração entre pictogramas e tipografia, de acordo com o estilo autoral R2.



Figura 31. G&A Boxing Club, tipografias



Figura 32. EDP, construção dos pictogramas

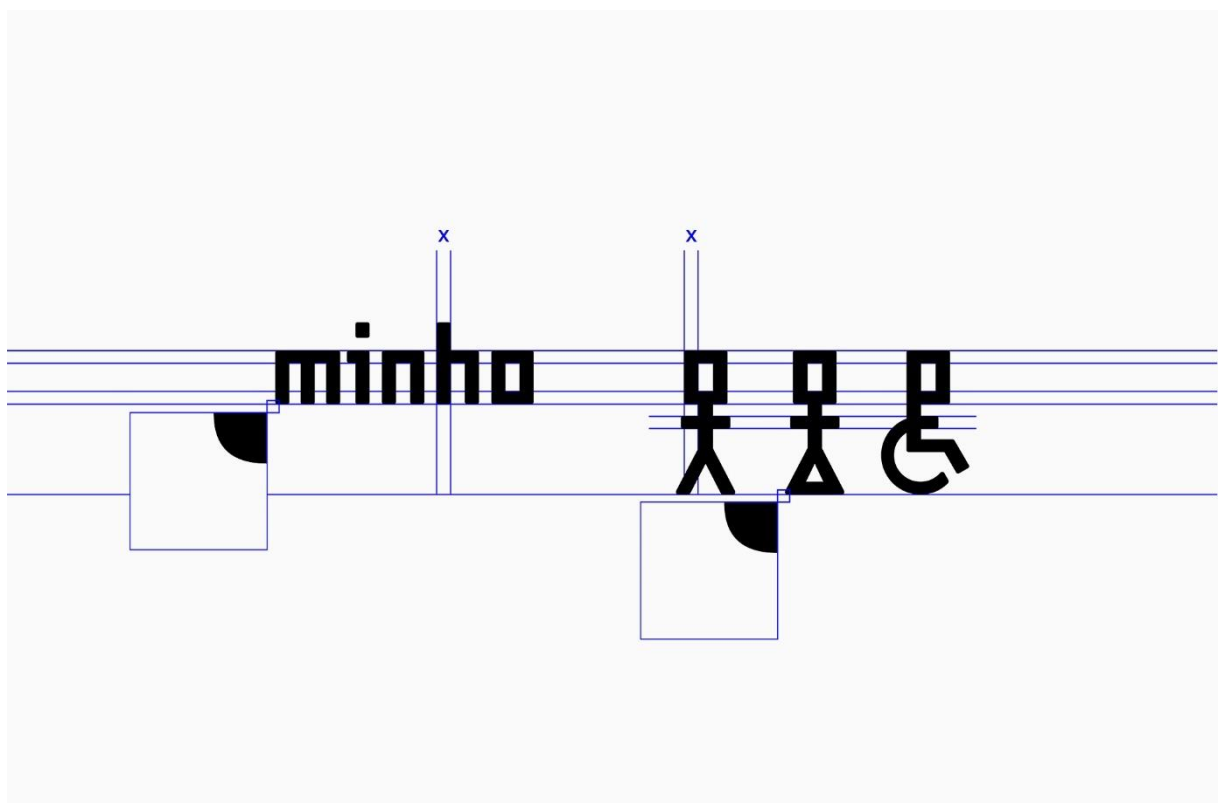


Figura 33. Hotel Minho, construção dos pictogramas

Em conformidade com as diretrizes fornecidas, iniciei o desenvolvimento de várias propostas de pictogramas com base nas tipografias selecionadas. Considerando que as fontes estão disponíveis apenas em caixa alta, estabeleci guias para definir a altura das letras, que serviram como referência para os desenhos. Para garantir que os mesmos respeitassem esses parâmetros, identifiquei em ambas as tipografias a espessura das linhas das letras como 'X', e as terminações como 'Y'. Na fonte "Kane Display Normal", examinei ainda as junções, referenciadas como 'Z', dado que esta apresenta uma curvatura particular, sutil, mas perceptível numa análise mais próxima. Contudo, para assegurar a clareza das representações, ajustei a forma dos pictogramas, priorizando a sua identificação visual em vez de seguir estritamente todas as regras estabelecidas.



Figura 34. G&A Boxing Club, identidade, tipografia TIMMONS NY, terminação

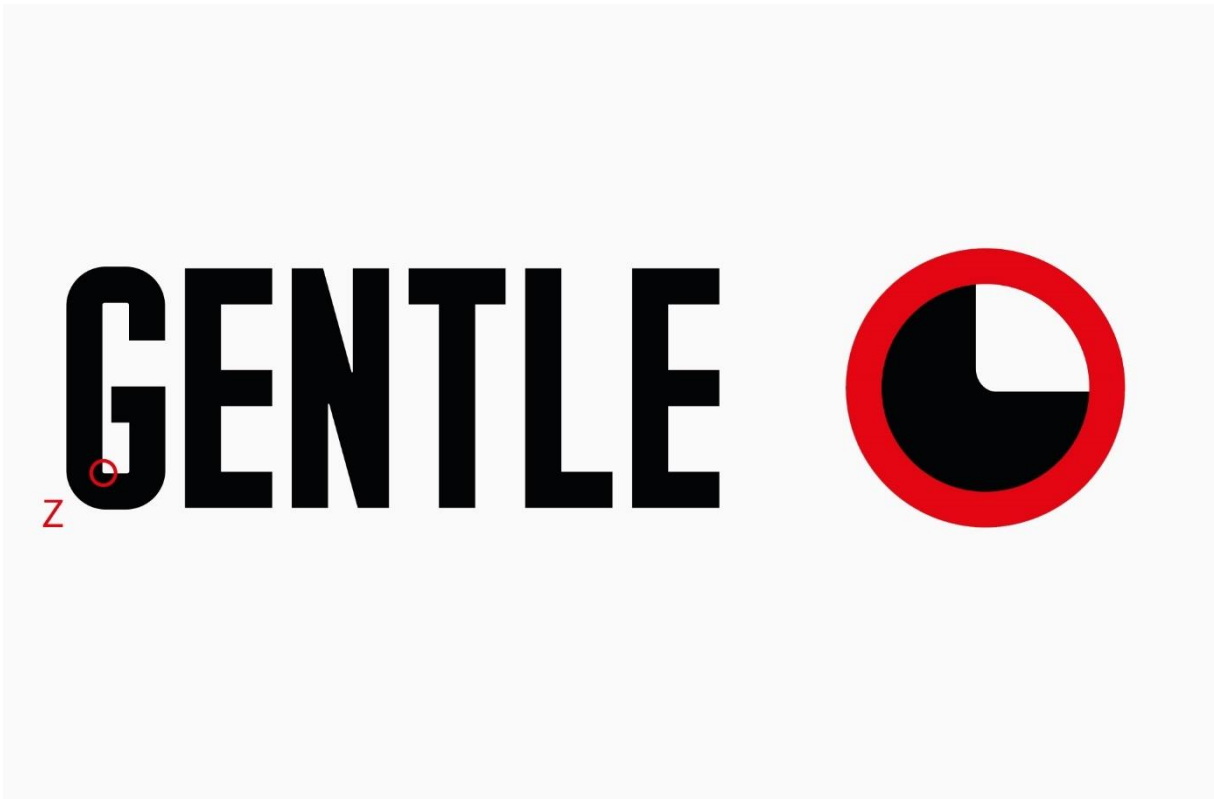


Figura 35. G&A Boxing Club, identidade, tipografia Kane Display Normal, junção

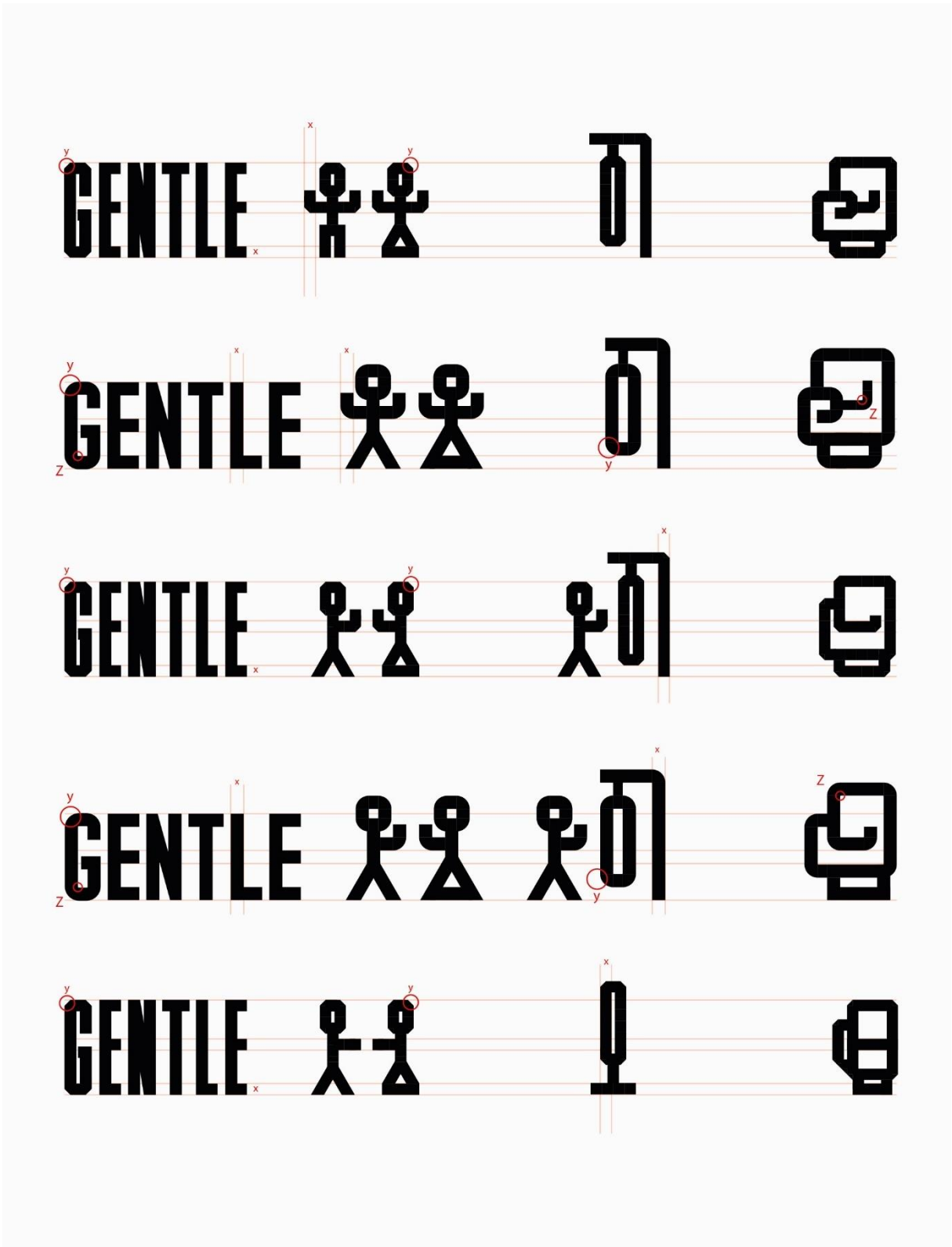


Figura 36. G&A Boxing Club, pictogramas



Figura 37. G&A Boxing Club, pictogramas (2)



Figura 38. G&A Boxing Club, pictogramas (3)



Figura 39. G&A Boxing Club, pictogramas (4)

A par deste trabalho, fui solicitado a desenvolver duas ilustrações de pugilistas para serem colocadas nas paredes do ginásio, realizadas cada uma delas, a partir das tipografias previamente citadas. Embora as ilustrações não fossem concebidas para interagir diretamente com a tipografia, foram influenciadas pelas suas terminações, criando uma coerência estética entre ambos os elementos. Seguindo as diretrizes estabelecidas, desenvolvi um primeiro esboço o qual, após análise de Artur Rebelo, demonstrou potencial significativo. A partir desse ponto, trabalhei simultaneamente nas duas ilustrações, refinando o design com atenção às terminações das tipografias utilizadas como base, procurando alcançar uma combinação de simplicidade e rigor nas formas. A meio do processo, o designer sugeriu representar o pugilista com os braços erguidos, evidenciando os músculos. Foram feitos vários ajustes até que o resultado refletisse adequadamente a musculatura conforme as orientações recebidas e incorporasse detalhes adicionais, como o nariz.

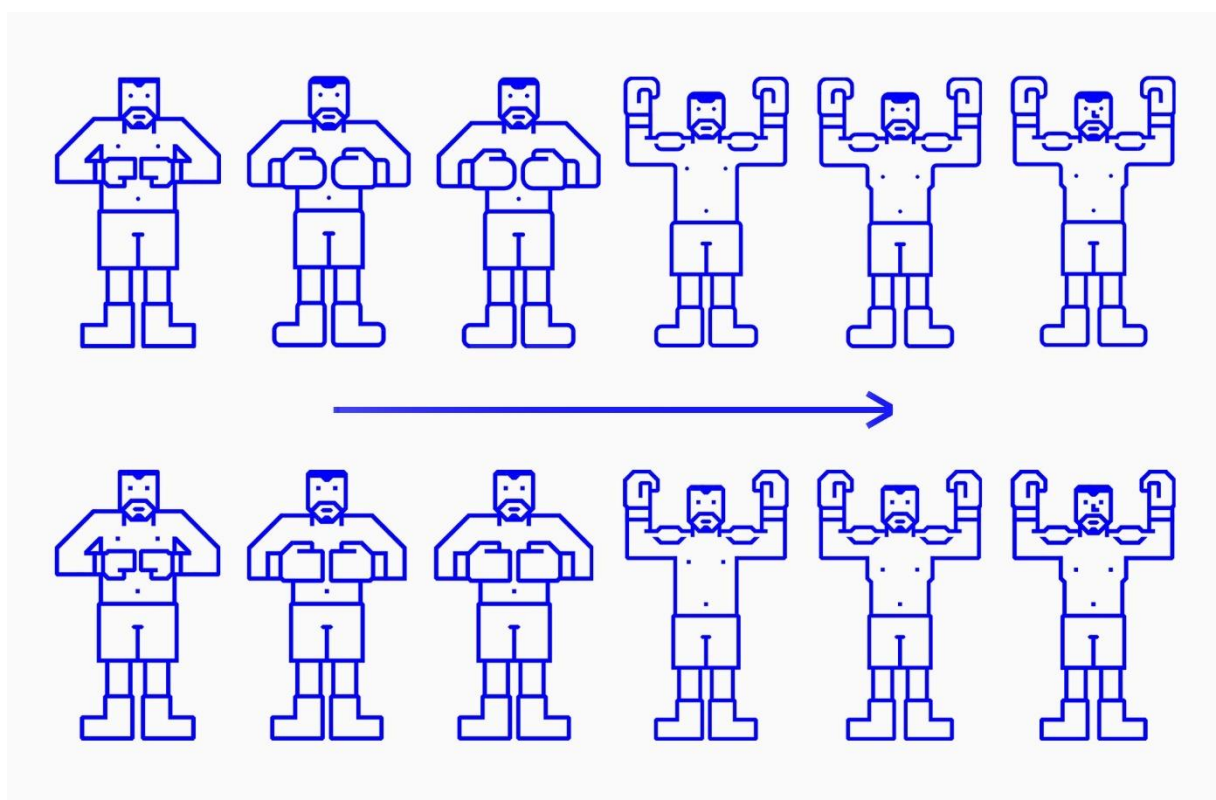


Figura 40. G&A Boxing Club, ilustrações realizadas tendo como base as tipografias, processo

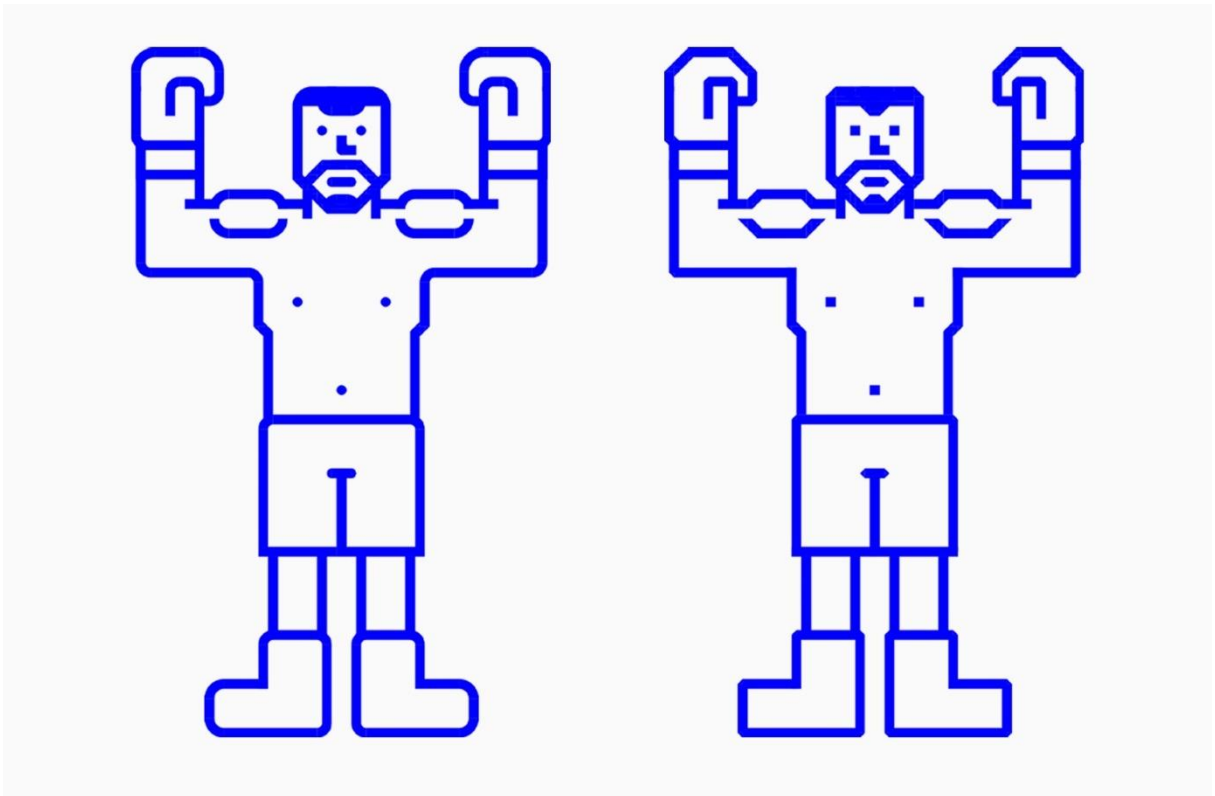


Figura 41. G&A Boxing Club, ilustrações, resultado satisfatório

Posteriormente, foi-me pedido o desenvolvimento de uma ilustração feminina utilizando a mesma abordagem, atendendo à necessidade de representar ambos os géneros no contexto do ginásio. Com base na ilustração masculina, desenvolvi a figura feminina, posicionando-as lado a lado para garantir uma correspondência adequada nas proporções e assegurar uma relação gráfica harmoniosa entre as duas representações.

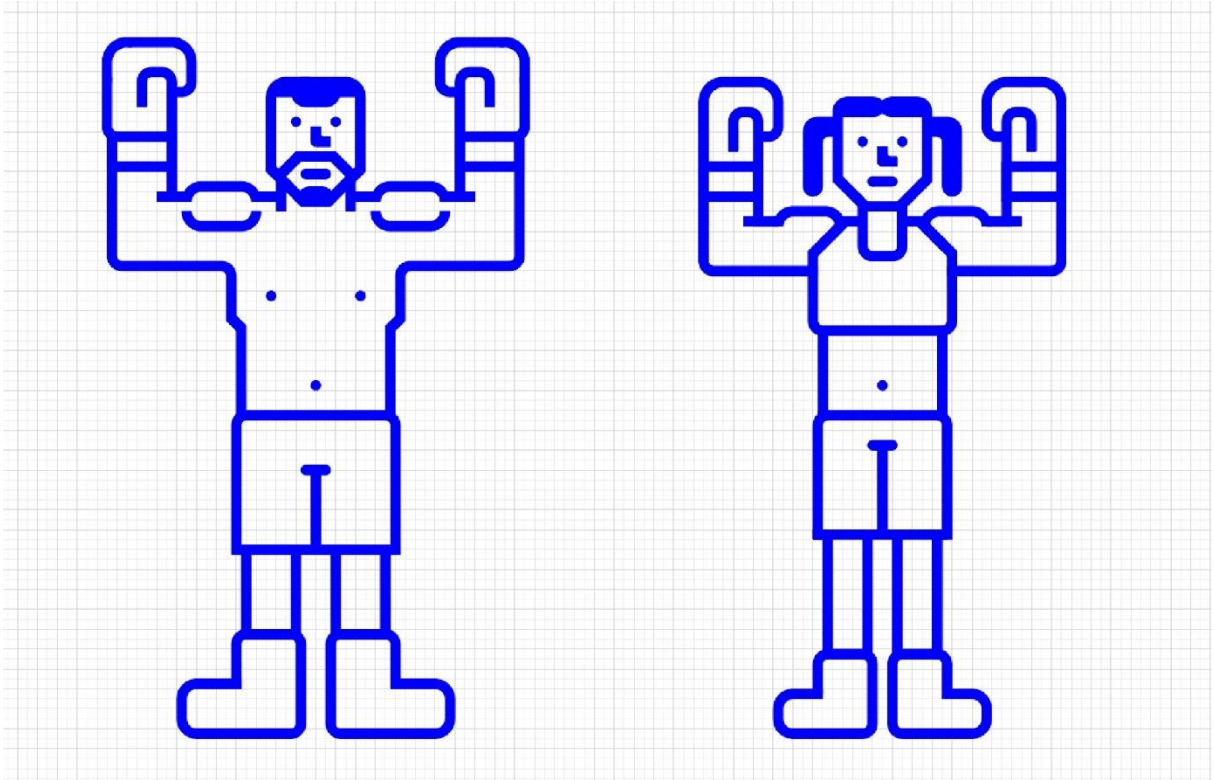


Figura 42. G&A Boxing Club, relação da ilustração feminina com a masculina

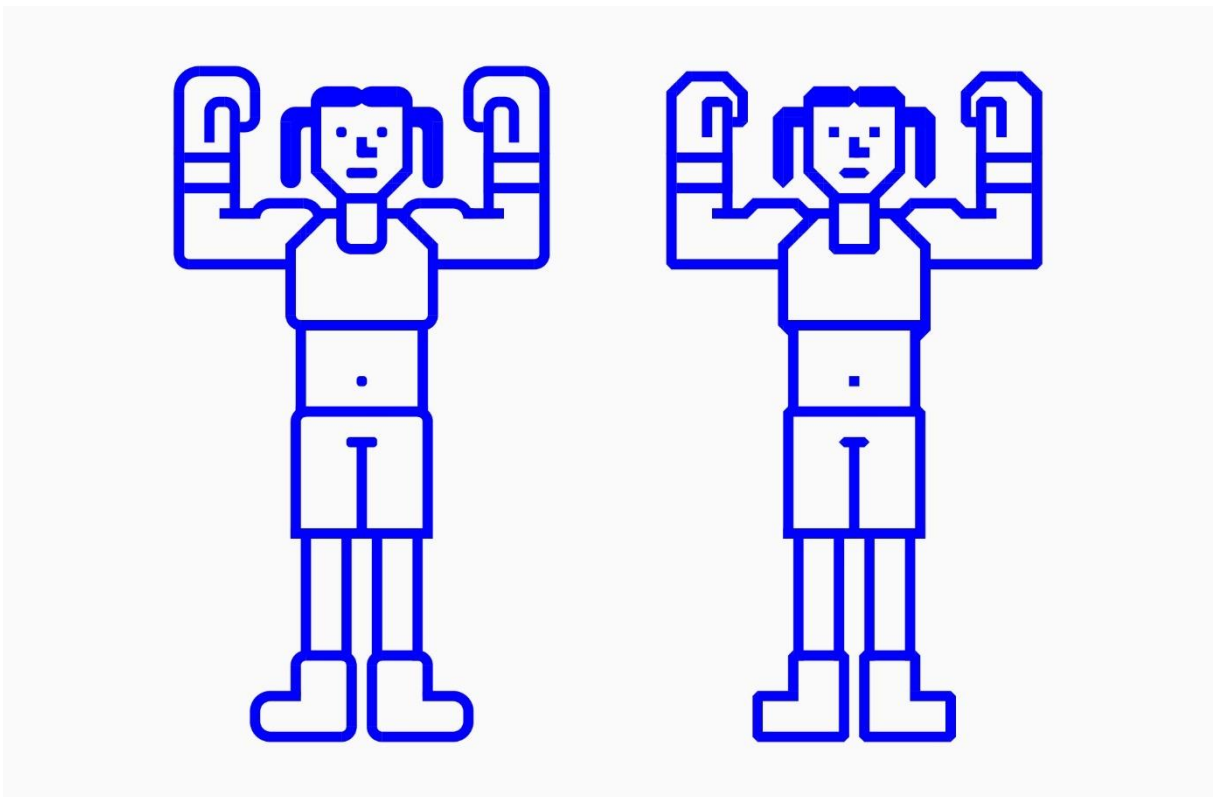


Figura 43. G&A Boxing Club, ilustrações femininas

Para ilustrar a aplicação prática das ilustrações e dos pictogramas de forma a avaliar a sua integração no espaço, foi elaborado um modelo em escala real do ginásio. Este modelo possibilitou uma visualização concreta da disposição das ilustrações, facilitando a análise da sua adequação ao ambiente.

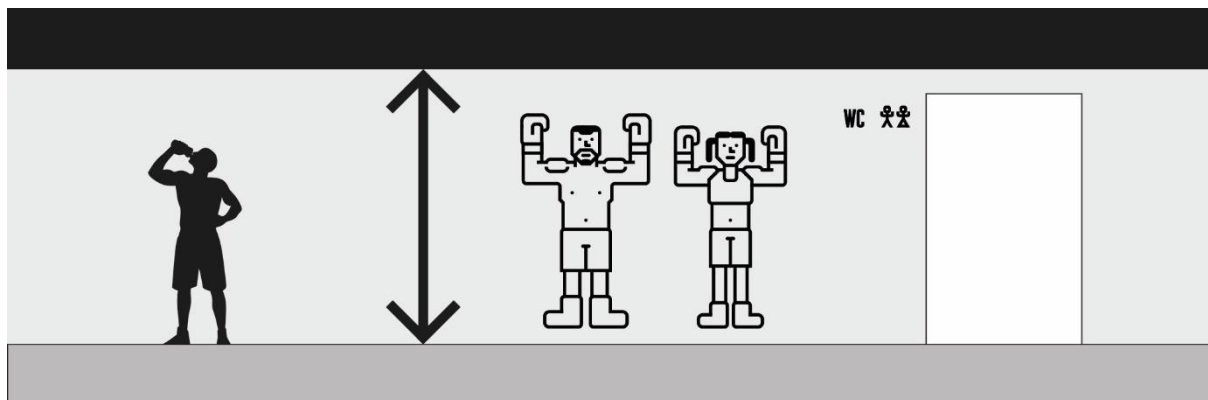


Figura 44. G&A Boxing Club, aplicação dos grafismos no espaço

Tendo em conta que a fase atual é meramente exploratória na busca de uma solução para a identidade gráfica do ginásio, Artur Rebelo propôs diversas ideias especulativas, aplicadas exclusivamente para fins de teste. Entre essas propostas, sugeriu-se a utilização do texto “Gentleman & Ali Boxing Club”, ainda com as tipografias “TIMMONS NY” e “Kane Display Regular”, em formato elíptico, bem como numa forma que remete ao contorno de um ringue de boxe. Essas opções foram combinadas com os pictogramas e as ilustrações já elaboradas, permitindo uma avaliação integrada dos elementos gráficos no contexto da identidade visual do ginásio.



Figura 45. G&A Boxing Club, tipografia em formato de ringue

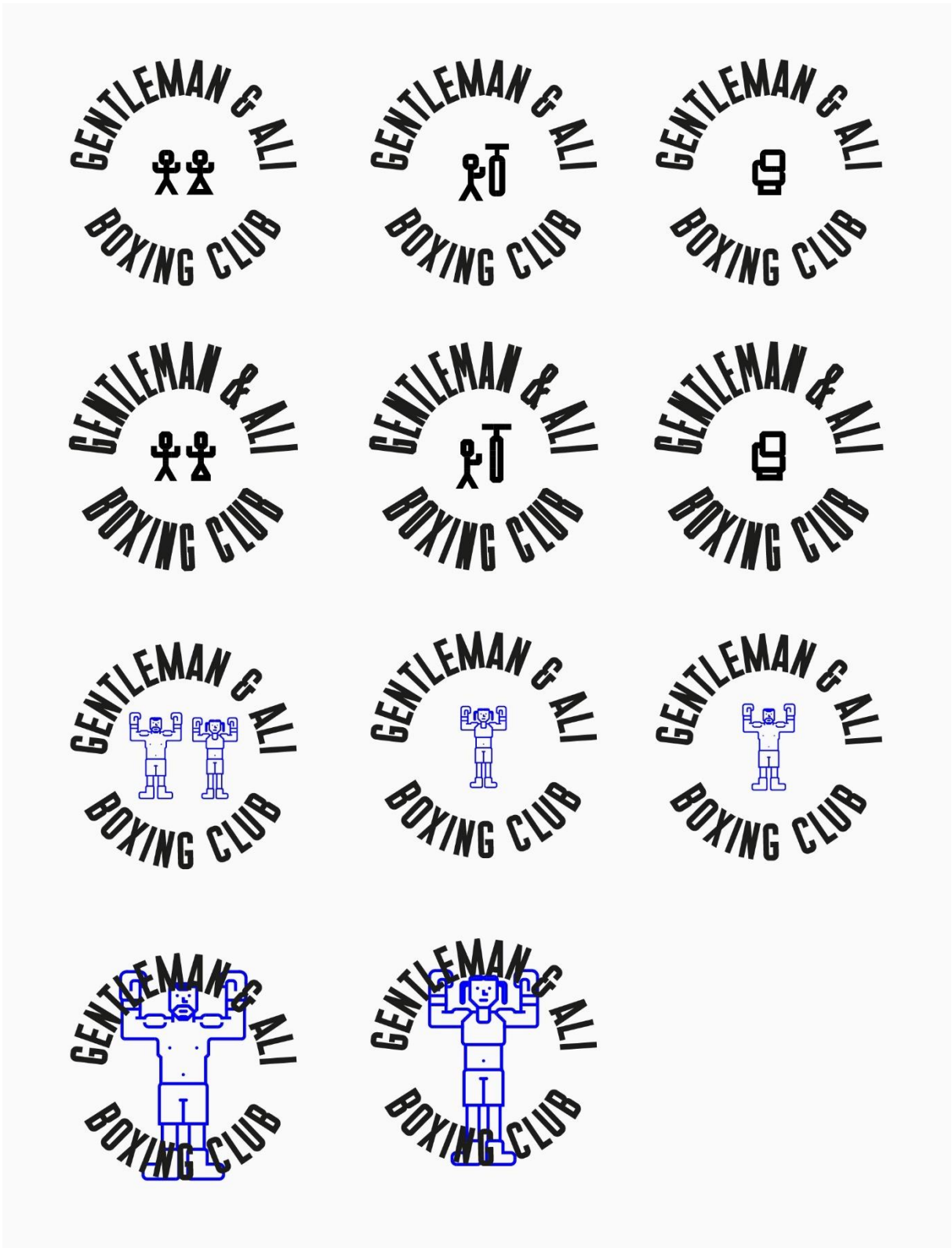


Figura 46. G&A Boxing Club, tipografia em formato elíptico

Partindo da ideia do ringue de boxe, o designer desenvolveu a concepção de um logotipo que incorpora as letras 'G' (Gentleman), 'A' (Ali), 'B' (Boxing) e 'C' (Club) organizadas de modo a remeter à sua estrutura. O logotipo baseou-se inicialmente num esboço manual realizado pelo mesmo (figura 47), que serviu de referência para a criação digital com o auxílio de uma grelha.

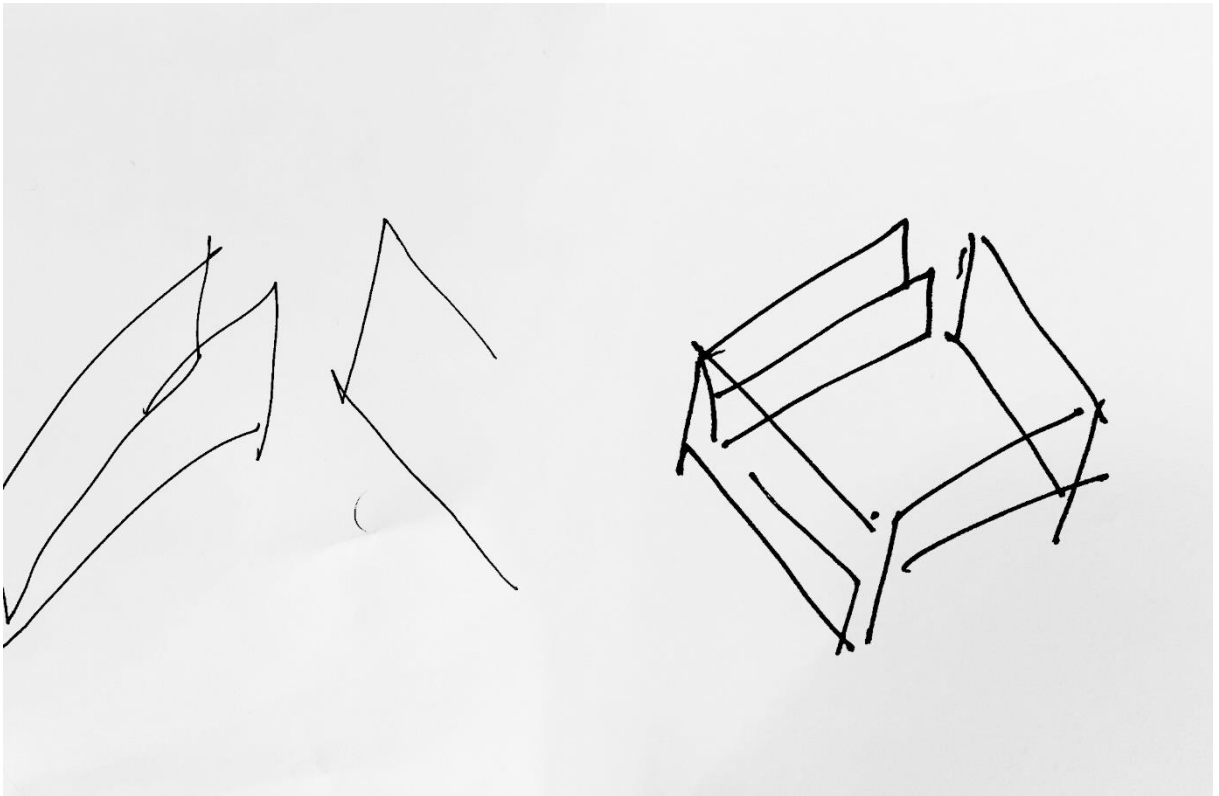


Figura 47. G&A Boxing Club, logotipo, esboço realizado por Artur Rebelo

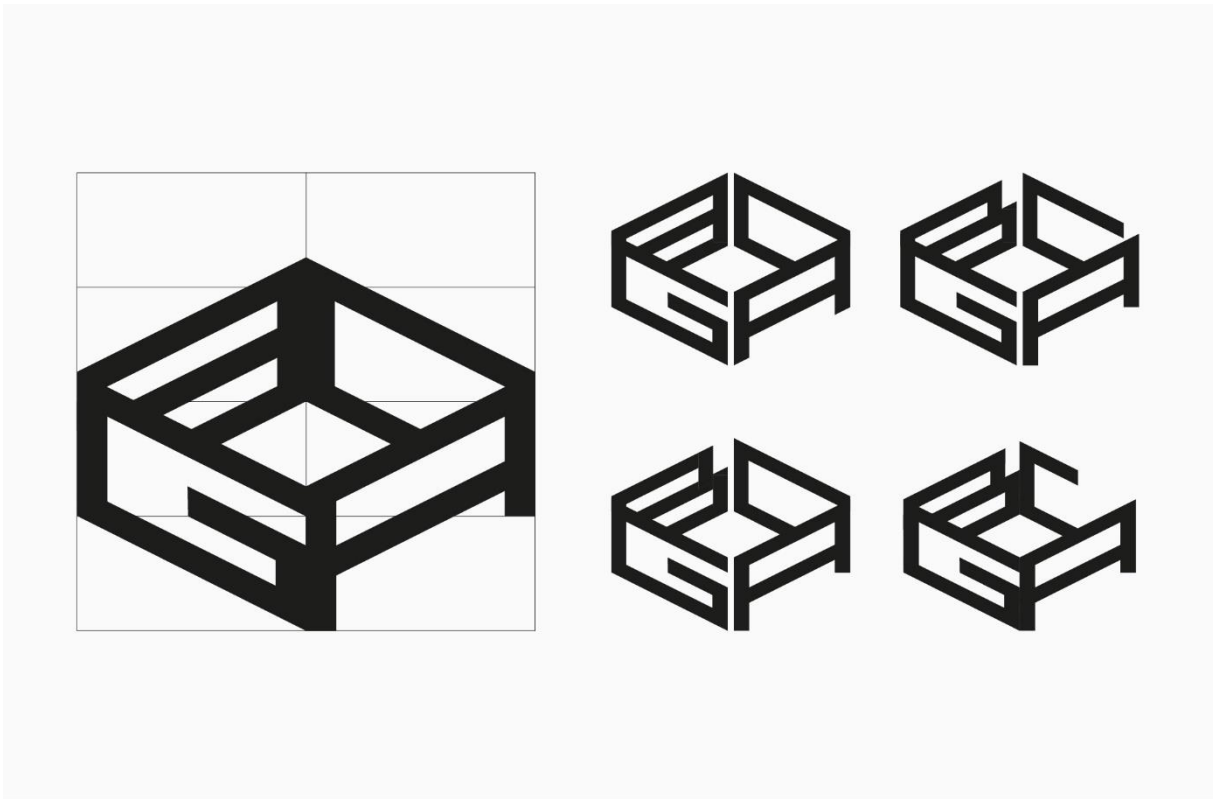


Figura 48. G&A Boxing Club, logotipo, versões com as letras 'B' e 'C'

Após a concepção inicial, constatou-se que a integração das letras 'B' e 'C' não estava adequada, levando à decisão de substituí-las por cordas do ringue. Esta alteração trouxe maior uniformidade ao logotipo e foi do agrado de ambos. Com base nessa abordagem, foi sugerido que realizasse uma animação e um *GIF*, partindo de um esboço inicial (figura 50), que mostra o ringue e as suas cordas desmontando-se para revelar as letras do logotipo. Este processo visual ilustra a transformação do ringue num símbolo gráfico coeso, reforçando a ligação entre ambos.



Figura 49. G&A Boxing Club, logotipo, versão final

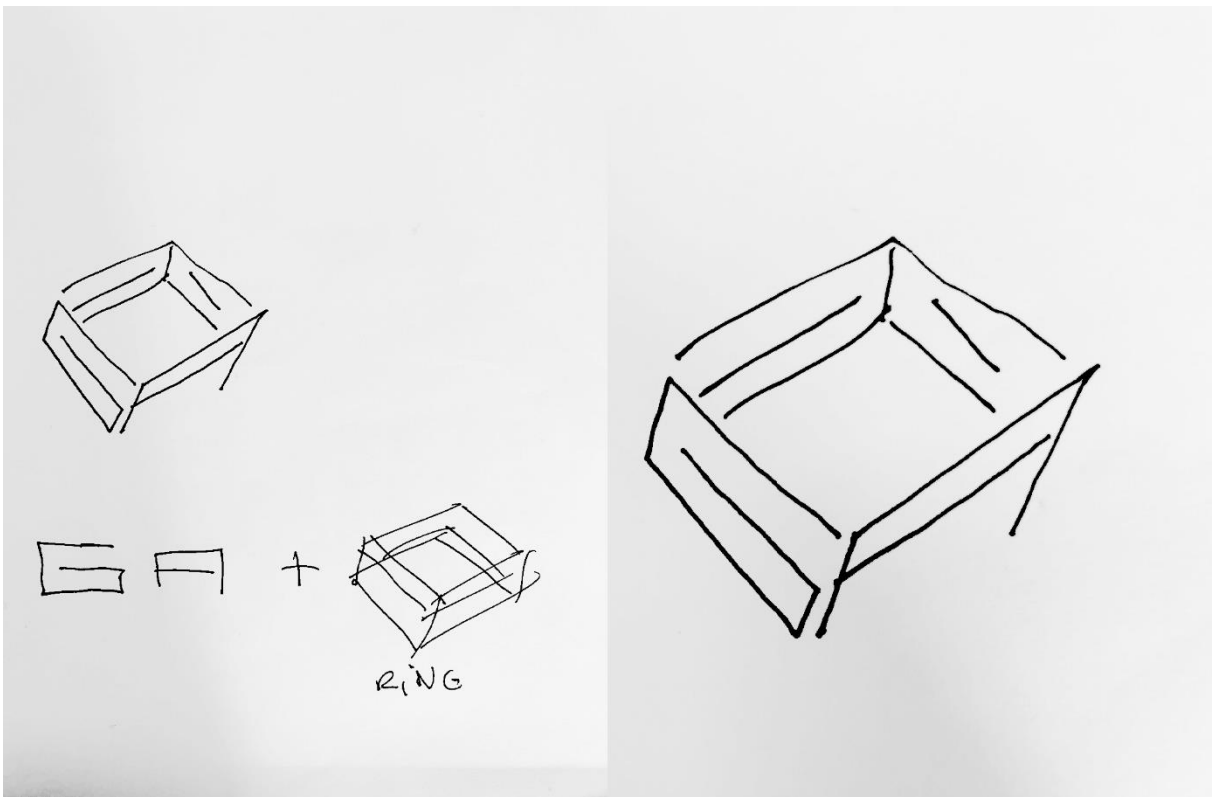


Figura 50. G&A Boxing Club, logotipo, esquiço para a realização de um gif

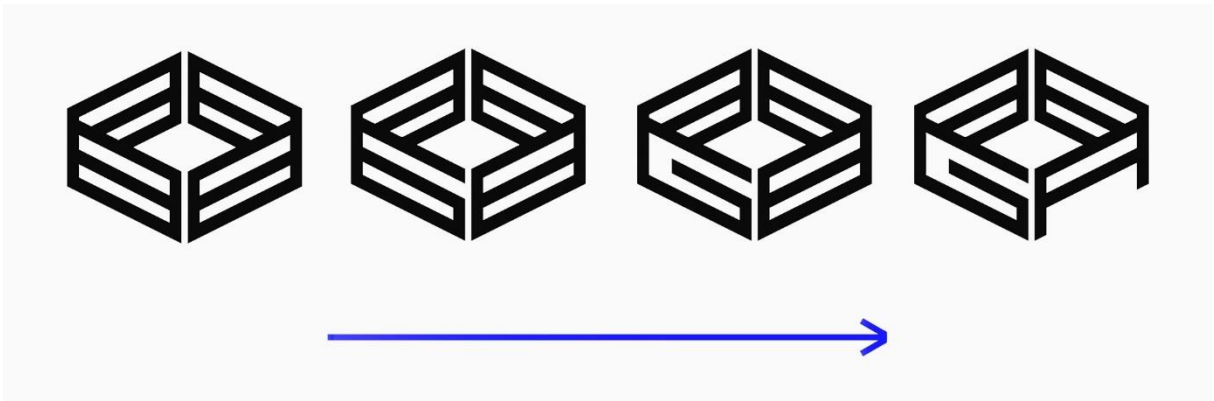


Figura 51. G&A Boxing Club, logotipo, proposta de gif

Por fim, todo este processo foi apresentado ao cliente, que expressou clara satisfação com o logotipo desenvolvido, destacando-o como o design que melhor atendeu às suas expectativas para a imagem do ginásio e manifestando o desejo de implementá-lo.

Apesar de, até ao final do meu estágio, não se ter chegado a soluções concretas no que diz respeito à identidade do ginásio, a minha participação neste projeto foi crucial para observar o método de trabalho e o pensamento crítico de Artur Rebelo. Pude verificar como o acaso, oriundo da experimentação, pode influenciar as conceções finais e conduzir a soluções inesperadas. Esta experiência demonstrou a importância de explorar várias possibilidades e realizar testes extensivos, uma vez que cada ideia pode evoluir e levar a novas direções criativas. A interação constante com diferentes abordagens e a adaptação às circunstâncias mostraram que o processo criativo é dinâmico e muitas vezes imprevisível.

5.3 COMIGO- Amora Brava

Amora Brava é uma produtora de vinhos situada na região do Dão, em Portugal, fundada por Carlos Silva, um dos principais enólogos e intérpretes desta região, em conjunto com a sua esposa, Susana Ferreira de Melo Abreu.

Esta empresa estabeleceu uma parceria com o estúdio R2, responsável pela criação do rótulo dos vinhos "Índio Rei", o que resultou na conquista do prémio prata pela organização internacional Graphis Awards.¹¹



Figura 52. COMIGO, índio rei, amorabrava. Fonte: Graphis Awards. <https://graphis.com/entry/860f4f8e-e303-434e-adca-f7197079e5b4> (julho, 2024)

¹¹ Graphis Awards é uma organização internacional no campo da comunicação visual, fundada na Suíça em 1944 por Walter Herdeg e Dr. Walter Amstutz, com o objetivo de promover o desenvolvimento de talentos emergentes e profissionais através de uma série de plataformas, incluindo competições de prémios, iniciativas educacionais, publicações, exposições e media digital. A Graphis Awards apresenta uma vasta coleção de aproximadamente 200.000 peças criativas, que documentam a produção mais relevante na área ao longo de vários anos.

Nesta nova fase, a proposta envolve o desenvolvimento de um rótulo e contrarrótulo para a marca de vinho “COMIGO”, abrangendo as suas gamas Rosé, Tinto e Branco. O briefing, fornecido pelo cliente e reencaminhado para mim, sugere que o vinho “COMIGO” é uma celebração da valorização do tempo e da importância de fazer pausas para descanso e convivência em família. A mensagem central reforça a conexão entre as pessoas, salientando a relevância de apreciar essa experiência tanto em momentos partilhados como de forma individual. Adicionalmente, foi enviado um texto que traduz o seu conceito, e que deverá ser integrado no rótulo:

“It's time to savour time and reverse priorities. That time Salvador Dalí tells us about through his soft watches. A break to rest and be with family, whether at leisure or at work. Moments that linger in the memory, capture us and make us repeat them. From the simplest to the most creative, in a city, in the mountains, on the beach or in the countryside, but always WITH ME.”

Neste projeto, estive envolvido em todo o processo, desde a fase inicial de pesquisa até à apresentação da proposta ao cliente. Para garantir uma comunicação mais eficaz e ágil no tratamento de tarefas emergentes, na fase inicial de pesquisa trabalhei no escritório de Artur Rebelo e Lizá Ramalho, onde acompanhei as discussões entre ambos sobre a interpretação do briefing e a partilha de várias ideias.

Como primeira tarefa, foi-me pedido para realizar uma pesquisa de campo sobre os vinhos das mesmas gamas e faixas de preço da marca a ser trabalhada, com o objetivo de compreender o que está disponível no mercado. Após selecionar os vinhos pesquisados, o passo seguinte foi organizá-los numa imagem, a qual seria incluída num ficheiro de apresentação para o cliente no final do projeto.



Figura 53. COMIGO, pesquisa de campo. Fontes: <https://www.esporao.com/pt-pt/vinhos/esporario-colheita-tinto-2022/>, <https://shop.marthasgroup.com/product/martha-s-doc-douro-colheita-tinto#>, <https://www.onwine.pt/pt/vinhos/tinto/herdade-sao-miguel-colheita-selecionada-tinto-2022>, <https://garrafeirazevedo.pt/product/5601271038423/>, <https://carvalhaotorto.pt/vinho-branco-estrada-da-corte-2022/>, <https://www.casadashortas.pt/produto/cabeca-de-gaio-grande-reserva-tinto-douro/>, <https://www.casadesantar.pt/outono-de-santar/>, <https://winestuff.pt/products/quinta-dos-carvalhais-colheita-tinto>, <https://www.castelares.com/vinhos/red-wines/colheita-tinto/>, <https://garrafinhas.pt/produto/titular-colheita-tinto/> (março, 2024)

De seguida, enquanto trabalhava em outros projetos, decidi, por iniciativa própria, começar a esboçar diferentes soluções gráficas para o vinho. Seguindo a autoria do estúdio, foquei-me na componente tipográfica, alinhando o design com o conceito proposto pelo cliente, refletindo a “proximidade” e “ligação” sugeridos pelo nome do vinho “COMIGO”.



Figura 54. COMIGO, experimentação

Em determinado momento, uma ideia mencionada por Lizá Ramalho a Artur Rebelo sobre o projeto levou-me a explorá-la de forma autónoma. O objetivo era desenvolver, tipograficamente, uma conexão visual na palavra, estabelecendo uma ligação entre as duas letras ‘O’. Diante disso, considerei como uma abordagem eficaz a criação de uma tipografia própria para a palavra “COMIGO”, permitindo uma maior exploração e liberdade na implementação da ideia proposta. Com base numa tipografia modular¹² previamente elaborada para um teste anterior, explorei-a para avaliar a sua adequação ao propósito pretendido. Assim, após a realização de vários esboços, apresentei-os aos diretores de arte, tendo esta última proposta sido bem recebida por ambos e considerada um possível caminho a seguir.

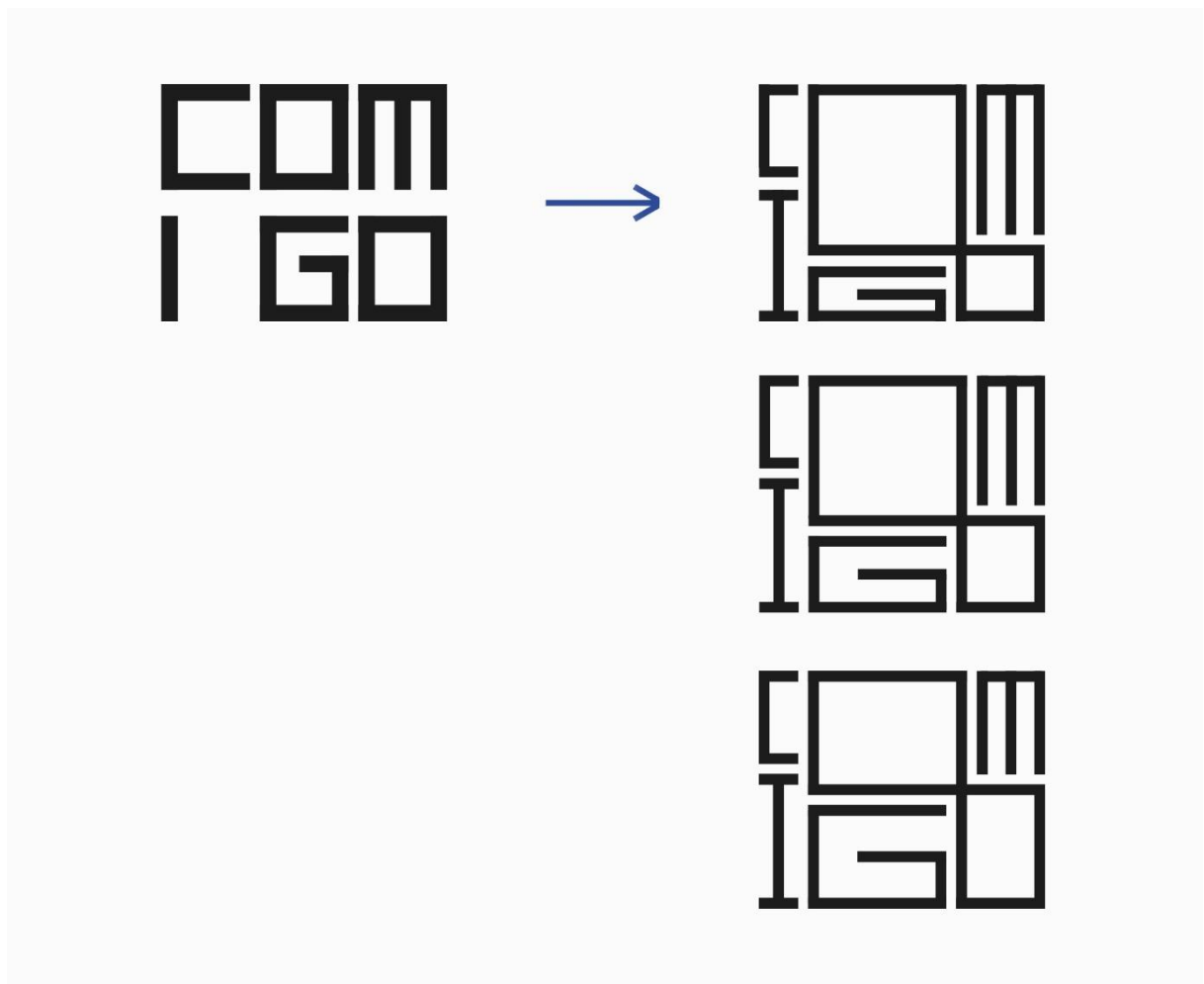


Figura 55. COMIGO, experimentação, tipografia experimental

¹² O desenho modular é uma abordagem que simplifica os pormenores característicos de cada letra do alfabeto, facilitando o desenho de fontes completas. (Gomes, 2019)

Com o objetivo de garantir a coesão do design, ambos me solicitaram que o alinhamento das letras fosse ajustado, integrando-se de seguida, na medida do rótulo proposta: 10x8,5cm (figura 56). Depois dessa modificação, Artur Rebelo sugeriu a experimentação da tipografia com módulos curvos, porém a sua análise revelou que a solução inicial era mais adequada (figura 57). Em seguida, o designer propôs testar o traçado das letras em vez do preenchimento, o que resultou numa melhoria no resultado (figura 58). Por fim, com base num *mockup* desenvolvido pelo mesmo, decidiu-se, em colaboração com Lizá Ramalho, que o grafismo seria aplicado em alto relevo¹³ no rótulo, uma escolha justificada pela adequação estética e funcional do design (figura 59).

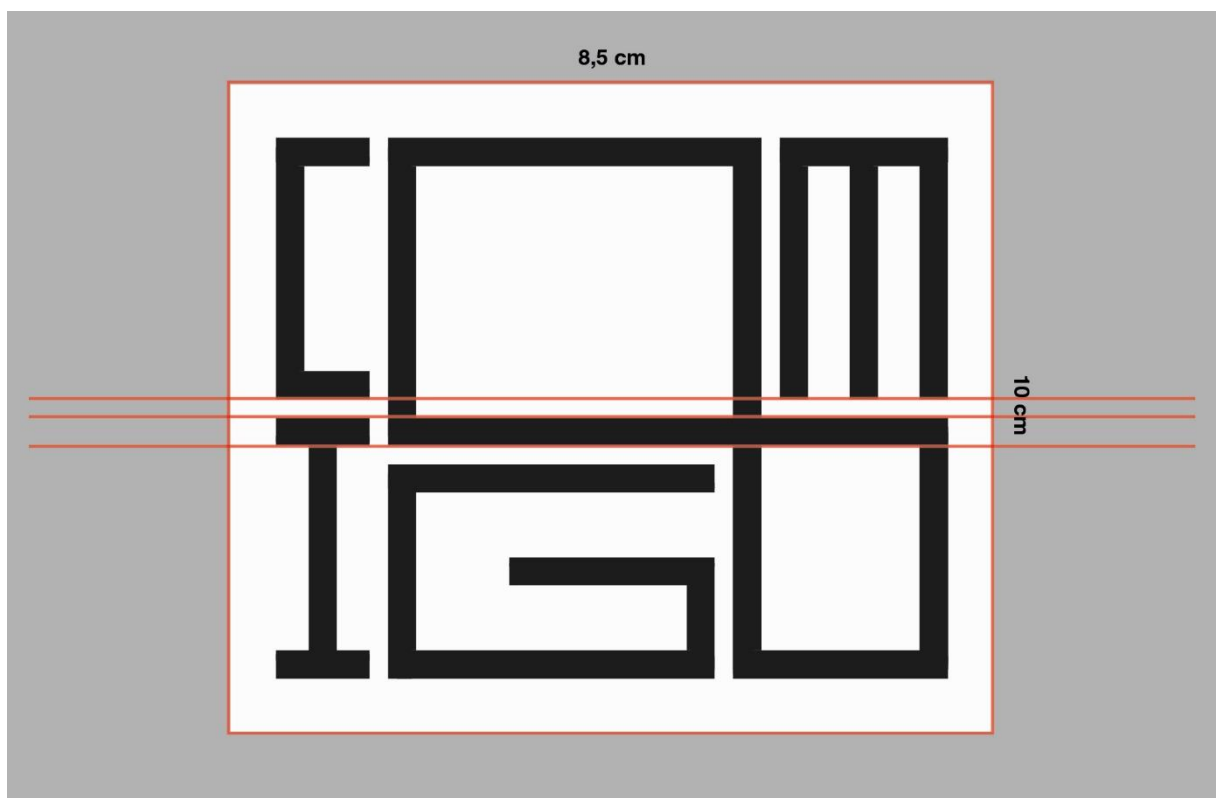


Figura 56. COMIGO, experimentação, alinhamento da tipografia

¹³ Técnica de impressão em que a superfície é elevada em relação ao fundo, criando um efeito tridimensional.

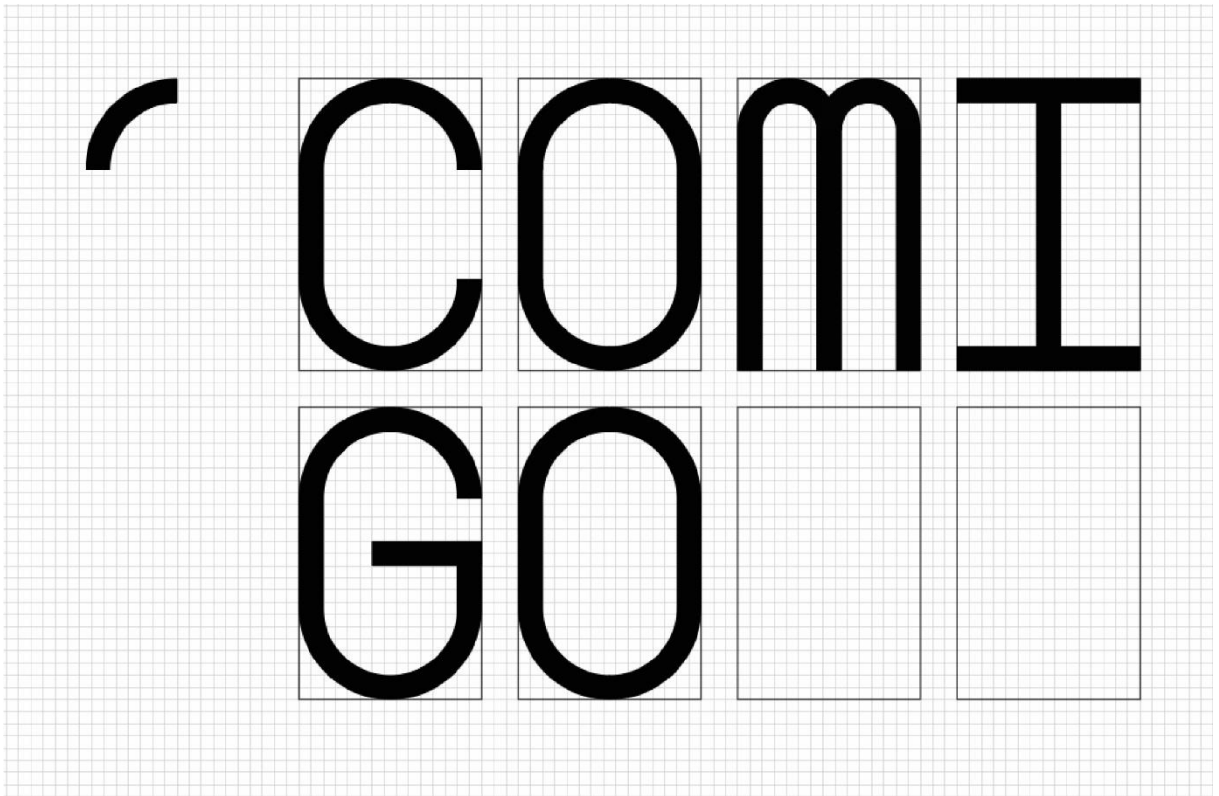


Figura 57. COMIGO, experimentação, criação da tipografia através de um módulo curvo



Figura 58. COMIGO, experimentação, testagem da tipografia com módulos curvos

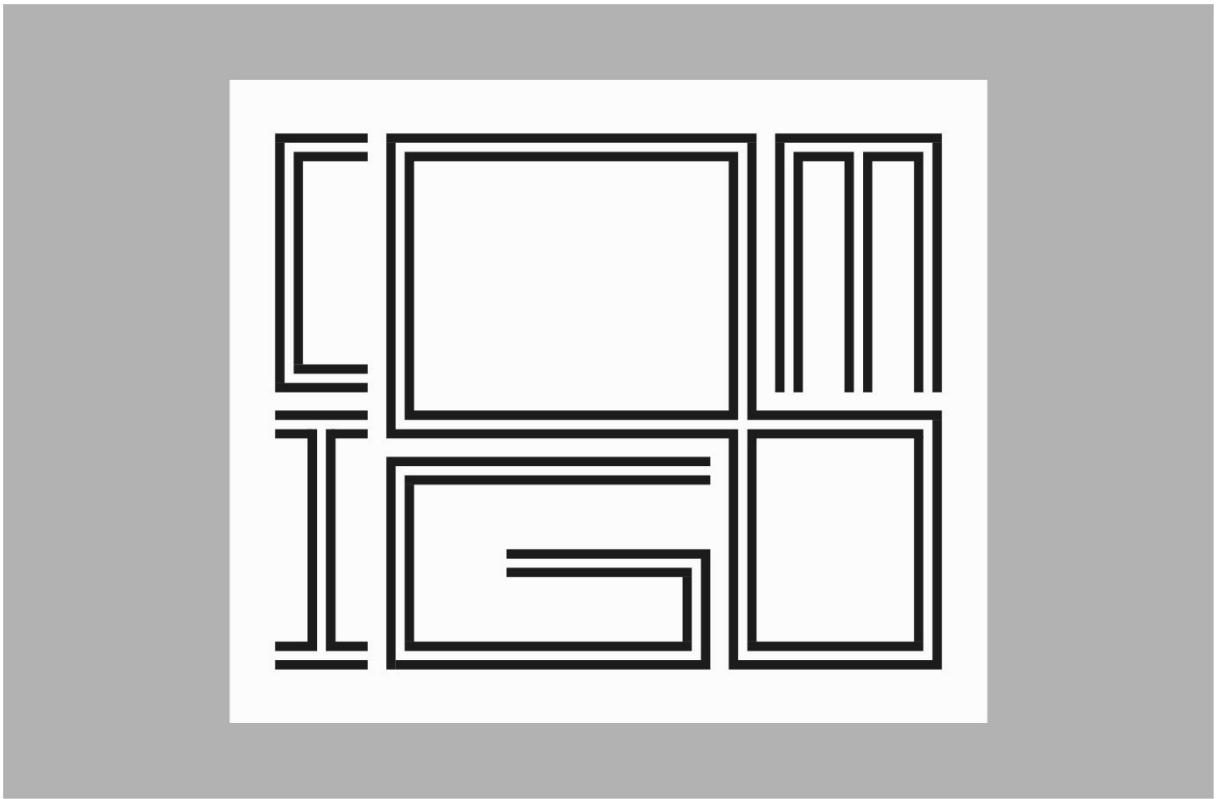


Figura 59. COMIGO, experimentação, tipografia com traçado



Figura 60. COMIGO, experimentação, mockup

Após a aprovação, deu-se início à integração do texto fornecido pelo cliente no briefing. A partir de um conjunto de referências visuais reunidas por Artur Rebelo, foram testadas diferentes composições de layout, ajustando a interação entre o texto e o grafismo. As várias opções foram impressas para avaliar a legibilidade e funcionalidade do realizado, e, através de uma análise pormenorizada, concluiu-se que a solução mais adequada, representada na figura 65, consiste em posicionar o texto, escrito na fonte “Adobe Garamond Pro Regular” em 8 pontos, acima do grafismo, mantendo-os como elementos separados para otimizar a leitura e a compreensão.

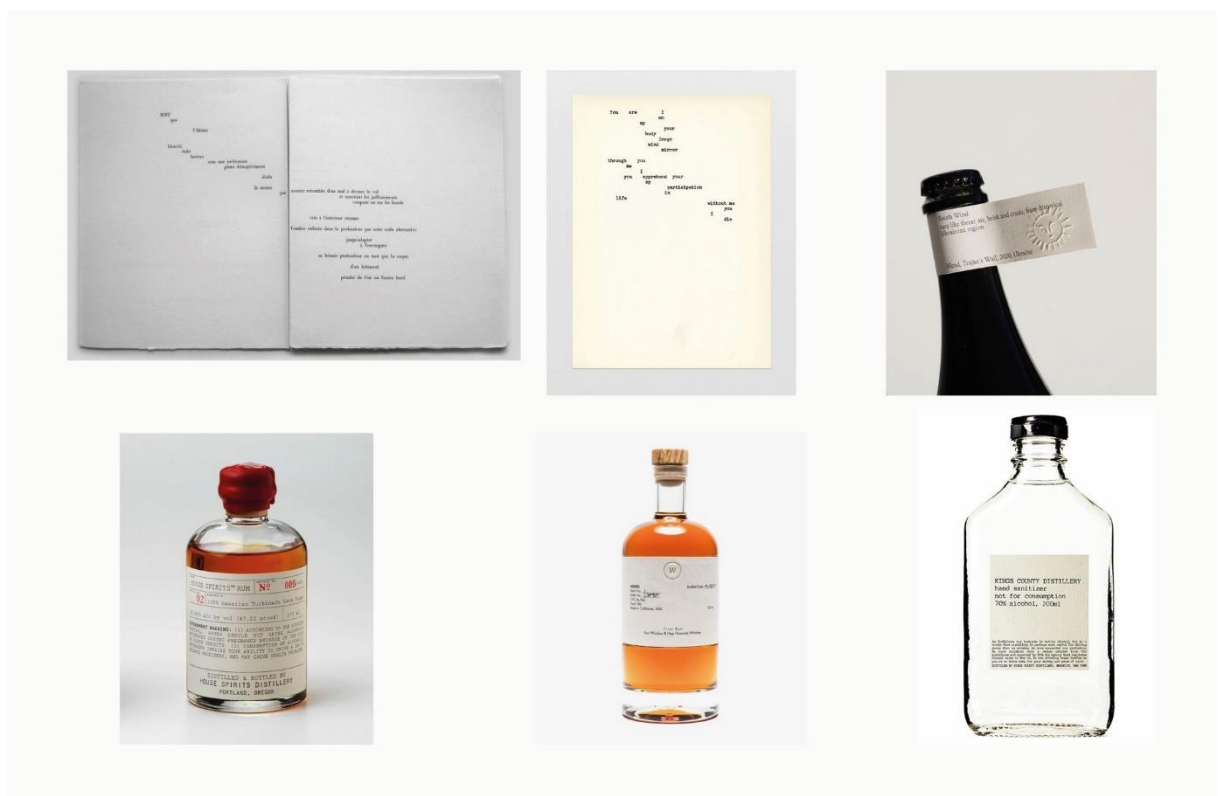


Figura 61. COMIGO, elaboração do rótulo, referências visuais. Fontes: <https://garadinervi-repertori.blog/post/156884348836/arti-visive-poesia-visiva-visual-poetry-by>, <https://pt.pinterest.com/pin/422142165087407881/>, <https://www.pinterest.jp/pin/861594972462953493/>, <https://pt.pinterest.com/pin/790452172107902588/>, <https://pt.pinterest.com/pin/984458799778063511/>, <https://es.pinterest.com/pin/55028426679156216/> (março, 2024)

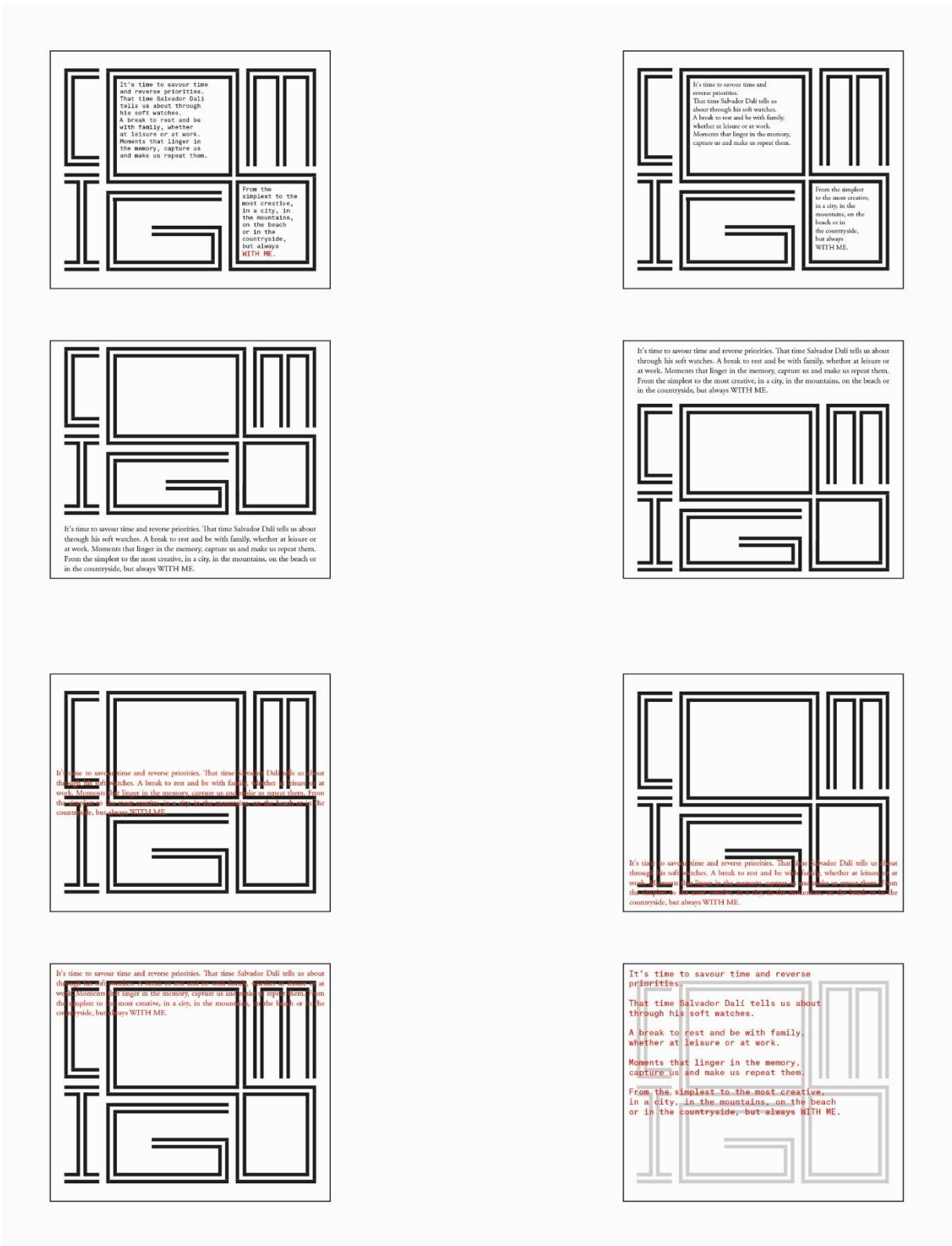


Figura 62. COMIGO, elaboração do rótulo, experimentação

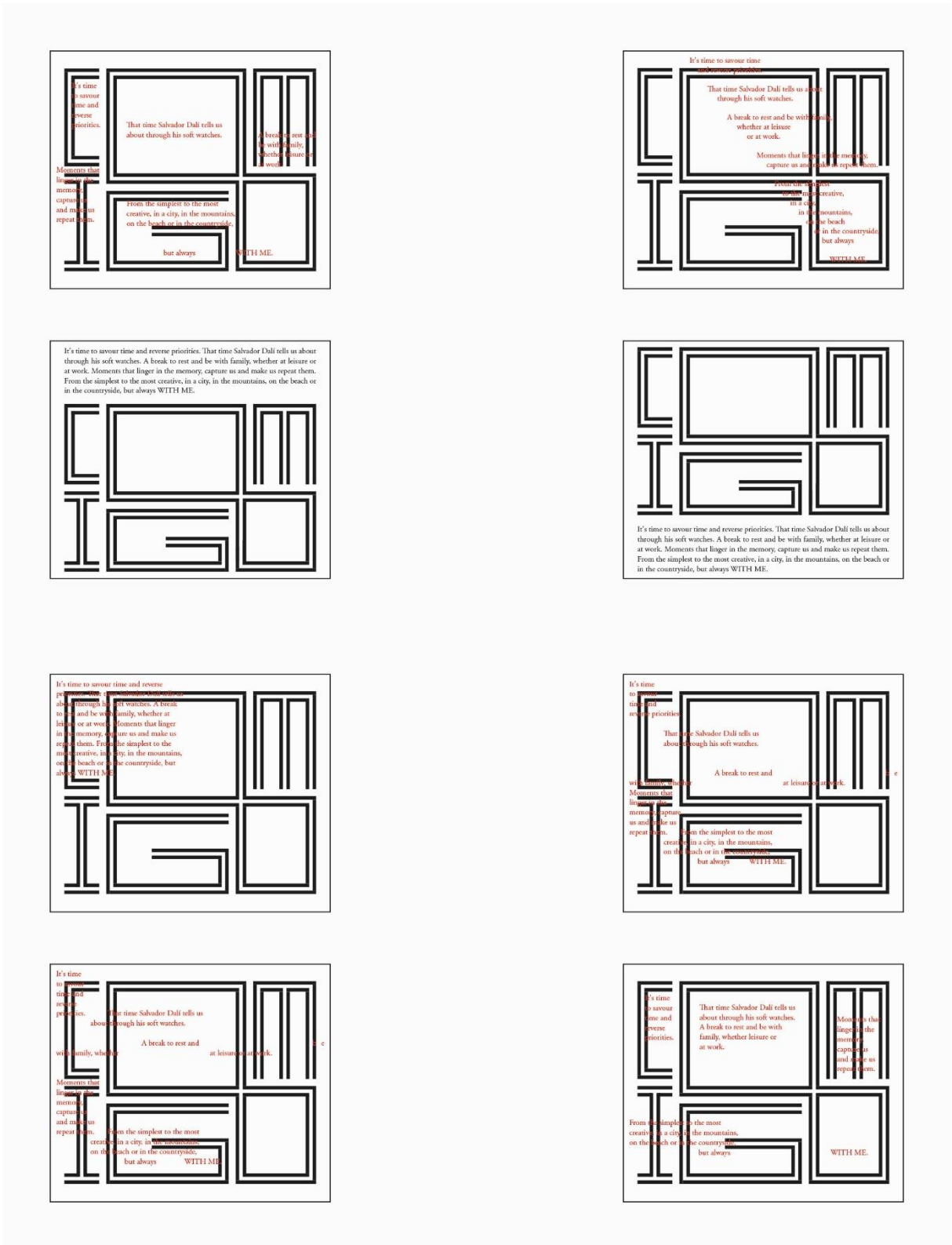


Figura 63. COMIGO, elaboração do rótulo, experimentação (2)

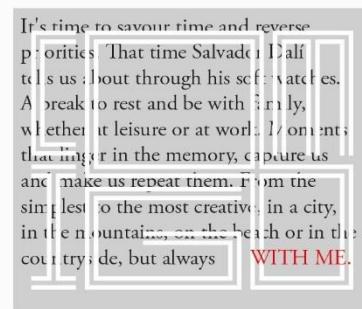
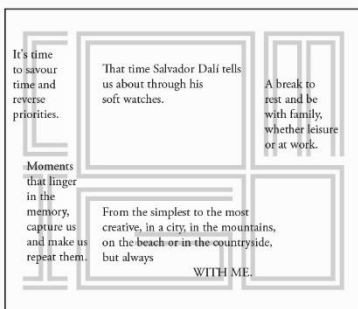
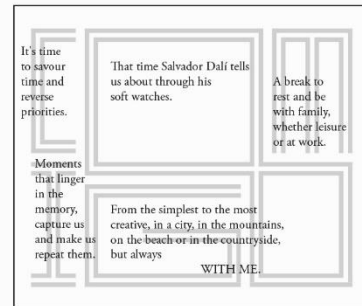
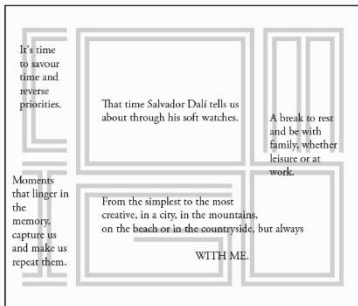
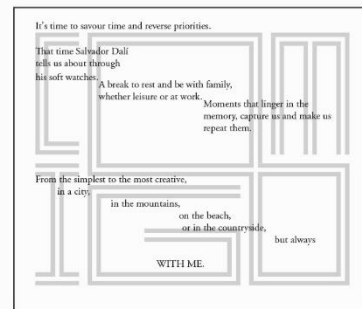
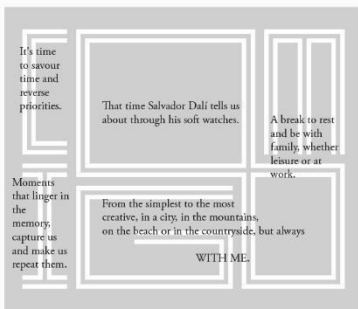
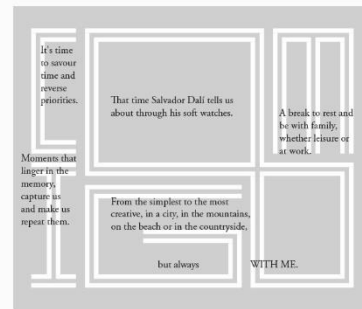
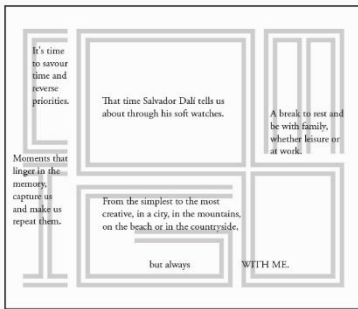


Figura 64. COMIGO, elaboração do rótulo, experimentação (3)

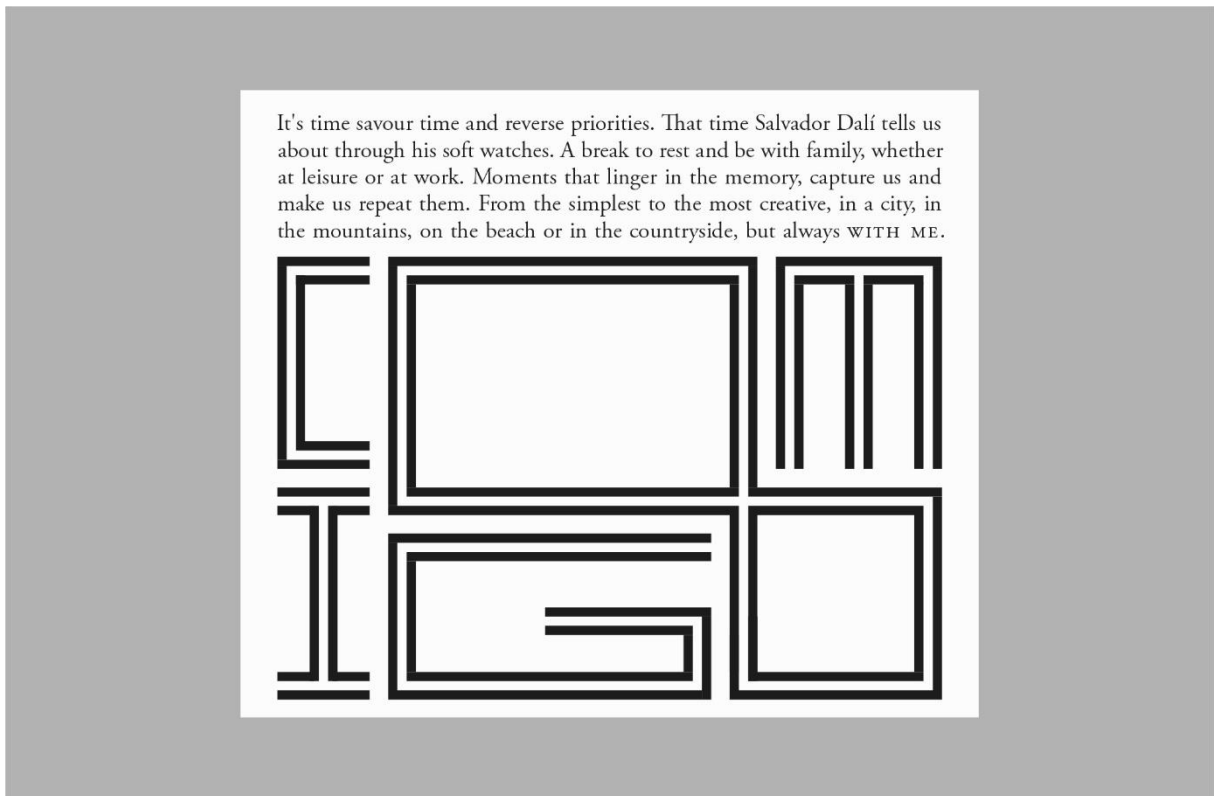


Figura 65. COMIGO, rótulo, solução

Posteriormente, Artur Rebelo desenvolveu vários *mockups*, explorando diferentes possibilidades de cor para o elemento gráfico "COMIGO". Em simultâneo, fui encarregue de criar um *GIF* que mostrasse o processo de construção do elemento gráfico, começando com o termo "COMIGO" escrito na tipografia "Helvetica" e, depois, desconstruído e transformado no design final do rótulo, a fim de dar a perceber ao cliente.

Fui igualmente encarregue de preparar o ficheiro de apresentação ao cliente, de acordo com as normas e regras já pré-estabelecidas no documento. Este ficheiro inclui a pesquisa de campo previamente efetuada, o *GIF* referido, e todos os *mockups* criados, que documentam os testes de cor realizados para o design do rótulo. No entanto, devido à sua natureza confidencial, não posso incluí-lo no relatório.



Figura 66. COMIGO, rótulo, mockups a cores



Figura 67. COMIGO, rótulo, mockup final



Figura 68. COMIGO, rótulo, gif

Após a apresentação realizada, o cliente manifestou apreço pela abordagem adotada, mas considerou que não correspondia ao desejado para o seu vinho. Especificou que preferia a mensagem do rótulo em português e uma conexão mais forte com a natureza, sugerindo uma orientação ilustrativa que refletisse esse conceito. Em resposta a este novo direcionamento, o designer Diogo Sousa foi designado para desenvolver as ilustrações necessárias para assegurar que o novo conceito fosse alinhado com as expectativas do cliente.

O meu contributo final para este projeto, passou pela pintura da ilustração final realizada pelo designer. Com o seu auxílio, executei a pintura de acordo com uma referência fornecida por Lizá Ramalho, que corresponde à figura 69, da obra francesa “Iconographie Ornithologique” de Marc Athanase Parfait, cujas ilustrações foram realizadas pelo pintor e litógrafo Paul Louis Oudart. Após a sua realização, a ilustração foi apreciada e aprovada pela designer, sendo depois enviada para uma futura apresentação ao cliente.



Figura 69. COMIGO, rótulo final, referência “Iconographie Ornithologique”. Fonte: <https://www.pinterest.fr/pin/497436721322470976/> (março, 2024)

É tempo de saborear o tempo e de inverter prioridades. Aquele tempo de que nos fala Salvador Dalí, através dos seus relógios moles. Uma pausa para descansar e estar em família, quer em lazer quer em trabalho em repouso. Momentos que ficam na memória, nos prendem e nos fazem repetir. Dos mais simples aos mais criativos, numa cidade, numa serra, na praia ou no campo, mas sempre COMIGO.

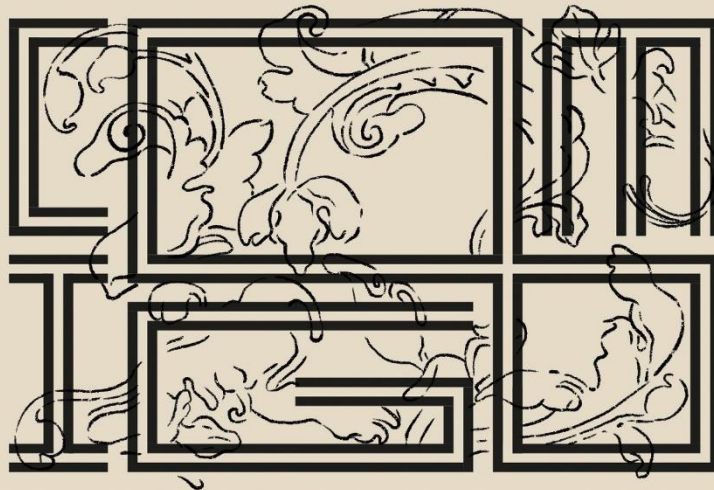


Figura 70. COMIGO, rótulo final, ilustração sem pintura

É tempo de saborear o tempo e de inverter prioridades. Aquele tempo de que nos fala Salvador Dalí, através dos seus relógios moles. Uma pausa para descansar e estar em família, quer em lazer quer em trabalho em repouso. Momentos que ficam na memória, nos prendem e nos fazem repetir. Dos mais simples aos mais criativos, numa cidade, numa serra, na praia ou no campo, mas sempre COMIGO.



Figura 71. COMIGO, rótulo final, ilustração com pintura

A conclusão do estágio ocorreu antes da finalização do projeto, o que impossibilitou o desenvolvimento do contrarrótulo e o acompanhamento do progresso subsequente. Contudo, este projeto permitiu-me compreender melhor a interação de trabalho entre Artur Rebelo e Lizá Ramalho, pois tive a oportunidade de colaborar numa fase inicial no gabinete de ambos. Aprendi a importância de definir parâmetros claros para a elaboração de um ficheiro de apresentação e de explicar detalhadamente o processo ao cliente, garantindo que este compreenda plenamente as escolhas e o significado da proposta. A autonomia e iniciativa evidenciadas na elaboração das propostas refletem a confiança adquirida no meu trabalho. Ao desenvolver uma solução gráfica que correspondeu às expectativas dos R2, demonstrei a minha capacidade de assimilar o estilo autoral praticado. Esta experiência destacou a importância de um diálogo contínuo, essencial para otimizar o trabalho e garantir que as soluções criativas respeitem tanto a visão artística da equipa como os objetivos do cliente. Este processo permitiu-me aprofundar a compreensão das dinâmicas do estúdio e dos princípios fundamentais na prática do design gráfico.

5.4 Produção fotográfica e videográfica

Na metodologia de trabalho dos R2, a produção fotográfica e videográfica desempenha um papel essencial, seja na produção gráfica de projetos, na documentação e na promoção. O estúdio tem a capacidade de atuar de forma autónoma ou em colaboração com outros parceiros, assegurando a qualidade visual em todas estas vertentes.

Nos tópicos que se seguem, serão abordadas três tarefas distintas nas quais participei ativamente, todas focadas no processo de captura e documentação visual, com ênfase na fotografia e na filmagem da identidade visual dos projetos referidos. Primeiro, explorarei o trabalho realizado no estúdio, onde participei na captura fotográfica de materiais gráficos. Em seguida, analisarei a experiência adquirida na fotografia e filmagem de um projeto de sinalização numa moradia estudantil, onde acompanhei uma equipa de profissionais nas sessões de captura visual. Por fim, descreverei o processo de documentação visual efetuado em diferentes locais do Museu da Cidade, destacando a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos.

5.4.1 R2 Design

No estúdio, Artur Rebelo e Lizá Ramalho pediram a captura fotográfica dos livros “Infinite Span: 90 Years of Brazilian Architecture” e “Um Conto Recontado”, bem como dos materiais gráficos da identidade visual da “AGI Open” de 2010, especificando a preferência por uma perspectiva plana e frontal. As imagens seriam usadas para o arquivo do estúdio, no novo site e noutros meios de divulgação.

Esta tarefa foi realizada em colaboração com o designer Diogo Sousa, que forneceu orientações técnicas sobre fotografia, uma área na qual eu tinha pouca experiência. Como mencionado no tópico 2.2 deste relatório, o estúdio está equipado com uma sala dedicada à fotografia, que inclui câmaras digitais e de vídeo, objetivas, tripés, suportes de fundo e acessórios de iluminação, como caixas de luz e luz contínua. Para este trabalho, utilizou-se um suporte com fundo preto e um iluminador *LED*, com o objetivo de criar um efeito estético específico, proporcionando uma iluminação suave. A captura das imagens foi feita com uma Canon EOS 7D, montada num tripé para garantir estabilidade, o que facilitou a captura contínua e uniforme das páginas dos livros. A objetiva utilizada foi uma Canon 24-70mm, com a abertura do diafragma a variar entre 6 e 8, enquanto o ISO foi mantido constante em 125, devido à luz natural presente. Além disso, recorreu-se ao software EOS Utility para controlar a câmara a partir do computador, facilitando o processo de captura e a transferência das imagens. Posteriormente, as fotografias foram selecionadas e editadas para aprimorar a sua qualidade e adequá-las aos padrões visuais do projeto.



Figura 72. Produção fotográfica e videográfica, r2, processo



Figura 73. Produção fotográfica e videográfica, r2, processo (2)



Figura 74. Produção fotográfica e videográfica, r2, “AGI Open 2010”



Figura 75. Produção fotográfica e videográfica, r2, capa do livro “Infinite Span”



Figura 76. Produção fotográfica e videográfica, r2, miolo do livro “Infinite Span”



Figura 77. Produção fotográfica e videográfica, r2, capa do livro “Um conto recontado”



Figura 78. Produção fotográfica e videográfica, r2, miolo do livro “Um conto recontado”

Esta experiência proporcionou-me uma compreensão mais aprofundada do material de estúdio fotográfico e das funcionalidades das câmaras digitais, bem como uma familiarização com as exigências específicas da fotografia na captura de objetos de design. Aprendi a identificar as preocupações técnicas e estéticas essenciais para capturar imagens que, para além de documentarem, realçam as qualidades visuais dos projetos, contribuindo para uma comunicação eficaz.

5.4.2 Torre Hoso- Moradia estudantil

Este projeto, desenvolvido pelos R2, consistiu na criação de sinalização e pictogramas para um alojamento estudantil no campus da Universidade do Porto. O projeto responde a fatores como a funcionalidade, a integração com o projeto arquitetónico, as expectativas dos estudantes residentes e as limitações de tempo e orçamento. Um conceito principal baseou-se na modularidade da estrutura do edifício, refletida na fonte e nos pictogramas, ambos com características de *stencil*. A fonte, projetada por Malte Bentzen, foi adaptada especificamente para este projeto, e os

pictogramas foram criados para harmonizar com a fonte, resultando numa sinalização que complementa a arquitetura e a experiência dos residentes.

O objetivo deste trabalho foi captar fotografias e realizar filmagens da sinalização realizada, com vista a integrá-las no arquivo do estúdio e promover o conteúdo no site. O projeto envolveu a colaboração de Lizá Ramalho, do fotógrafo António Veiga, do designer Diogo Sousa e da estagiária de marketing Carolina Costa. A minha função foi acompanhar a equipa durante o processo fotográfico e videográfico, com o objetivo de adquirir competências para futuros projetos semelhantes. Registei fotografias de todas as etapas do procedimento, contribuindo para o arquivo do estúdio e permitindo uma melhor compreensão das práticas e técnicas utilizadas (figuras 79-82).

Lizá Ramalho coordenou o processo de trabalho e supervisionou a equipa durante as sessões de fotografia e filmagem, concentrando-se na seleção, posicionamento e enquadramento dos elementos, assim como na definição dos ângulos e perspetivas. Além disso, assegurou a diversidade visual ao incluir pictogramas e caracteres com formas tanto arredondadas como retas, ajustando as técnicas utilizadas conforme o ambiente interno ou externo.

António Veiga foi responsável pela execução fotográfica, utilizando uma câmara digital pessoal montada num tripé e várias objetivas, ajustando o equipamento às condições de luz e espaço. Para garantir a clareza dos grafismos e melhorar os resultados em zonas de pouca iluminação, usou também um iluminador *LED*, o que permitiu capturar com precisão os detalhes das sinalizações, mesmo em condições adversas. Diogo Sousa foi responsável pelas filmagens, utilizando o material do estúdio R2, que incluía uma Blackmagic Pocket Cinema Camera 4K montada num tripé e uma objetiva Canon 16-35 mm. O designer realizou vídeos curtos com planos filmados de baixo para cima, da direita para a esquerda e vice-versa, para oferecer uma visão completa da sinalética no espaço. Por último, Carolina Costa introduziu a componente humana nas composições atuando como modelo, contribuindo para a contextualização da sinalética no espaço.



Figura 79. Produção fotográfica e videográfica, Hotel Hoso, processo



Figura 80. Produção fotográfica e videográfica, Hotel Hoso, processo (2)



Figura 81. Produção fotográfica e videográfica, Hotel Hoso, processo (3)

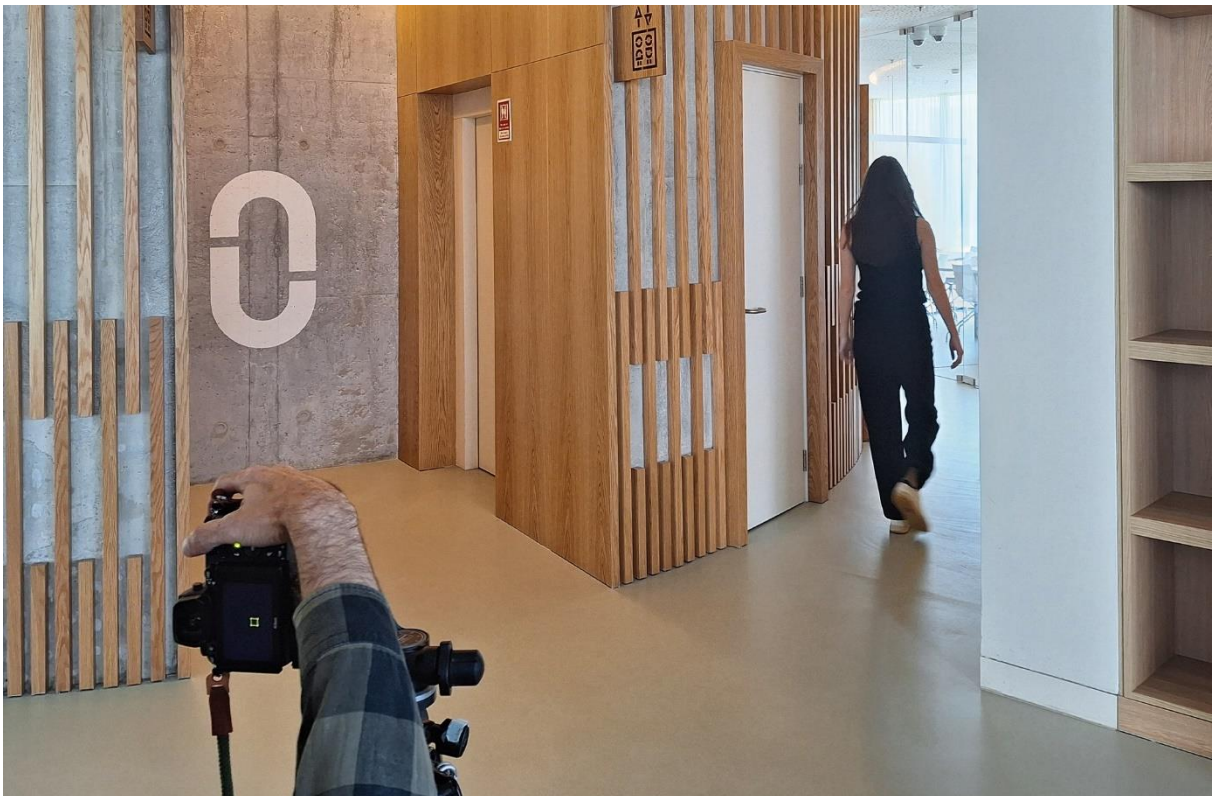


Figura 82. Produção fotográfica e videográfica, Hotel Hoso, processo (4)

A minha envolvimento neste projeto permitiu analisar a sinalética do hotel, considerando aspetos como a visibilidade, a legibilidade e o posicionamento dos pictogramas e dos caracteres, o que evidenciou que a consistência gráfica, aliada à integração com o design arquitetónico, é fundamental para uma comunicação eficaz e para a estética do ambiente. Esta experiência aprofundou a compreensão do papel do diretor de arte, destacando a participação de Lizá Ramalho nas fases de fotografia e filmagem, cuja supervisão e coordenação foram cruciais para garantir a aplicação das suas diretrizes e a coesão do trabalho. Acompanhar a equipa possibilitou observar a adaptação das técnicas às condições de iluminação e espaço, o que enriqueceu o meu entendimento das práticas de documentação visual e proporcionou uma base sólida para a aplicação dos conhecimentos adquiridos no projeto seguinte.

5.4.3 Museu da Cidade

O Museu da Cidade está espalhado por 11 locais diversos no Porto, e exhibe uma variedade de estilos arquitetónicos que abrangem séculos. Para garantir uma experiência coesa ao visitante e realçar a história da cidade, foi implementado um programa de design abrangente que incluiu *branding*, comunicação, publicidade, design de exposição e soluções completas de sinalização e orientação. Como mencionado no ponto 3.2 deste documento, a identidade incorporou elementos tipográficos de placas toponímicas de várias épocas, resultando em letras específicas com múltiplos glifos que, ao refletirem a herança da localidade, garantem tanto o fácil reconhecimento quanto a eficácia na sinalização.

No âmbito deste projeto, visitaram-se o Reservatório, o Museu Romântico e o Museu do Vinho do Porto, com o objetivo de captar fotografias e filmagens da identidade gráfica para utilização em arquivo ou promoção no site do estúdio, seguindo a mesma abordagem adotada nas tarefas anteriores.

Primeiramente, foi realizada uma visita ao reservatório, na qual estiveram novamente presentes Lizá Ramalho e Diogo Sousa. A minha responsabilidade foi a captação de vídeo e Diogo da fotografia, ambos com o objetivo de documentar o espaço. Sob a supervisão da designer, fui instruído a replicar o estilo de gravação utilizado no projeto anterior, com foco na interação entre o grafismo e o ambiente, através de vídeos

curtos com movimentos verticais e horizontais da câmara. Utilizei uma câmara Blackmagic Pocket Cinema Camera 4K, montada num tripé e equipada com uma objetiva Canon 16-35 mm, o que permitiu captar um campo de visão amplo e detalhado, abrangendo tanto os grafismos como o ambiente envolvente.

Foram realizadas várias filmagens com a finalidade de seleccionar posteriormente os registos mais adequados. Estas gravações ocorreram em diferentes condições de iluminação, tanto em exteriores, aproveitando a luz natural, quanto em interiores, com iluminação artificial moderada. Nos exteriores, ajustei a abertura da objetiva para um valor mais reduzido e mantive o ISO baixo para garantir uma exposição equilibrada e sem ruído digital. Nos interiores, usei uma abertura maior para maximizar a entrada de luz e aumentei o ISO para um nível mais elevado, garantindo a sensibilidade necessária sem comprometer a qualidade da imagem.

Durante as visitas subsequentes aos museus Romântico e do Vinho do Porto, estive acompanhado apenas pelo designer Diogo Sousa. Com base nas orientações fornecidas por Lizá Ramalho anteriormente, já tínhamos um entendimento claro das tarefas e dos procedimentos a seguir. Fomos responsáveis pela realização de filmagens e fotografias, colaborando mutuamente para garantir que o trabalho estivesse de acordo com os requisitos estabelecidos. Dada a iluminação característica desses espaços, considerou-se pertinente utilizar um iluminador *LED*, que foi fundamental para otimizar a luminosidade e destacar o grafismo quando necessário. A experiência adquirida nas visitas anteriores foi essencial para ajustar as técnicas de captura e assegurar que o material se adequasse com os critérios estabelecidos pelos R2.



Figura 83. Produção fotográfica e videográfica, MDC, processo



Figura 84. Produção fotográfica e videográfica, MDC, processo (2)



Figura 85. Produção fotográfica e videográfica, MDC, fotografia



Figura 86. Produção fotográfica e videográfica, MDC, fotografia (2)



Figura 87. Produção fotográfica e videográfica, MDC, fotografia (3)



Figura 88. Produção fotográfica e videográfica, MDC, fotografia (4)

Após a visita aos três locais, tornou-se evidente que o sistema de design realizado pelo estúdio foi eficazmente adaptado às características específicas de cada edifício, reforçando a identidade da marca. Com um envolvimento mais direto na prática e tendo em conta a minha experiência limitada em fotografia e vídeo, consegui, a certo ponto do processo, compreender e aplicar os conceitos de forma crítica e autónoma, evidenciando assim um progresso significativo no meu desenvolvimento profissional.

5.5 Website R2- Pranchas técnicas dos projetos

O projeto focou na criação de pranchas técnicas com dimensões específicas de 2000x1315,992px, destinadas à apresentação dos projetos desenvolvidos pelo estúdio no seu novo website. Esta tarefa foi realizada em estreita colaboração com Artur Rebelo e Lizá Ramalho, que mantiveram um diálogo constante e forneceram feedback regular, garantindo a integração adequada das pranchas no layout do site e uma exibição organizada dos projetos.

As pranchas foram realizadas com o propósito de explicar o método de construção dos grafismos associados aos projetos, evidenciando tanto o processo de desenvolvimento como os seus resultados. Em determinados casos, estas pranchas também refletem os conceitos subjacentes aos projetos, destacando o desdobramento desses nas identidades visuais aplicadas.

Fiquei responsável pela elaboração das pranchas para os seguintes projetos: “AGI Open 2010”, “Arpino”, Biblioteca Popular de Pedro Ivo, “CREE Magazine”, Hotel Minho, Museu da Cidade, “Positive Materials”, Escola Básica e Secundária Quinta das Flores, Raw Culture Arts & Lofts, “São João do Porto”, “Tipografia do Conto” e “Trienal de Arquitetura de Lisboa”.

O material necessário foi disponibilizado e as pranchas foram organizadas e compostas de acordo com os critérios estabelecidos pelos supervisores. A apresentação dos projetos foi estruturada de forma dinâmica, utilizando imagens estáticas e *GIFs*. Algumas dessas imagens, sem fundo, foram sobrepostas ao fundo cinzento do site, enquanto outras foram inseridas em fundos pretos, conforme apropriado.

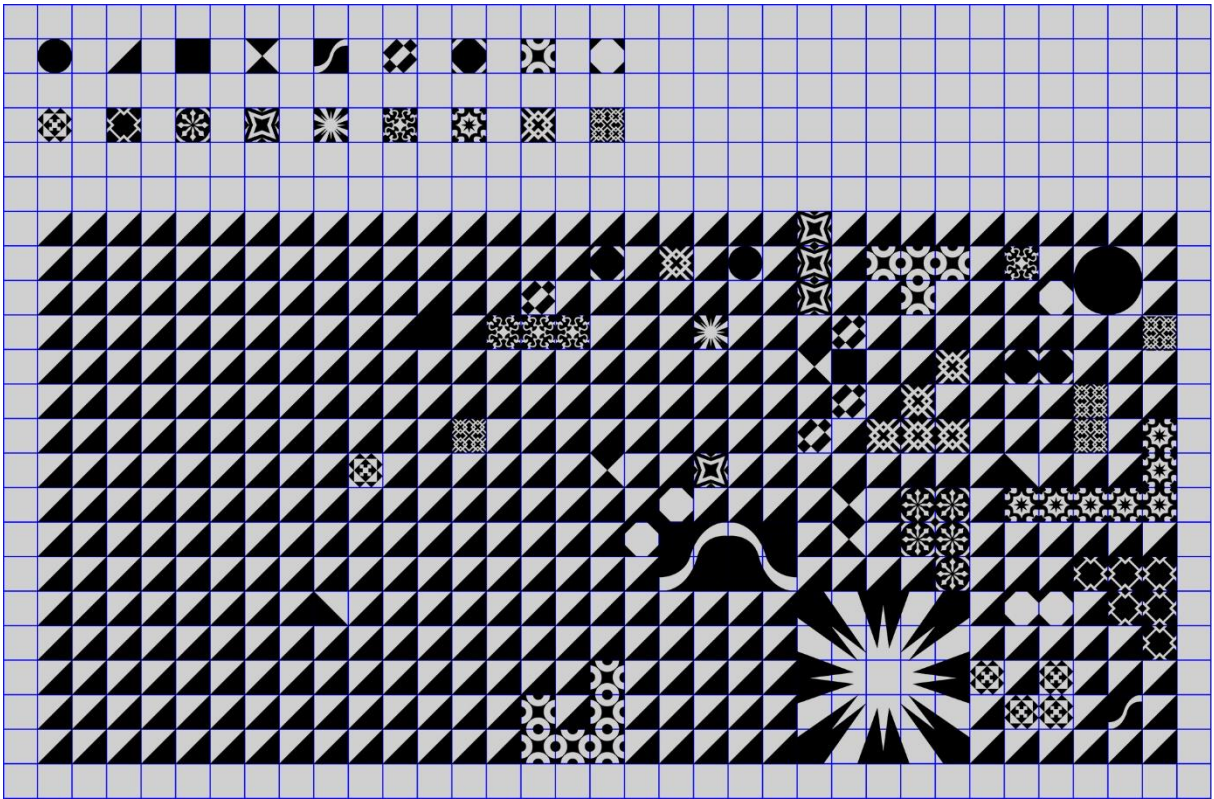


Figura 89. Pranchas técnicas, site r2, “AGI OPEN 2010”

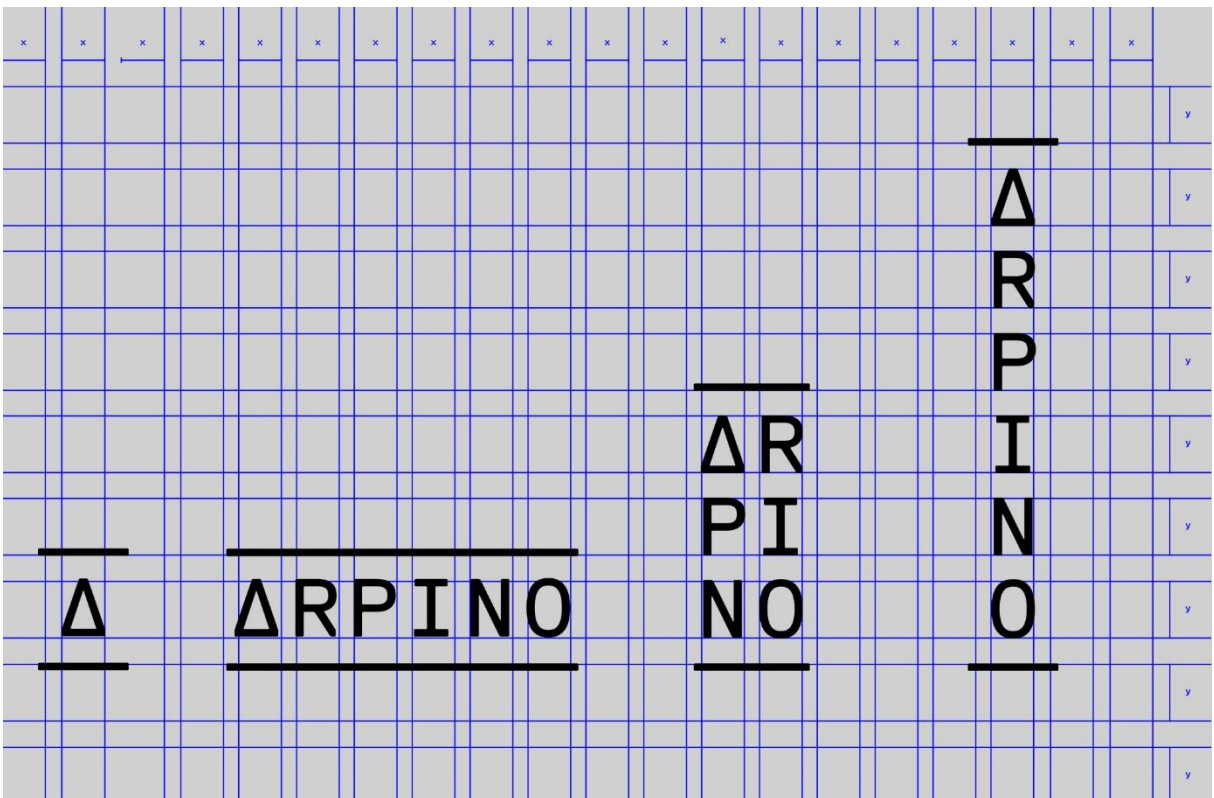


Figura 90. Pranchas técnicas, site r2, “Arpino”

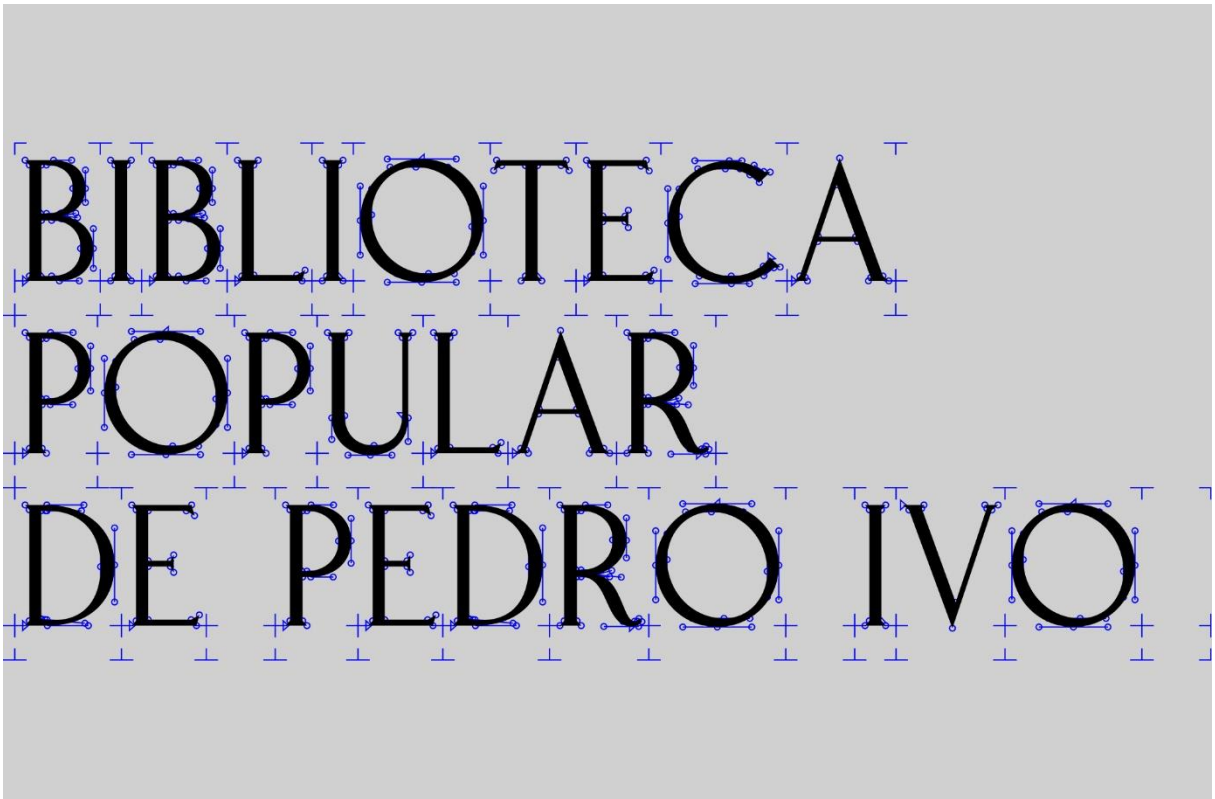


Figura 91. Pranchas técnicas, site r2, Biblioteca Popular de Pedro Ivo

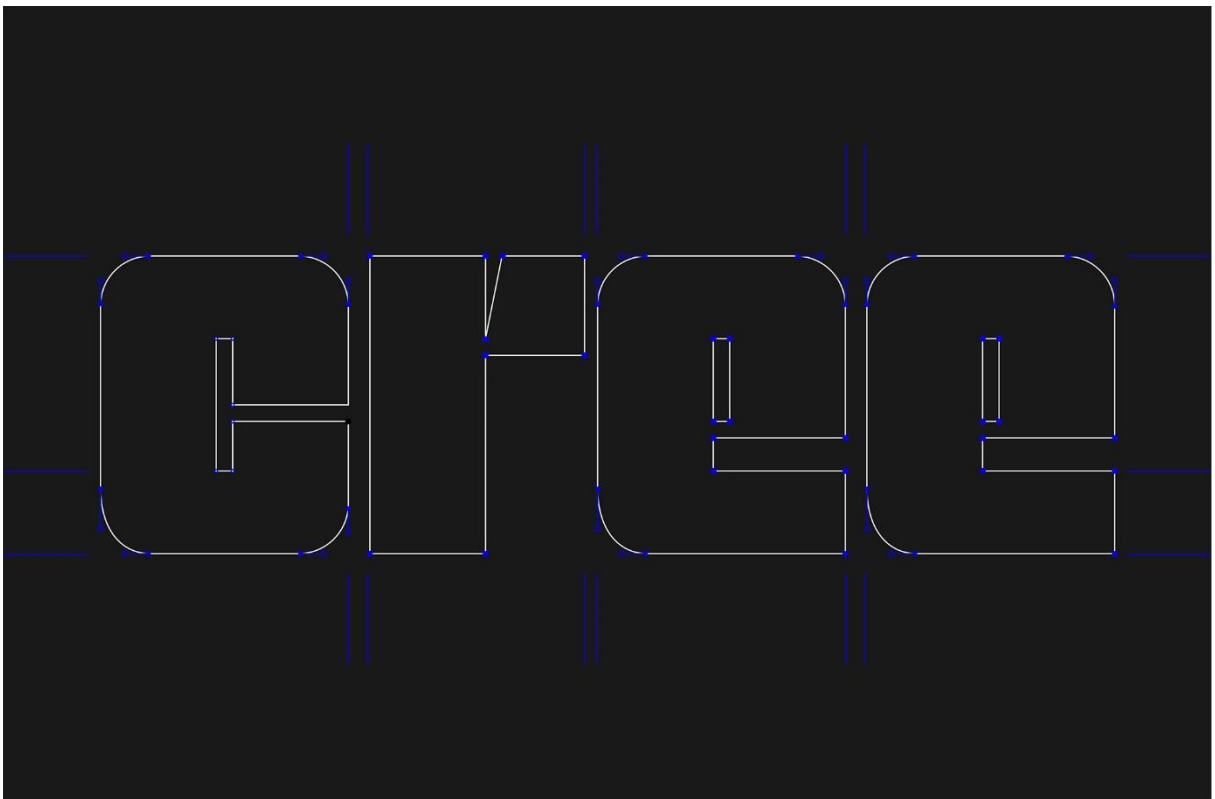


Figura 92. Pranchas técnicas, site r2, "CREE"

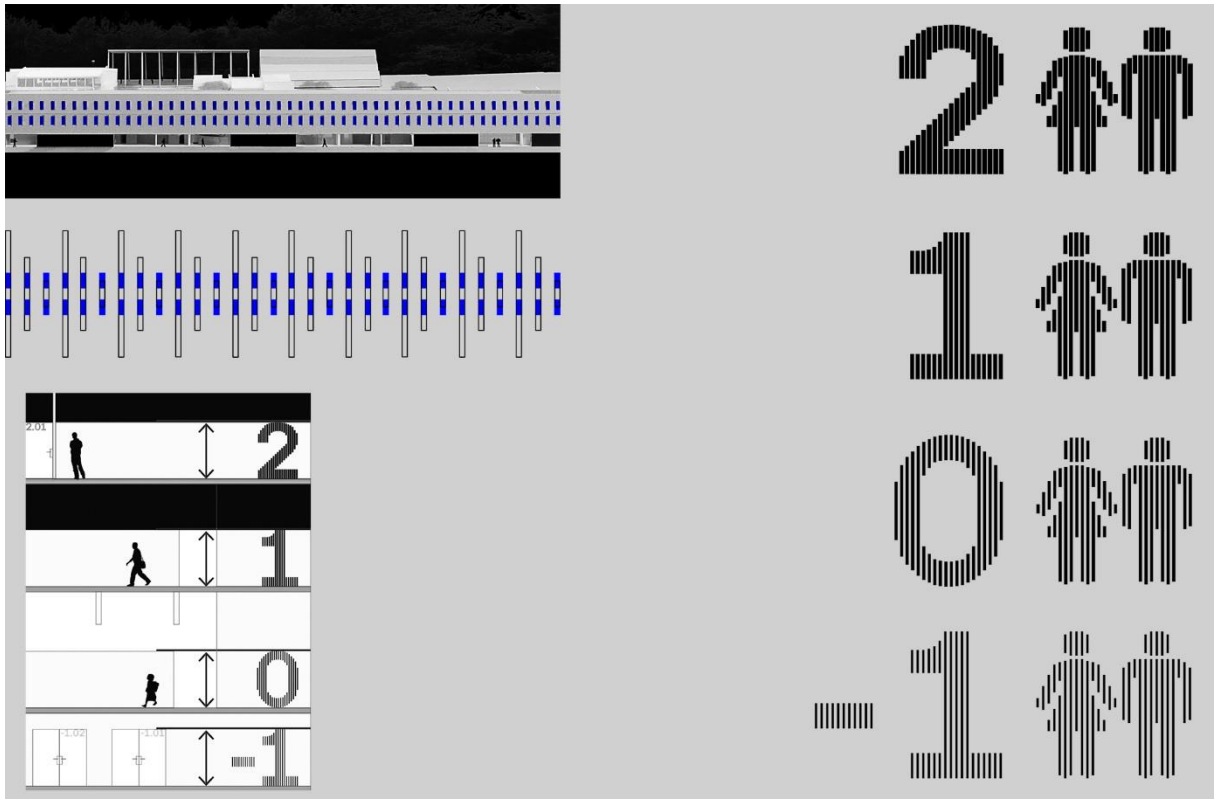


Figura 93. Pranchas técnicas, site r2, Escola Básica e Secundária Quinta das Flores

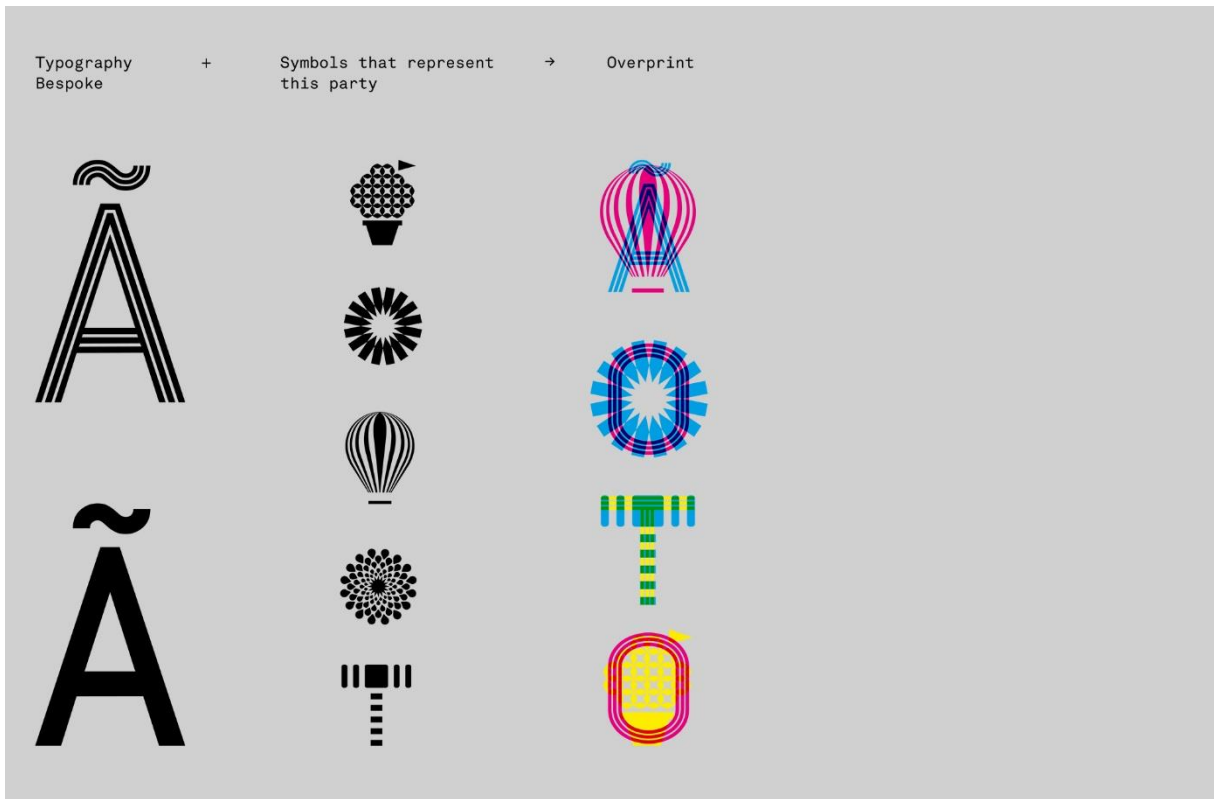


Figura 94. Pranchas técnicas, site r2, "S.João"

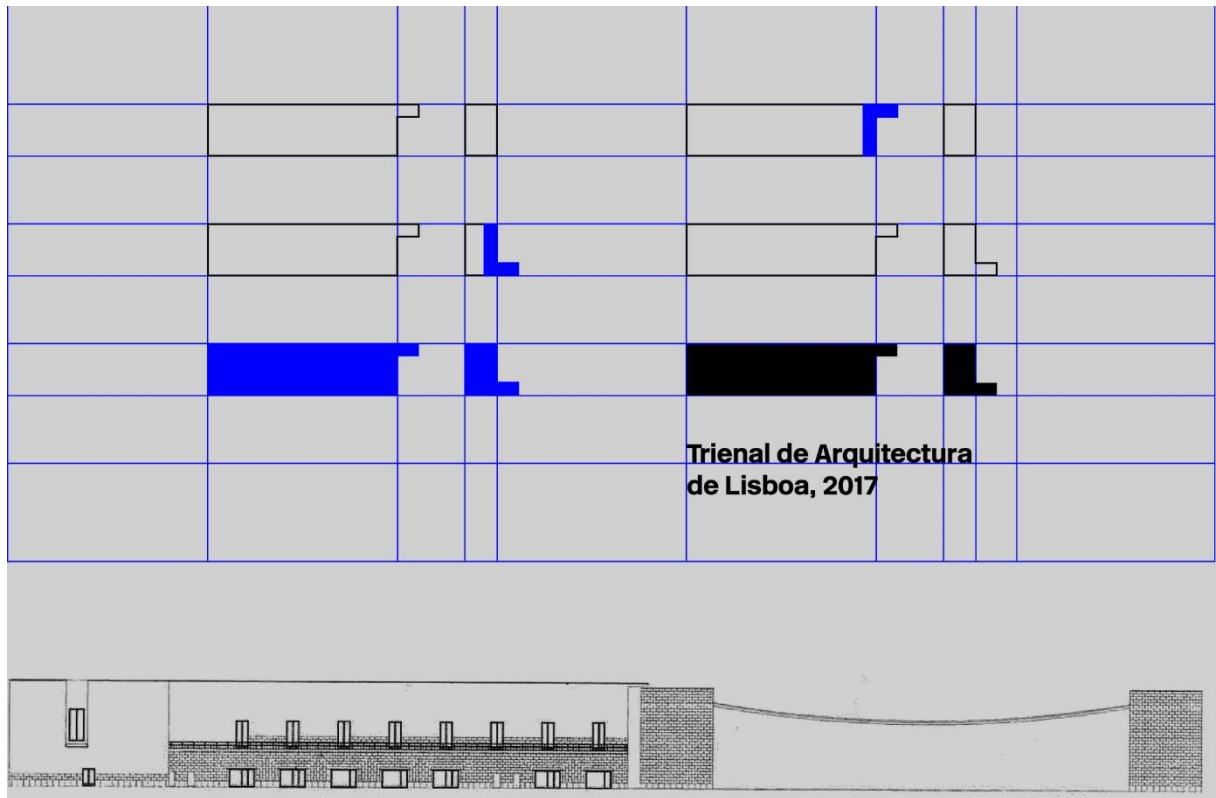


Figura 95. Pranchas técnicas, site r2, “Trienal de Arquitectura de Lisboa”

Embora este trabalho não exigisse uma abordagem particularmente criativa, foi fundamental para o meu desenvolvimento profissional. O estudo dos conceitos e interpretações adotados pelos R2 na elaboração dos projetos possibilitou uma compreensão aprofundada do seu método autoral. As diferentes abordagens aplicadas na construção dos seus projetos influenciaram a minha capacidade de desenvolver uma perspetiva crítica, alargando as minhas visões para futuros trabalhos. Além disso, percebi a relevância de uma apresentação eficaz dos projetos, que não só realça o conteúdo, mas também comunica a imagem e os valores do estúdio.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O designer gráfico desempenha um papel fundamental na mediação entre uma ideia e o seu público-alvo, agindo como um intermediário entre diferentes profissões e fluxos de informação. A sua prática envolve uma etapa de interpretação, na qual o conteúdo é transformado num conceito, através de um processo que envolve escolhas, pesquisas e experiências inerentes. É a partir desse percurso que se define a autoria de um designer, desvinculando-a à ideia exclusiva da criação de conteúdo.

No caso dos R2, o processo agrega fragmentos de um percurso duplo, através do qual os projetos ganham forma. A coautoria é definida pelo processo e metodologia praticados na criação de conteúdo para projetos auto iniciados, como pela sua modelação para projetos encomendados.

A formalização dos conceitos parte da tipografia, que serve de base para o desenvolvimento criativo, incluindo a recolha de dados, de investigação e de experimentação, com o objetivo de explorar diferentes direções possíveis. A riqueza deste processo advém do erro, do acaso, e de outros fatores imprevistos, que podem gerar ideias e levar à idealização do projeto. No início da elaboração das suas propostas, seja qual for o briefing, Artur Rebelo e Lizá Ramalho já seguem normas estabelecidas de acordo com os seus ideais, sem abdicar da sua assinatura. Assim, é deste processo autoral que o estúdio R2 é caracterizado, refletido uma identidade intrínseca nos seus projetos.

“À intermitência dos projetos, R2 opõe a continuidade de uma prática reflexiva: o esforço em construir uma escrita” (Ramalho & Rebelo, 2023, p.131).

Durante o estágio, observou-se a metodologia aplicada por ambos, que realça a experimentação e a colaboração contínua. A mesa da sala de reuniões frequentemente se encontrava coberta com testes e esboços, evidenciando um processo de trabalho coletivo e discussão constante sobre a direção dos projetos. No escritório de ambos, as mesas e as paredes estavam igualmente preenchidas com materiais, esboços e impressões, ilustrando a gestão simultânea dos diversos projetos e a intensa fase de experimentação. O diálogo entre os dois profissionais era constante e fundamental no seu método de trabalho, que atravessa desde a fase conceptual até ao ato do desenho.

Era comum que a equipa fosse solicitada a realizar testes dos mais variados projetos, para validar ou ajustar as soluções propostas, o que realça a importância da prática e da revisão contínua no processo criativo.

O estágio comprovou o valor da experimentação e da exploração de novas possibilidades o que permite a superação das dificuldades inerentes ao processo criativo, incentivando o contínuo teste e refinamento até se alcançar a solução ideal. A experiência prática proporcionada permitiu uma significativa expansão do conhecimento técnico, em grande parte devido à diversidade de tipologias de projetos abordados. A variedade de projetos, todos distintos entre si, trouxe uma dinâmica enriquecedora ao quotidiano de trabalho. Embora a interação direta com os clientes não tenha sido frequente, foi possível acompanhar de perto as demandas transmitidas por Artur Rebelo e Lizá Ramalho, que explicaram o feedback recebido e orientaram o procedimento a seguir após as apresentações. Esse processo contribuiu para o desenvolvimento de competências essenciais na apresentação de conteúdos, aprimorando a capacidade de responder eficazmente às expectativas dos clientes.

A experiência de trabalhar com ambos os diretores de arte revelou-se particularmente valiosa, permitindo a absorção de rigor, sensibilidade estética e atenção ao detalhe, elementos essenciais para a excelência no design. O trabalho com a equipa foi enriquecedor, evidenciando a importância de uma boa organização na distribuição de tarefas e de uma comunicação clara e eficaz. A interação com outros designers contribuiu para aprimorar a capacidade de dialogar e criticar construtivamente. Sempre que surgiam dúvidas na execução de tarefas, a equipa mostrava-se disponível para ajudar. Artur Rebelo, em particular, frequentemente chamava para o seu escritório, onde partilhava conhecimentos e técnicas que se revelaram fundamentais para o desenvolvimento profissional. O ambiente de trabalho acolhedor e colaborativo proporcionou conforto e confiança, o que facilitou a integração.

Em suma, o estágio superou as expectativas, com o feedback dos R2 a ser positivo e resultando na proposta de uma futura colaboração no estúdio. Além disso, foi atribuído um cliente de uma escola de surf, uma área de interesse pessoal, e a abordagem prática das propostas alinou-se com as preferências pessoais.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, M. (2016). *O design de autor enquanto veículo cultural: do pensável ao possível* [Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. <https://ria.ua.pt/handle/10773/17907>
- Alves, A. (2015). *Elementos para a definição de uma prática de autor em design gráfico. Uma autobiografia do atelier R2* [Tese de doutoramento, Universidade de Coimbra]. ESTUDO GERAL Repositório científico da UC. <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/29505?mode=full>
- Barthes, R. (1967). *The Death of the Author*. Graphic Readings. https://readings.design/PDF/death_authorbarthes.pdf
- Bártolo, J. (2006). *O ESTADO DO DESIGN. REFLEXÕES SOBRE TEORIA DO DESIGN EM PORTUGAL*. Artecapiatal. <https://www.artecapital.net/opiniao-30-jose-bartolo-o-estado-do-design-reflexoes-sobre-teoria-do-design-em-portugal>
- Bártolo, J. (2009). *O DESIGNER COMO PRODUTOR*. Artecapiatal. <https://www.artecapital.art/perspetiva-90-jose-manuel-bartolo-o-designer-como-produtor>
- Bártolo, J. (2012). *CHEGOU A HORA DOS DESIGNERS*. Artecapiatal. <https://www.artecapital.art/opiniao-119-jose-bartolo-chegou-a-hora-dos-designers>
- Butler, A. (2013). *R2 design interview*. designboom. <https://www.designboom.com/design/r2-design-interview/>
- Casinato, C. (2020). *O valor do projeto pessoal/autoral no design* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação- Universidade Europeia]. Repositório Comum. <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/35259>
- Errata. (2024). *E15: Lizá Défossez Ramalho*. Errata. Design, Porto. <https://www.errata.design/pt/#e15-liza-defossez-ramalho>
- FitzGerald, K (2015). *Fuck All*. Modes of Criticism. <https://modesofcriticism.org/fuck-all/>
- Foucault, M. (1977). *What is an Author*. In D. Bouchard (ed.), *Language, Counter-Memory, Practice Selected Essays and Interviews* (pp.113-138). Cornell University Press.
- Gomes, J. (2019). *TIPOGRAFIA MODULAR: Bases Teóricas para o Desenho de Letra*. [Dissertação de mestrado, Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa].

Repositório da Universidade de Lisboa. <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/38919?locale=en>

Graphis. (2015). *Índio Rei*. Graphis International Awards & Publications. <https://graphis.com/entry/860f4f8e-e303-434e-adca-f7197079e5b4>

Lupton, E. (1998). *Designer as Producer*. ellenlupton.com. <https://ellenlupton.com/Designer-as-Producer>

Margolin, V. (2002). *Designer as Producer*. Graphic Readings. https://readings.design/PDF/designer_as_producer.pdf

Mcluhan, M. (1967). *The medium is the message*. Graphic Readings. <https://readings.design/PDF/the-medium-is-the-message.pdf>

Providência, F. (2012). *Poeta, ou aquele que faz: a poética como inovação em design* [Tese de doutoramento, Universidade de Aveiro]. Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/29505?mode=full>

Ramalho, L. & Alves, A. (2010). *Process is the project – O processo é o projeto*. Dados Favoritos – Associação.

Ramalho, L. (2021). *La imagen visual de las instituciones de arte moderno y contemporáneo* [Tese de Doutoramento, Facultad de Bellas Artes- Universidad de Barcelona]. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona. <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/176237>

Ramalho, L. & Alves, A. (2023, dezembro, 16). *R2/Fabricao Suspensio: Itinerários de trabalho* [Apresentação]. Centro de Arte Oliva, Porto, Portugal.

Ramalho, L. & Alves, A. (2023). *Suspended production*.

Rock, M. (1996). *Designer as Author*. 2x4. <https://2x4.org/ideas/1996/designer-as-author/>

Rock, M. (2009). *Fuck Content*. 2x4.. <https://2x4.org/ideas/2009/fuck-content/>

Rodrigues, M. (2020). *Cunho autoral na Studio Dobra* [Relatório de estágio, Escola Superior de Media Artes e Design- Instituto Politécnico do Porto]. Repositório P. Porto. <https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/17759?locale=en>

Tavares, M. (2022). *WIP - Work In Progress. Relatório de Estágio no estúdio R2* [Relatório de estágio, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/145170>

Smithsonian Libraries and Archives. (2011). *Iconographie ornithologique: nouveau recueil général de planches peintes d'oiseaux*. https://archive.org/details/Iconographie_orn00DesMA/page/n7/mode/2up

Souza, E. (2012). Designer enquanto autor (1996). Medium. <https://souzaeduardo.medium.com/o-designer-enquanto-autor-1996-25e3b630ec4c>