

PROJETO INTEGRADOR 01

Introdução

O Projeto Integrador 01 é uma atividade interdisciplinar proposta aos alunos do Ciclo Básico do CSTDG (Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico) da Faculdade Ibratéc.

O projeto visa propiciar aos alunos o desenvolvimento de uma atividade prática a partir dos conceitos teóricos adquiridos através dos conteúdos programáticos ministrados em sala de aula, buscando propiciar uma experiência que se aproxime ao máximo de situações do cotidiano profissional do Designer Gráfico.

Objetivos gerais

- Desenvolver nos alunos as competências requeridas dos Tecnólogos em Design Gráfico para a prática profissional no mercado de trabalho, sendo estimulados a verificar a relação entre a teoria e as práticas do mercado, bem como, compreender a interdisciplinaridade, por meio da vivência de atividades de características práticas.
- Proporcionar aos alunos a oportunidade de desenvolver um trabalho prático que integre as diversas teorias abordadas pelas disciplinas cursadas no semestre letivo.

Operacionalização do trabalho

- Disciplinas envolvidas

- Fundamentos da Comunicação, Fundamentos do Design, História da Arte e do Design, Tecnologia da Informação Aplicada ao Design Gráfico e Tecnologias Aplicadas a Programação Visual.

- O trabalho deve ser desenvolvido em equipe

- Caberá a cada equipe a responsabilidade de desenvolver o trabalho em sua totalidade.

- As equipes deverão ser compostas de no máximo 5 (cinco) alunos

- Cada equipe deverá possuir e eleger um representante para tratar das questões relacionadas ao Projeto.

- Atribuições do aluno

- Realizar as atividades nas condições e prazos solicitados
- Encaminhar aos professores orientadores as dificuldades encontradas, seja na equipe ou na realização de quaisquer atividades solicitadas, com antecedência, visando ao cumprimento dos prazos e tarefas;
- Estabelecer um diálogo respeitoso tanto em sua equipe quanto com os professores orientadores.

- Avaliação e pontuação

- Os critérios de avaliação e pontuação do Projeto para cada disciplina envolvida serão definidos pelos respectivos professores.

Temática do Projeto

Introdução

Para que o desenvolvimento de qualquer projeto de Design retorne bons resultados, é indispensável que se trabalhe embasado em uma metodologia, respeitando-se etapas e caminhos propostos pelo método escolhido. Essa visão também se aplica a projetos de Identidade Visual.

A Identidade Visual de uma empresa, produto, instituição ou evento é o conjunto de elementos que os representam visualmente. Esse conjunto de elementos costuma ter como base uma MARCA, representação simbólica que pode ser constituída por palavras, imagens (ilustrações, pictogramas), letras, números.

Junto à marca, vários outros artefatos (impressos e digitais) constituem a identidade visual, como itens de papelaria, sinalização, entre outros, de acordo com as necessidades de comunicação visual da empresa, produto, instituição ou evento.

Objetivos

- Elaborar uma **marca** para a Cafeteria CULTURA & CAFÉ (Briefing disponível no final deste documento), a partir de uma metodologia de projeto;
- Desenvolver o **projeto gráfico do cardápio** (conteúdo disponível no final deste documento) da Cafeteria CULTURA & CAFÉ;

Obs1: Ambos os artefatos devem ser trabalhados a partir da apropriação (estética, poética, etc.) do conceito de uma forma de expressão cultural pernambucana (ex: xilogravura, cordel, mamulengos etc.);

Obs2: Temática de cada equipe será definida em sala de aula.

- Apresentar o resultado final, mostrando todas as etapas percorridas, a partir de uma ferramenta de apresentação através de dispositivos.

Data de Entrega / Apresentação

- a definir

Critérios / Pontuação

- **Fundamentos do Design**

Atividades solicitadas pela disciplina:

- Criação e justificativa do conceito da marca/Apresentação em sala;
- Escolha e justificativa da metodologia a ser aplicada no projeto de criação e aplicação da marca/Apresentação em sala;
- Etapas metodológicas apresentadas em sala de aula;
- Orientações supervisionadas;
- Apresentação oral e entrega digital de todo o material produzido.
- A segunda avaliação da disciplina requer todas as etapas acima relatadas do projeto interdisciplinar.

Critérios de avaliação:

- Adequação, criatividade, pontualidade, assiduidade e conteúdo (visto em sala, na visita técnica e aplicado no projeto proposto).

Pontuação:

- Todas estas etapas devem ser entregues no tempo hábil terão sua própria pontuação que somadas valem até **10 pontos**.

- **Tecnologias Aplicadas a Programação Visual**

Critérios de avaliação:

- Cumprimento de prazos, requisitos e conteúdo (instruções e conteúdo disponíveis no final deste documento), criatividade e utilização adequada das ferramentas gráficas para confecção do cardápio.

Pontuação:

- Até **2 (dois) pontos** a serem somados a nota da 2ª avaliação.

- **Fundamentos da Comunicação**

Atividades solicitadas pela disciplina:

- Construção da IDENTIDADE VISUAL com base na IDENTIDADE CORPORATIVA (instruções disponíveis no final deste documento).

Critérios de avaliação:

- A atividade será avaliada por critério de coesão, coerência, clareza (do ponto de vista da escrita e da comunicação corporativa), equivalência entre as correlações (do ponto de vista do design). (instruções disponíveis no final deste documento)

Pontuação:

- A atividade será referente à AA2 (Atividade Avaliativa 2), se perfeitamente desempenhada, valerá até **5 (cinco) pontos** na nota da segunda avaliação. Enquanto que a AA3 (Atividade Avaliativa 3) valerá os outros 5 pontos que somados darão a segunda nota.

- **História da Arte e do Design**

Critérios de avaliação:

- A definir em sala de aula.

Pontuação:

- A definir em sala de aula.

- **Tecnologia da Informação Aplicada ao Design Gráfico**

Critérios de avaliação:

- Utilização adequada das ferramentas de apresentação disponíveis no mercado, cumprimento de prazos e requisitos na montagem da apresentação e criatividade.

Pontuação:

- Até **2 (dois) pontos** a serem somados a nota da 2ª avaliação.

ANEXOS

- Briefing

Cafeteria CULTURA & CAFÉ

A Cafeteria CULTURA & CAFÉ é uma empresa de pequeno porte, criada para satisfazer a demanda de consumo de café e seus derivados.

Nossos grãos são selecionados em várias partes do mundo, nas melhores origens e beneficiados pelos melhores especialistas. No nosso cardápio dispomos de grãos com origens tão diversas quanto a Jamaica, Quênia, Costa Rica, Papua, Timor Leste, Angola, Etiópia, Colômbia, Tanzânia, Havaí, Brasil e outros.

Como apoiadora da cultura em geral, a CULTURA & CAFÉ também promove eventos culturais de divulgação de grandes movimentos de expressão artística.

Missão: Nossa empresa tem como missão, proporcionar as delícias do café brasileiro, associando-as a eventos culturais e de entretenimento, em um ambiente com requinte e sofisticação.

Produtos/Serviços: Expressos, Cappuccinos, Bebidas quentes, Bebidas geladas, Salgados, Doces e sobremesas e acesso wi-fi gratuito.

Posicionamento: O primeiro café na região a tratar a cultura como prioridade e o café ser um elemento agregador das pessoas em torno do café. A estratégia de comunicação usada no posicionamento foi a de benefício e a de público.

Local de atuação: A CULTURA & CAFÉ é uma empresa local, tendo como local de atuação a cidade do Recife, no bairro de Casa Forte.

Objetivos:

- Ser referencial na comercialização do café e seus derivados, sendo percebida pelos clientes e concorrentes, como modelo de qualidade, competência e melhorias contínuas nos produtos.
- Expandir nossa rede para toda a região Nordeste em médio prazo e nas demais regiões em longo prazo.
- Divulgar os grandes movimentos de expressão artística pernambucana através de eventos culturais.

Público-alvo: consumidores das classes A e B, que buscam qualidade e um ambiente sofisticado. Ambos os gêneros, com idade acima dos 25 anos, residentes na Região Metropolitana do Recife. Perfil psicográfico: amantes da cultura e do café. Pessoas que trabalham com cultura, literatura, artes, ensino, design, publicidade.

Valores:

- Transparência e valorização das pessoas, sendo elas clientes e/ou colaboradores.
- Busca contínua pela excelência e qualidade.

- Instruções para a marca:

- Legibilidade, clareza e simplicidade;
- Uso da linguagem da xilogravura;
- A apropriação da estética e da cultura tradicional popular, sem a narrativa da literatura do cordel, mas trazendo para a contemporaneidade;
- A marca precisa ter no conceito uma expressividade a partir da articulação: xilo, cultura, popular, contemporaneidade.

- Instruções e conteúdo do Cardápio:

- Conteúdo: cafés, outras bebidas (subdividir), salgados, doces, outros (de acordo com a necessidade);
- O cardápio deve conter, além dos textos, imagens e ilustrações (Ex: ícones de identificação para cada categoria de produto do cardápio);
- Tamanho livre, com margens entre 15 e 20 mm nas quatro extremidades da página e sangria de 4 mm (para impressão profissional);
- Seguir um padrão visual definido, de acordo com a marca desenvolvida (cores, tipografia, etc.);
- As imagens rasterizadas utilizadas devem estar ajustadas com os parâmetros necessários para impressão.
- Devem ser entregues os arquivos do cardápio (formato aberto, Adobe versão CS6 ou Corel versão 12) e das imagens utilizadas (originais e manipuladas).

- Instruções para Construção da IDENTIDADE VISUAL com base na IDENTIDADE CORPORATIVA

As questões fundamentais para a análise da identidade corporativa são:

- O que e quem somos nós? qual nosso negócio - CULTURA & CAFÉ - , qual nossa estrutura? qual nossa estratégia? nossa missão, filosofia, valores? qual nosso ethos? qual nosso mercado? qual nossa performance? qual nossa história? qual nossa reputação? qual nosso relacionamento com outras/quais identidades? qual a mistura de subculturas dominantes no negócio? com quais identidades os empregados se relacionam? etc.
- A partir destas questões, com a personalidade corporativa identificada, construa a Identidade Visual da empresa justificando duas escolhas por meio de um sistema de símbolos que identifiquem a identidade visual junto à identidade corporativa.
- Uma página do PROJETO deverá responder a todas estas perguntas, e outras mais que desejem detalhar, relacionando as escolhas para a criação da identidade visual com a identidade corporativa por meio de texto descritivo e argumentativo.