

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CAMPUS CURITIBA
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN

FLORENCE CAROLINE NIKKEL

**DESENVOLVIMENTO DE ESTAMPAS INSPIRADAS NA CULTURA DA COLÔNIA
WITMARSUM (PR)**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA
2015

FLORENCE CAROLINE NIKKEL

**DESENVOLVIMENTO DE ESTAMPAS INSPIRADAS NA CULTURA DA COLÔNIA
WITMARSUM (PR)**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à disciplina de Trabalho de
Conclusão de Curso 2, do Curso de
Bacharelado em Design da Universidade
Tecnológica Federal do Paraná.
Orientador: Prof. MSc. Manoel Alexandre
Schroeder

CURITIBA
2015

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO Nº 95

“DESENVOLVIMENTO DE ESTAMPAS INSPIRADAS NA CULTURA DA COLÔNIA WITMARSUM (PR)”

por

FLORENCE CAROLINE NIKKEL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no dia 13 de fevereiro de 2015 como requisito parcial para a obtenção do título de BACHAREL EM DESIGN do Curso de Bacharelado em Design, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A aluna foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora:

Prof(a). Msc. Tânia Maria Miranda
DADIN - UTFPR

Prof(a). Msc. Daniela Fernanda Ferreira da Silva
DADIN - UTFPR

Prof(a). Msc. Manoel Alexandre Schroeder
Orientador(a)
DADIN – UTFPR

Prof(a). Esp. Adriana da Costa Ferreira
Professor Responsável pela Disciplina de TCC
DADIN – UTFPR

CURITIBA / 2015

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

AGRADECIMENTOS

Quase quatro anos se passaram e acredito que muitas das pessoas que convivi neste período, contribuíram para que hoje eu concluísse mais uma fase com este trabalho.

Primeiramente, quero agradecer a Deus, pois d'Ele, por Ele e para Ele são todas as coisas. Sem Ele eu não chegaria até onde cheguei.

Aos meus pais, que não mediram esforços para me apoiar ao longo de todos esses anos. Aos meus irmãos, Francielle, Larissa e Mathias, que apesar das brigas e brincadeiras, estiveram ao meu lado. Ao Fábio Barros, meu amor, melhor amigo e companheiro, por não me deixar desanimar e me ajudar sempre que possível, me incentivando sempre! Às minhas amigas e colegas de apartamento, Vanessa Dyck e Sabine Janzen, por me aguentarem falar infinitamente deste trabalho e, mesmo assim, demonstrarem toda a empolgação com ele. Sophi Schartner, melhor amiga, agradeço por todo apoio! Pamela Pauls, Carla Göcks e Debora Warkentin, me divertindo nos nossos encontros semanais. Ao Gustavo Ilek, tão gentil, cedendo os tecidos estampados. À minha tia, Doris Sawatzky, pelo trabalho perfeito na costura.

Ao meu professor orientador, Manoel Schroeder, que desde o início acreditou na ideia e esteve sempre me incentivando e apoiando, contribuindo com seus conhecimentos.

Por fim, às colegas que estiveram junto comigo desde o início, Carolina Portugal, Vanessa Straube, Ana Angélica Fonseca e Jéssica Goss, vocês são especiais!

RESUMO

NIKKEL, Florence Caroline. **Desenvolvimento de estampas inspiradas na cultura da Colônia Witmarsum (PR)**. 2015. 144p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2015.

O presente trabalho teórico-prático tem como principal objetivo desenvolver um conjunto de estampas inspiradas na cultura da Colônia Witmarsum, no Paraná, tomando como base aspectos presentes no local, como a paisagem, arquitetura, animais, atividades econômicas, hábitos e costumes. A metodologia adotada foi elaborada pela autora, baseada em metodologias de projeto de design existentes e dividiu-se em três fases: teórica, conceitual e de desenvolvimento. A pesquisa teórica se dá pela revisão da literatura, abordando assuntos referentes ao Design de Superfície, cultura, turismo e suvenires, de forma a embasar a geração de alternativas. Questionários e registros fotográficos são utilizados para identificar aspectos culturais do local e orientar mais especificamente as alternativas, apresentando os principais elementos presentes. A base teórica e análise de similares orientam a definição do conceito do projeto, que segue com geração de alternativas. Foram feitos inicialmente desenhos a lápis dos módulos, que foram então vetorizados, repetidos e organizados, gerando diferentes efeitos visuais das estampas, ainda em preto e branco. Das estampas criadas, foi feita a seleção de 6 alternativas para fazer os estudos de cor. Do total de combinações de cores foram então selecionadas as alternativas finais, que seguiram para o projeto de aplicação e prototipagem dos itens selecionados. A escolha dos produtos que receberam a aplicação se deu por uma característica peculiar da Colônia Witmarsum, que é a valorização do hábito de se reunir à mesa durante as refeições. Portanto, são produtos que remetem ao ambiente de cozinha e sala de jantar, salientando o aspecto do convívio da família. Como resultado, tem-se o conjunto de três estampas referentes a três aspectos da Colônia Witmarsum (arquitetura, artesanato e paisagem), aplicados em jogo de louça, jogo americano, pano de prato e almofada como sugestão de souvenir local.

Palavras-chave: Design de Superfície. Turismo. Cultura. Souvenir.

ABSTRACT

NIKKEL, Florence Caroline. **Development of prints inspired by the culture of Colony Witmarsum (PR)**. 2015. 144p. Final Year Research Project (Bachelor in Design) – Federal University of Technology/Paraná. Curitiba, 2015

This theoretical-practical work has as main goal develop a serie of prints inspired by the culture of Colony Witmarsum, Paraná, taking as basis the aspects presentes in site, as landscape, architecture, animals, economic activities, habits and customs. The methodology was developed by the author, based on existing design project methodologies and divided into three phases: theoretical, conceptual and development. The theoretical research is by literature review, covering matters related to the Surface Design, culture, tourism and souvenirs in order to base the generation of alternatives.. Questionnaires and photographic records are used to identify cultural aspects of the place and guide more specifically the alternatives, including the main elements present. The theoretical base and analysis of similar guides the definition of the project's concept, below generating alternatives. There were initially made pencil drawings of the modules, which were then vectorized, repeated and organized, creating different visual effects of prints, even in black and white Having created the prints, 6 alternatives have been selected to make the color studies. Of the color combinations were then selected the final alternatives that followed for the application project and prototyping of selected items. The choice of products that received the application was made by a peculiar feature of Colony Witmarsum, which is the appreciation of the habit to gather at the table during meals So are products that refer to the kitchen and dining room environment, emphasizing the aspect of family living. As a result, there is a cluster of three prints, that relating to three aspects of Colony Witmarsum (architecture, crafts and landscape). It is stamped on dishes, a set of placemats and dishcloth, and pillows as local souvenir suggestion.

Key-words: Surface Design. Tourism. Culture. Souvenir.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA	01: SISTEMAS DE REPETIÇÃO	18
FIGURA	02: EXEMPLO DE DESDOBRAMENTO EM PRETO E BRANCO	19
FIGURA	03: EXEMPLO DE DESDOBRAMENTO EM PRETO E BRANCO	19
FIGURA	04: EXEMPLO DE DESDOBRAMENTO EM PRETO E BRANCO	20
FIGURA	05: ENTRADA DA COLÔNIA PELA BR 376	25
FIGURA	06: PAISAGEM PRÓXIMA À ENTRADA PELA BR 376	25
FIGURA	07: PAISAGEM PRÓXIMA À ENTRADA PELA BR 376	26
FIGURA	08: DETALHE DE ARAUCÁRIAS	26
FIGURA	09: CAMPOS DE PLANTAÇÃO	27
FIGURA	10: PROPRIEDADE NA COLÔNIA COM GALPÕES E VACAS AO FUNDO	27
FIGURA	11: PLANTAÇÃO DE MILHO	28
FIGURA	12: CASA NO CENTRO DA COLÔNIA	28
FIGURA	13: IGREJA EVANGÉLICA MENONITA DE WITMARSUM	29
FIGURA	14: CEMITÉRIO DA COLÔNIA WITMARSUM	30
FIGURA	15: CONSTRUÇÃO DO PIT (PONTO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS)	30
FIGURA	16: LAGO EM FRENTE AO HOSPITAL	31
FIGURA	17: MUSEU HISTÓRICO DE WITMARSUM	32
FIGURA	18: CASA DE COLONOS	32
FIGURA	19: VACA PRÓXIMA À CERCA	33
FIGURA	20: VACAS PASTANDO ÀS MARGENS DA AVENIDA	33
FIGURA	21: TRECHO DA AVENIDA PRÓXIMO À BR 277	34
FIGURA	22: LAMBREQUINS E ELEMENTOS ARQUITETÔNICOS	35
FIGURA	23: EFEITO VISUAL DAS LINHAS NA ARQUITETURA	36
FIGURA	24: DETALHE DE LAMBREQUINS DO MUSEU DE WITMARSUM	36
FIGURA	25: DETALHE DE LAMBREQUINS E TELHADO DO MUSEU DE WITMARSUM	37
FIGURA	26: DETALHE DA PORTA DO MUSEU	37
FIGURA	27: PORTA-COPOS EM ACRÍLICO DA COLEÇÃO MON	41
FIGURA	28: ALMOFADAS DA COLEÇÃO MON	41
FIGURA	29: JOGO AMERICANO DA COLEÇÃO MON	42
FIGURA	30: LENÇOS COM O TEMA CURITIBA	42
FIGURA	31: BLOCO DE ANOTAÇÃO	43
FIGURA	32: CONTRA-CAPA DO BLOCO DE ANOTAÇÃO	44
FIGURA	33: TOALHA COM O TEMA DO JARDIM BOTÂNICO	44
FIGURA	34: CANECA PARQUE TANGUÁ	45
FIGURA	35: PORTA-COPOS DE CURITIBA	46
FIGURA	36: ALMOFADA DE CURITIBA	46
FIGURA	37: FACHADA DA LOJA TOLL WITMARSUM	47
FIGURA	38: CARTÕES POSTAIS DE WITMARSUM	48
FIGURA	39: FRENTE DE CARTÃO POSTAL DE WITMARSUM	49
FIGURA	40: VERSO DE CARTÃO POSTAL DE WITMARSUM	49
FIGURA	41: FRENTE DE CARTÃO POSTAL DE WITMARSUM	50
FIGURA	42: VERSO DE CARTÃO POSTAL DE WITMARSUM	50
FIGURA	43: CASINHA-TERMÔMETRO DE WITMARSUM	51

FIGURA	44: RELÓGIOS-CUCO EM WITMARSUM	52
FIGURA	45: FACHADA DA LOJA JJ ARTES	52
FIGURA	46: BONECAS DE PALHA	53
FIGURA	47: BAÚ COM PINTURA “BAUERNMALEREI”	54
FIGURA	48: ARTESANATO COM PALHA DE MILHO	54
FIGURA	49: TELA DA APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO – QUESTÃO 1	55
FIGURA	50: TELA DA APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO – QUESTÃO 2 E 3	56
FIGURA	51: TELA DA APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO – QUESTÃO 4	56
FIGURA	52: ESQUEMA METODOLÓGICO DE BRUNO MUNARI	66
FIGURA	53: ESQUEMA DE RODOLFO FUENTES	67
FIGURA	54: METODOLOGIA DESENVOLVIDA	68
FIGURA	55: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	70
FIGURA	56: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	70
FIGURA	57: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	71
FIGURA	58: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	71
FIGURA	59: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	72
FIGURA	60: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	72
FIGURA	61: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	73
FIGURA	62: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	73
FIGURA	63: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	74
FIGURA	64: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	74
FIGURA	65: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	75
FIGURA	66: GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	75
FIGURA	67: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARQUITETURA E MOBILIÁRIO	76
FIGURA	68: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARQUITETURA E MOBILIÁRIO	76
FIGURA	69: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARQUITETURA E MOBILIÁRIO	77
FIGURA	70: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARQUITETURA E MOBILIÁRIO	77
FIGURA	71: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARQUITETURA E MOBILIÁRIO	78
FIGURA	72: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARQUITETURA E MOBILIÁRIO	78
FIGURA	73: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARQUITETURA E MOBILIÁRIO	79
FIGURA	74: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARQUITETURA E MOBILIÁRIO	79
FIGURA	75: PADRONAGEM DA CATEGORIA PAISAGEM E ANIMAIS	80
FIGURA	76: PADRONAGEM DA CATEGORIA PAISAGEM E ANIMAIS	80
FIGURA	77: PADRONAGEM DA CATEGORIA PAISAGEM E ANIMAIS	81
FIGURA	78: PADRONAGEM DA CATEGORIA PAISAGEM E ANIMAIS	81
FIGURA	79: PADRONAGEM DA CATEGORIA PAISAGEM E ANIMAIS	82
FIGURA	80: PADRONAGEM DA CATEGORIA PAISAGEM E ANIMAIS	82
FIGURA	81: PADRONAGEM DA CATEGORIA PAISAGEM E ANIMAIS	83
FIGURA	82: PADRONAGEM DA CATEGORIA PAISAGEM E ANIMAIS	83
FIGURA	83: PADRONAGEM DA CATEGORIA PAISAGEM E ANIMAIS	84
FIGURA	84: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARTESANATO	84
FIGURA	85: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARTESANATO	85
FIGURA	86: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARTESANATO	85
FIGURA	87: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARTESANATO	86
FIGURA	88: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARTESANATO	86
FIGURA	89: PADRONAGEM DA CATEGORIA ARTESANATO	87
FIGURA	90: PALETA DE CORES INICIAL	88
FIGURA	91: ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARQUITETURA	89
FIGURA	92: ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARQUITETURA	90

FIGURA 93:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARQUITETURA	91
FIGURA 94:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARQUITETURA	92
FIGURA 95:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARQUITETURA	93
FIGURA 96:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARQUITETURA	94
FIGURA 97:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARTESANATO	95
FIGURA 98:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARTESANATO	96
FIGURA 99:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARTESANATO	97
FIGURA 100:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARTESANATO	98
FIGURA 101:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARTESANATO	99
FIGURA 102:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA ARTESANATO	100
FIGURA 103:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA PAISAGEM	101
FIGURA 104:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA PAISAGEM	102
FIGURA 105:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA PAISAGEM	103
FIGURA 106:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA PAISAGEM	104
FIGURA 107:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA PAISAGEM	105
FIGURA 108:	ESTUDO DE COR - CATEGORIA PAISAGEM	106
FIGURA 109:	ALTERNATIVA ESCOLHIDA - CATEGORIA ARQUITETURA	107
FIGURA 110:	ALTERNATIVA ESCOLHIDA - CATEGORIA ARTESANATO	107
FIGURA 111:	ALTERNATIVA ESCOLHIDA - CATEGORIA PAISAGEM	108
FIGURA 112:	NOVOS ESTUDOS DE COR - CATEGORIA PAISAGEM	108
FIGURA 113:	ALTERNATIVA FINAL - CATEGORIA PAISAGEM	109
FIGURA 114:	ALTERNATIVAS DE LOGOTIPO	111
FIGURA 115:	ALTERNATIVA SELECIONADA PARA AVALIAÇÃO	111
FIGURA 116:	ALTERNATIVA SELECIONADA PARA AVALIAÇÃO	112
FIGURA 117:	ALTERNATIVA SELECIONADA PARA AVALIAÇÃO	112
FIGURA 118:	TELA DE AVALIAÇÃO DE LOGOTIPO	113
FIGURA 119:	TELA DE AVALIAÇÃO DE LOGOTIPO	113
FIGURA 120:	TELA DE AVALIAÇÃO DE LOGOTIPO	114
FIGURA 121:	LOGOTIPO FINAL	114
FIGURA 122:	ALTERNATIVAS DE APLICAÇÃO EM JOGO DE LOUÇA – TEMA 115 ARQUITETURA	115
FIGURA 123:	ALTERNATIVAS DE APLICAÇÃO EM JOGO DE LOUÇA – TEMA 116 ARTESANATO	116
FIGURA 124:	ALTERNATIVAS DE APLICAÇÃO EM JOGO DE LOUÇA – TEMA 117 ARTESANATO	117
FIGURA 125:	ALTERNATIVA DE APLICAÇÃO EM JOGO AMERICANO – TEMA 118 ARQUITETURA	118
FIGURA 126:	ALTERNATIVA DE APLICAÇÃO EM JOGO AMERICANO – TEMA 118 ARTESANATO	118
FIGURA 127:	ALTERNATIVA DE APLICAÇÃO EM JOGO AMERICANO – TEMA 119 PAISAGEM	119
FIGURA 128:	ALTERNATIVA DE APLICAÇÃO EM PANO DE PRATO – TEMA 120 ARQUITETURA	120
FIGURA 129:	ALTERNATIVA DE APLICAÇÃO EM PANO DE PRATO – TEMA 121 ARTESANATO	121
FIGURA 130:	ALTERNATIVA DE APLICAÇÃO EM PANO DE PRATO – TEMA 122 PAISAGEM	122
FIGURA 131:	PROTÓTIPO DE JOGO DE LOUÇA – TEMA ARQUITETURA	123
FIGURA 132:	PROTÓTIPO DE JOGO DE LOUÇA – TEMA ARQUITETURA	124

FIGURA 133:	PROTÓTIPO DE JOGO DE LOUÇA – TEMA ARQUITETURA	124
FIGURA 134:	PROTÓTIPO DE JOGO DE LOUÇA – TEMA ARTESANATO	125
FIGURA 135:	PROTÓTIPO DE JOGO DE LOUÇA – TEMA ARTESANATO	125
FIGURA 136:	PROTÓTIPO DE JOGO DE LOUÇA – TEMA ARTESANATO	126
FIGURA 137:	PROTÓTIPO DE JOGO DE LOUÇA – TEMA PAISAGEM	126
FIGURA 138:	PROTÓTIPO DE JOGO DE LOUÇA – TEMA PAISAGEM	127
FIGURA 139:	PROTÓTIPO DE JOGO DE LOUÇA – TEMA PAISAGEM	127
FIGURA 140:	PROTÓTIPO DE PANO DE PRATO – TEMA ARQUITETURA	128
FIGURA 141:	PROTÓTIPO DE PANO DE PRATO – TEMA ARQUITETURA	129
FIGURA 142:	PROTÓTIPO DE PANO DE PRATO – TEMA ARTESANATO	129
FIGURA 143:	PROTÓTIPO DE PANO DE PRATO – TEMA ARTESANATO	130
FIGURA 144:	PROTÓTIPO DE PANO DE PRATO – TEMA ARTESANATO	130
FIGURA 145:	PROTÓTIPO DE PANO DE PRATO – TEMA PAISAGEM	131
FIGURA 146:	PROTÓTIPO DE PANO DE PRATO – TEMA PAISAGEM	131
FIGURA 147:	PROTÓTIPO DE PANO DE PRATO – TEMA PAISAGEM	132
FIGURA 148:	PROTÓTIPO DE PANO DE PRATO – CONJUNTO	132
FIGURA 149:	PROTÓTIPO DE JOGO AMERICANO – TEMA ARQUITETURA	133
FIGURA 150:	PROTÓTIPO DE JOGO AMERICANO – TEMA ARTESANATO	133
FIGURA 151:	PROTÓTIPO DE JOGO AMERICANO – TEMA PAISAGEM	134
FIGURA 152:	PROTÓTIPO DE JOGO AMERICANO – CONJUNTO	134
FIGURA 153:	PROTÓTIPO DE JOGO AMERICANO – CONJUNTO	134
FIGURA 154:	PROTÓTIPO DE ALMOFADA – TEMA ARQUITETURA	136
FIGURA 155:	PROTÓTIPO DE ALMOFADA – TEMA ARTESANATO	136
FIGURA 156:	PROTÓTIPO DE ALMOFADA – TEMA PAISAGEM	137
FIGURA 157:	PROTÓTIPO DE ALMOFADA – CONJUNTO	137

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01: TOTAL DE QUESTIONÁRIOS OBTIDOS	57
GRÁFICO 02: RESULTADOS DO ASPECTO DE ARQUITETURA E MOBILIÁRIO	57
GRÁFICO 03: RESULTADOS DO ASPECTO DE PAISAGEM	58
GRÁFICO 04: RESULTADOS DO ASPECTO DE CULINÁRIA.	59
GRÁFICO 05: RESULTADOS DO ASPECTO DE ANIMAIS	59
GRÁFICO 06: RESULTADOS DO ASPECTO DE ARTESANATO	60
GRÁFICO 07: RESULTADOS DO ASPECTO DE CULTURA	61
GRÁFICO 08: RESULTADOS DA VOTAÇÃO DE SUVENIRES	62

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	OBJETIVO GERAL	13
1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.3	JUSTIFICATIVA	13
1.4	METODOLOGIA	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1	DESIGN DE SUPERFÍCIE	16
2.2	CULTURA E DESIGN	20
2.3	COLÔNIA WITMARSUM	22
2.3.1	Histórico	22
2.3.2	Aspectos culturais: Panorama geral	24
2.3.3	Turismo	38
2.4	SUVENIR	39
2.4.1	Análise de similares	43
2.4.2	Suvenires em Witmarsum	47
2.5	RESULTADOS E ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS	55
2.6	CONCLUSÕES PRELIMINARES	62
3	CONCEITUAÇÃO DO PROJETO	65
4	DESENVOLVIMENTO	70
4.1	GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	70
4.2	ESTUDOS DE COR	87
4.3	MARCA	109
4.4	APLICAÇÃO	115
4.4.1	Prototipagem	122
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	139
	REFERÊNCIAS	141
	APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO	144

1 INTRODUÇÃO

O Design de Superfície é um termo recente no Brasil, tendo aqui sua origem no Rio Grande do Sul. Rütshilling (2008) define-o como uma atividade destinada à aplicação em superfícies considerando questões estéticas, funcionais e estruturais e sua relação sociocultural. Rubim (2004) considera o Design de Superfície qualquer projeto para uma superfície. São diversos os materiais e técnicas utilizadas nessa área do Design, e são eles que dão nomes às subdivisões da grande área.

A utilização de cores, formas e texturas na superfície, dá a ela, também, a função de comunicar, partindo do conceito de Strunck (2003) de que tudo o que se vê, comunica algo.

Uma característica que a superfície pode comunicar através de suas cores, formas e texturas é a cultura. Há uma interdependência entre os artefatos e a cultura: tanto a cultura é influenciada pelos artefatos, quanto os artefatos pela cultura, segundo Santos (2005).

Os costumes, o cotidiano, o idioma, a paisagem e a arquitetura são alguns dos elementos que compõe a cultura de determinado local. A partir destes elementos, pode-se compreender a cultura e orientar produções nas quais a intenção seja de representar tal cultura.

A Colônia Witmarsum, situada a 70km da cidade de Curitiba, foi fundada por imigrantes alemães-russos e nela são visíveis diversos aspectos culturais referentes à cultura germânica. O idioma, hábitos e arquitetura são os elementos reconhecidos mais facilmente e que constituem a identidade do local.

A difusão da cultura presente em Witmarsum faz crescer a atividade turística, ainda recente no local. Segundo definições do Ministério do Turismo (2004), o turismo caracteriza-se pelo deslocamento da pessoa para fora da área de residência, com motivação que não seja atividade remunerada. O segmento turístico que se aplica à Colônia Witmarsum é o Turismo Rural, que se define pela relação com as atividades rurais e valorização do patrimônio cultural e natural.

Sendo o turismo uma atividade diretamente relacionada ao consumo, tem-se o souvenir como principal objeto comercializado neste setor. A função de fazer lembrar as experiências vividas no local faz do souvenir um artefato carregado de

significados. Os significados atribuídos fazem menção a características selecionadas que representem o local e, também, contribuem para formação de sua identidade.

1.1 Objetivo geral

Desenvolver uma linha de padronagens/estampas tendo como inspiração a cultura da Colônia Witmarsum, em Palmeira, no Paraná e aplicá-la em suvenires.

1.2 Objetivos específicos

- Conceituar o Design de Superfície;
- Pesquisar relações entre cultura e Design de Superfície;
- Analisar a cultura alemã na Colônia Witmarsum;
- Estabelecer relação entre a cultura da Colônia Witmarsum e elementos possíveis de incluir em padronagem;
- Desenvolver uma linha de padronagens/estampas incluindo elementos associados à cultura da Colônia Witmarsum
- Pesquisar peças de turismo que tenham relação com a proposta
- Aplicar a padronagem em suvenirs, por exemplo: canecas, ecobags.
- Desenvolver identidade visual para o conjunto

1.3 Justificativa

A escolha do tema de pesquisa teve origem na ideia de contribuir cultural e economicamente para a Colônia Witmarsum. A localidade, formada por imigrantes alemães, apresenta culturas e tradições que merecem ser preservadas, valorizadas e divulgadas.

O desenvolvimento das padronagens/estampas envolvendo aspectos e elementos da própria colônia e aplicada em suvenires aos turistas, tem o intuito de fazer com que os próprios moradores valorizem o que está à sua volta e, ao mesmo tempo, despertar o interesse dos visitantes de valorizar a diversidade cultural que constitui o Brasil, contribuindo, inclusive, para um incremento na economia local.

A característica de pouca variedade de atividades na Colônia (destacam-se a agricultura e pecuária) também motivou a escolha do tema, na intenção de apresentar aos moradores um novo campo de atividades a ser investido. A padronagem criada poderá ser aplicada em diversos artefatos, e são estes artefatos a sugestão de produção para os habitantes, variando, assim, as atividades e possibilitando a contribuição na renda familiar.

É perceptível o aumento do número de visitantes em relação a alguns anos anteriores e este tem sido um fator de investimento da Colônia Witmarsum. Observa-se que os turistas passam em média uma tarde passeando, e a hipótese para tal característica é a falta de opções turísticas. Assim, poderiam ser criadas mais atrações para preencher o tempo disponível dos visitantes. Aliado a isso, divulgar a Colônia e sua cultura de forma diferenciada, como está proposto neste trabalho.

1.4 Metodologia

O projeto iniciou com a fundamentação teórica, abordando os temas de Design de Superfície, Cultura e Design e os aspectos culturais da Colônia Witmarsum. Baseou-se na revisão de literatura, artigos de congressos, entrevistas e registro fotográfico.

A segunda etapa do trabalho foi a aplicação do questionário referente a aspectos culturais da Colônia Witmarsum, o qual está apresentado no apêndice A e analisado no item 2.5 do presente trabalho. O questionário foi aplicado através de pesquisa online denominada Qualtrics (www.qualtrics.com) e obteve o total de 123 respostas, sendo 29 de turistas, 93 de moradores da colônia e 1 que não selecionou nenhuma opção. Destes, treze (13) respostas foram anuladas, pois não foram efetivamente respondidas (o critério de avaliação da validade dos questionários foi a

obrigatoriedade de resposta de, pelo menos, três das quatro questões apresentadas), resultando em 26 questionários de turistas e 84 de moradores da colônia válidos. Foi feita a tabulação das respostas adquiridas e a partir destes resultados, foi definida a conceituação do projeto: o que será criado, quantas variedades e qual a sua aplicação. O detalhamento metodológico será abordado no item 3.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os tópicos abordados neste capítulo tratam do Design de Superfície, da relação entre Cultura e Design e uma abordagem da Colônia Witmarsum, enfatizando seus aspectos culturais, o turismo e suvenires.

2.1 Design de Superfície

O termo Design de Superfície é recente no Brasil e tem suas raízes no Rio Grande do Sul. Define-se, segundo Rütshilling (2008, p.22) como

uma atividade criativa e técnica que se ocupa com a criação e desenvolvimento de qualidades estéticas, funcionais e estruturais, projetadas especificamente para constituição e/ou tratamentos de superfícies, adequados ao contexto sócio-cultural e às diferentes necessidades e processos produtivos.

Já para Rubim (2004, p. 34), o design de superfície pode ser considerado todo projeto para uma superfície, independente de sua natureza.

Por superfície entende-se o objeto em que as medidas de comprimento e largura são expressivamente maiores do que a espessura, além de apresentar resistência física (RÜTSCHILLING, 2008, p. 24). Sendo assim, diversos materiais podem ser utilizados nos projetos de Design de Superfície: tecido, papel, cerâmica, materiais sintéticos e outros. Estes materiais definem algumas áreas de atuação do Design de Superfície. Na papelaria, as estampas criadas se aplicam a papeis de embrulho, embalagens e produtos descartáveis, por exemplo.

A área têxtil é considerada a maior área e com maior número de técnicas e subdivide-se em: estamparia, tecelagem, Jacquard, malharia e tapeçaria. No setor de cerâmica, os exemplos são os revestimentos para parede e pisos. A “fórmica” é o exemplo de atuação do design de superfície em materiais sintéticos (RÜTSCHILLING, 2008, p. 31-41).

Percebe-se que são inúmeras as opções de aplicação do Design de Superfície porém uma metodologia específica para seus projetos ainda não está consolidada.

Levinbook (2008, p. 18) traz uma interessante reflexão a respeito da interferência visual de uma superfície:

Um papel em branco, texturado ou não, é uma superfície. Na medida em que esta folha de papel recebe informações impressas em sua superfície, ou ainda, através de texturas diversas que compõe sua aparência e característica visual tátil, o projeto vai se configurando por meio de uma determinada representação visual.

Percebe-se que os detalhes compondo a superfície caracterizam a representação e tal característica se relaciona com a afirmação de que “tudo o que vemos nos comunica alguma coisa. Cores, formas, texturas. Um enorme e complexo universo de pequenos detalhes se combina para trazer-nos informações processadas instantaneamente por nossos cérebros” (STRUNCK, 2003; p. 52). Portanto, o design de superfície, ao apresentar um conjunto de formas, cores e texturas também tem a função de comunicar.

Pode-se associar os detalhes citados por Strunck aos elementos visuais que compõem a superfície. São eles:

- figuras ou motivos: formas não-interrompidas que aparecem com bastante frequência e são percebidas em primeiro plano;
- elementos de preenchimento: preenchem planos ou camadas e estabelecem a ligação entre os elementos;
- elementos de ritmo: configuração, posição e cor dos elementos no espaço dando efeito de continuidade e contiguidade.

A continuidade e contiguidade são características responsáveis pela sequencia ordenada e contínua dos elementos visuais e harmonia visual na vizinhança dos módulos. O módulo é a menor parte de uma padronagem, que inclui todos os elementos constituintes do desenho e estabelece a composição visual. A disposição dos elementos dentro do módulo e o modo de encaixe da repetição deles geram diferentes alternativas de composição visual da padronagem. (RÜTSCHILLING, 2008, p. 61-65).

Lupton e Phillips (2008, p. 186) utilizam a classificação de pontos, faixas e *grids* como elementos constituintes de uma padronagem. O ponto é qualquer forma isolada que, repetida e alinhada, pode formar a faixa. A faixa pode, também, ser uma linha sólida. A interação entre pontos e faixas origina o *grid*. A forma do *grid* gera uma textura que subverte as características das formas isoladas. “Imagine um campo de flores silvestres. Ele é composto de organismos individuais espetaculares que contribuem para o todo do sistema” (LUPTON, PHILLIPS, 2008, p. 186).

A figura 01 exemplifica os sistemas de repetição dos módulos, segundo Rütshilling (2008, p. 68-70). Sistemas alinhados conservam o alinhamento das células e a variação de posição dentro da célula se dá por translação, rotação e reflexão.

Os sistemas não-alinhados possibilitam o deslocamento das células e podem apresentar as mesmas variações de translação, rotação e reflexão. Sistemas progressivos caracterizam-se por mudanças gradativas no tamanho das células.



Figura 01 – Sistemas de Repetição.
Fonte: RÜTSCHILLING, 2008, p. 69

O trabalho desenvolvido pelo SEBRAE (2004) traz exemplos de desdobramentos de alguns ícones apresentados no projeto, nos quais é possível identificar os sistemas de repetição já citados.

As seguir são apresentados alguns destes exemplos, utilizando como módulo a Araucária. Na figura 02 é perceptível o sistema não-alinhado, uma vez que a origem de cada módulo é deslocada, e também a operação de reflexão.



Figura 02 – Exemplo de desdobramento em preto e branco.
Fonte: SEBRAE, 2004, p. 83

O próximo exemplo (figura 03) demonstra o efeito de rotação do módulo em um sistema não-alinhado.

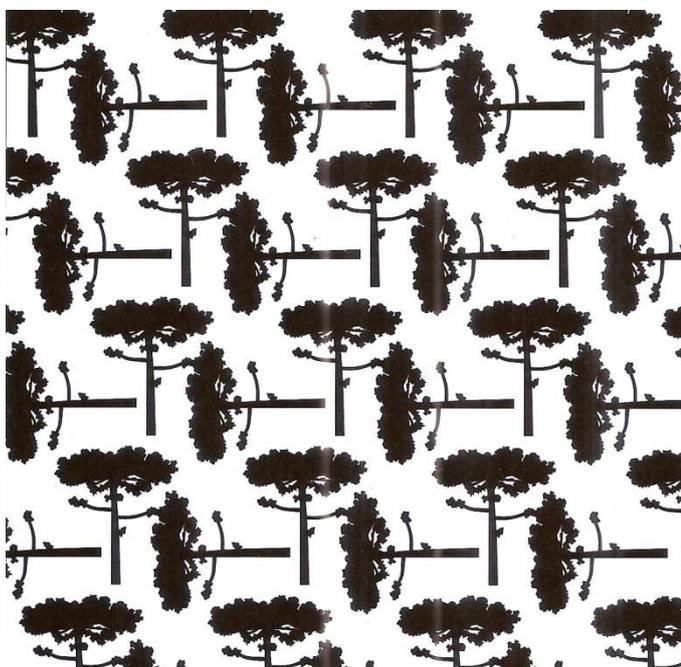


Figura 03 – Exemplo de desdobramento em preto e branco.
Fonte: SEBRAE, 2004, p. 83

A figura 04 exemplifica a operação de rotação, reflexão e apresenta mudança no tamanho dos módulos.

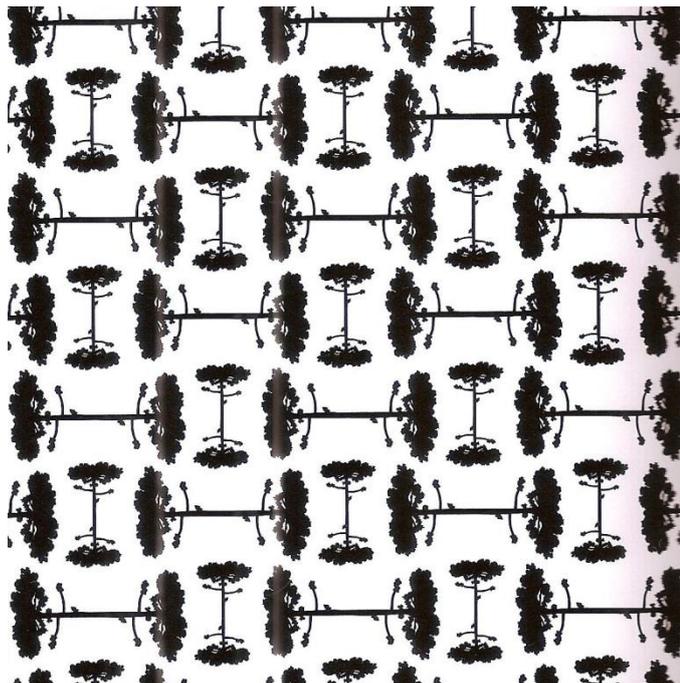


Figura 04 – Exemplo de desdobramento em preto e branco.
Fonte: SEBRAE, 2004, p. 84

Nota-se que o efeito visual causado é determinado pela escolha do sistema utilizado e as diferentes formas de composição do módulo geram resultados muito diversos. Sendo assim, destaca-se a importância do domínio dos sistemas de alinhamento por parte do profissional, pois esta é a ferramenta fundamental para obtenção dos diversos efeitos possíveis.

Além do domínio das técnicas, é importante considerar o contexto cultural e se ater às características dos usuários e consumidores para o desenvolvimento do projeto (RÜTHSCHILLING, 2006, p. 55). Para tanto, faz-se necessário o entendimento da cultura e suas implicações no Design.

2.2 Cultura e Design

A cultura pode ser interpretada como busca de significado para explicar os sujeitos de um local. Não só comportamentos, costumes, tradições, hábitos, mas um conjunto de mecanismos de controle, planos, regras, instruções e programas para governar o comportamento humano.

Entender a cultura de uma comunidade é necessário para compreender suas produções, uma vez que se encontram extremamente ligadas. Assim, considerando o design como produção de uma comunidade, é relevante observar as relações que se estabelecem entre a cultura e o design.

A cultura, segundo Ono (2006, p.3),

encontra-se essencialmente vinculada ao processo de formação das sociedades humanas, numa relação de simbiose, interdependente e dinâmica que acompanha o desenvolvimento dos indivíduos e grupos sociais, expressando sua linguagem, seus valores, gestos e comportamentos, enfim, sua identidade.

Ou seja, a identidade de uma sociedade é construída por meio do seu cotidiano, relevando as questões de linguagem, valores e comportamentos e mudando ao longo do tempo.

“A paisagem, a arquitetura, a riqueza da fauna e flora, as manifestações folclóricas, o traço do povo, tudo isto são marcas de uma cultura, tudo isto conta a história de um povo” (SEBRAE, 2004, p. 7). Nota-se a existência de vários elementos que definem a particularidade de cada grupo. Estes elementos podem ser destacados ao analisar uma cultura, porém “a análise da cultura não se reduz à análise de seus elementos dados como materiais e concretos” (VILLAS-BOAS, 2002, p. 15). Sendo assim, há de se considerar os elementos subjetivos que compõem tais elementos formadores da cultura.

Segundo Ono “o contexto social, cultural e econômico exerce uma grande influência sobre os valores, pensamentos e ações dos indivíduos, e, extensivamente, sobre o julgamento e uso dos objetos pelos mesmos, moldando os hábitos de consumo” (ONO, 2006, p. 38). Assim, os artefatos inseridos em uma cultura influenciam sua prática e hábitos. Tal relação também se dá no sentido inverso, uma vez que os artefatos também são influenciados pela cultura, como salienta Santos: “de acordo com as transformações na sociedade, alguns artefatos deixam de ser usados e desaparecem, outros vão sendo atualizados conforme novas necessidades, novas maneiras de pensar, de agir e novas tecnologias disponíveis” (SANTOS, 2005, p. 29). Portanto, nota-se a interdependência entre os fatores cultura e artefatos.

Segundo Strunk (2003; p. 43) a humanidade faz uso de símbolos para se expressar, desde a antiguidade, representando seu cotidiano e fatos sobrenaturais,

como o sol e a lua, por exemplo. A representação por meio de símbolos também se relaciona com a formação de cultura, pois “para perceber o significado de um símbolo é necessário conhecer a cultura que o criou” (LARAIA, 2006; p. 56). Ou seja, as produções internas de uma comunidade, sejam objetos ou produções visuais, relacionam-se diretamente com sua própria cultura e sua correta interpretação depende do conhecimento da cultura local.

“Entendemos que o designer deve buscar o passado cultural por meio de signos e símbolos socioculturais para ajudá-lo a buscar o desenvolvimento de novas tecnologias e ajudá-lo a obter consciência identificadora da cultura local” (DESIGN E PLANEJAMENTO, p. 35). Assim, buscar compreender o histórico de um local, tomando como ferramenta o estudo de seus símbolos, auxilia na criação de novos artefatos baseados no seu conceito cultural.

2.3 Colônia Witmarsum

Os aspectos históricos, culturais e turísticos da Colônia Witmarsum formam a base na qual se estruturará o desenvolvimento do projeto de padronagem pretendido neste trabalho. Portanto, os tópicos seguintes abordam estes aspectos a fim de orientar a solução do problema de pesquisa.

2.3.1 Histórico

A Colônia Witmarsum está situada a 70km de Curitiba, na BR277, km 146 e pertence ao município de Palmeira, no Paraná.

A Colônia Witmarsum surgiu no ano de 1951, quando um grupo de 60 famílias menonitas compraram a fazenda Cancela, do Senador Roberto Glaser, a fim de obter terras melhores para se estabelecer. Estas famílias já moravam em outra colônia menonita no Estado de Santa Catarina, mas estavam insatisfeitas com sua localização.

O nome dado à Colônia é o mesmo da cidade na Frísia, norte da Holanda, em que Menno Simons, líder espiritual dos menonitas, nasceu. Significa “Chácara do Witmar” ou “a chácara do famoso das florestas” (Witmar = o famoso das florestas; sum = pomar ou chácara).

Os 7800 hectares de terra foram divididos em 128 chácaras e, na época, ninguém podia comprar ou vender terras sem autorização da Cooperativa, o que evitou a imigração de pessoas não menonitas.

Quanto ao número de habitantes, o levantamento de 1965 apontou 127 famílias, totalizando 691 indivíduos. Em 2010, a estimativa é de 2000 moradores, sendo 1200 descendentes dos imigrantes menonitas e 800 de outras regiões. A economia baseia-se na pecuária leiteira, além da criação de frangos e porcos para abate e plantações de milho, soja e trigo.

No ano de 1952 foi fundada a Cooperativa Mista Agropecuária Witmarsum LTDA que objetivava a união dos moradores e o apoio e proteção de seus interesses econômicos. Em 2010 o número de sócios é de 310 e a fabricação de ração, fabricação de queijos, armazenagem e recepção de grãos e a assistência técnica veterinária e agrônômica foram incluídas nas atividades da Cooperativa. A escola, o hospital e o museu da Colônia são propriedades da Cooperativa.

As questões culturais e sociais da comunidade são mantidas pela Associação Comunitária dos Moradores Proprietários de Witmarsum, fundada em 1988. A contribuição dos moradores é que mantém as estradas, atividades esportivas e também o Colégio Fritz Kliewer.

O Colégio Fritz Kliewer foi fundado um ano após a instalação da comunidade e inicialmente era formado apenas por professores e alunos menonitas. Esta situação não se manteve, pois aumentou o número de pessoas de origem étnica não-alemã na comunidade. A oferta de aulas de língua alemã e de religião refletem a valorização de princípios cristãos e da cultura menonita.

A colônia adquiriu outras áreas para expansão de suas atividades: em 1980, a Colônia Primavera (PR), em 1984 uma área na divisa entre Bahia e Tocantins e em 1990 uma área chamada “Sinuelo” (PR).

A Colônia Witmarsum passou por dificuldades econômicas, mas atualmente tem sua economia estruturada. O investimento no turismo, nos últimos anos, tornou-se alternativa de renda para várias famílias e possibilitou uma abertura maior da comunidade aos visitantes.

O uso da língua portuguesa nas aulas da escola e os jovens que saem da colônia para fazer um curso superior são fatores significativos que denotam uma fase de transição cultural da comunidade. (DÜCK, 2011; p. 86-91)

2.3.2 Aspectos culturais: Panorama geral

A fim de representar um panorama geral da Colônia Witmarsum, evidenciando suas paisagens e construções, foi realizado um registro fotográfico de alguns pontos selecionados.

A sequência das fotografias apresentadas representa o trajeto feito pela Avenida Ernesto Geisel, a única via asfaltada da Colônia, começando na entrada pela BR 376.

A figura 05 demonstra a paisagem observada no início da trajetória. Predominam as cores verde e marrom e é notória a característica de campos abertos e presença de araucárias. As figuras 06, 07 e 08 seguintes evidenciam a mesma característica.



Figura 05 – Entrada da Colônia pela BR 376.
FONTE: acervo da autora, 2014.



Figura 06 – Paisagem próxima à entrada pela BR 376.
FONTE: acervo da autora, 2014.



Figura 07 – Paisagem próxima à entrada pela BR 376.
FONTE: acervo da autora, 2014.



Figura 08 – Detalhe de Araucárias.
FONTE: acervo da autora, 2014.

As próximas figuras 09 e 10 demonstram a atividade leiteira e agropecuária da colônia, presente em praticamente todas as propriedades. Campos de plantação, armazenamento de silagem para o gado, vacas pastando, galpões e salas de ordenha são os principais elementos que representam a atividade econômica da Colônia Witmarsum.



Figura 09 – Campos de plantação.
FONTE: acervo da autora, 2014.



Figura 10 – Propriedade na Colônia com galpões e vacas ao fundo.
FONTE: acervo da autora, 2014.

A figura 11 representa um dos principais cultivos da colônia, o milho, o qual é também utilizado para trabalhos artesanais.



Figura 11 – Plantação de milho.

FONTE: Acervo pessoal de Rogério Dyck¹, 2014.

A figura 12 é a principal referência da arquitetura da Colônia Witmarsum. Mesmo sendo poucas construções do estilo, é o que se destaca e chama a atenção de quem visita, pois tem as características de casas típicas alemãs.



Figura 12 – Casa no centro da Colônia.

FONTE: acervo da autora, 2014.

¹ Fotografia não publicada, cedida pessoalmente pelo fotógrafo.

A Igreja Evangélica Menonita, da figura 13, foi construída pelos pioneiros da colônia e representa a valorização da religião por eles. Neste aspecto a cultura ainda se mantém, com cultos aos domingos, no idioma alemão, com pastores da própria comunidade.



Figura 13 – Igreja Evangélica Menonita de Witmarsum.
FONTE: acervo da autora, 2014.

A figura 14 está mostrando o estilo do cemitério localizado em Witmarsum, diferente dos cemitérios convencionais de cidades.

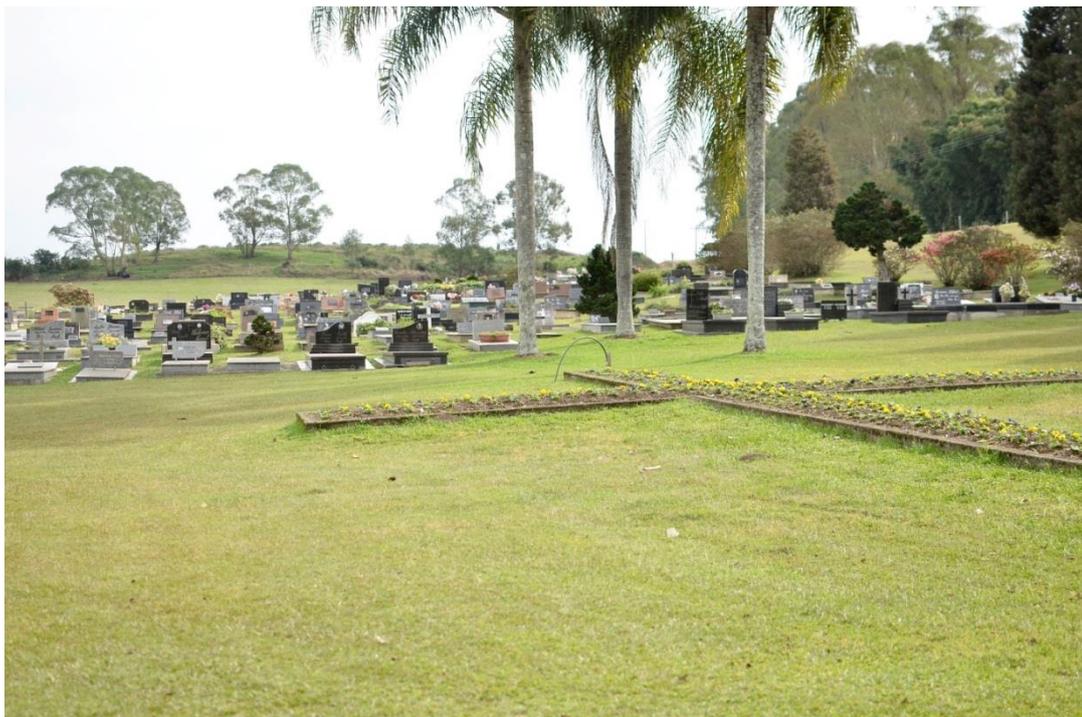


Figura 14 – Cemitério da Colônia Witmarsum.
FONTE: acervo da autora, 2014.

O estabelecimento mais recente construído no centro da colônia (em 2013), representado na figura 15, apresenta as mesmas características da casa citada anteriormente. Nela, porém, há maior uso das linhas remetendo à madeira aparente e as janelas e portas são em madeira, diferente da casa da figura 12.



Figura 15 – Construção do PIT (Ponto de Informações Turísticas).
FONTE: acervo da autora, 2014.

O lago em frente ao Hospital (figura 16) constitui um importante ponto de referência em termos de localização. É comum a orientação referindo-se ao lago (por exemplo: passe o lago e vire à direita).



Figura 16 – Lago em frente ao Hospital.
FONTE: acervo da autora, 2014.

O Museu Histórico (figura 17) é a construção original do centro da colônia, que já foi residência, hospital e depois estabeleceu-se como museu, contendo diversos artefatos contando a história da formação da colônia. Uma característica interessante em sua construção são os lambrequins (detalhes em madeira aplicados nps beirais dos telhados), que imediatamente remetem à arquitetura alemã e polonesa.



Figura 17 – Museu Histórico de Witmarsum.
FONTE: acervo da autora, 2014.

A casa da figura 18 destaca-se principalmente pelo grande jardim e ausência de grandes muros. Estas são características presentes na maioria das residências de Witmarsum.



Figura 18 – Casa de colonos.
FONTE: acervo da autora, 2014.

Assim como já demonstrado anteriormente, as figuras 19 e 20 também remetem à atividade agropecuária da Colônia, marcada principalmente pela presença de gado leiteiro.



Figura 19 – Vaca próxima à cerca.
FONTE: acervo da autora, 2014.



Figura 20 – Vacas pastando às margens da avenida.
FONTE: acervo da autora, 2014.

A figura 21 é uma fotografia da paisagem próxima à entrada da Colônia pela BR 277. Grandes árvores à beira do asfalto, marcando mais um elemento representativo da Colônia Witmarsum.

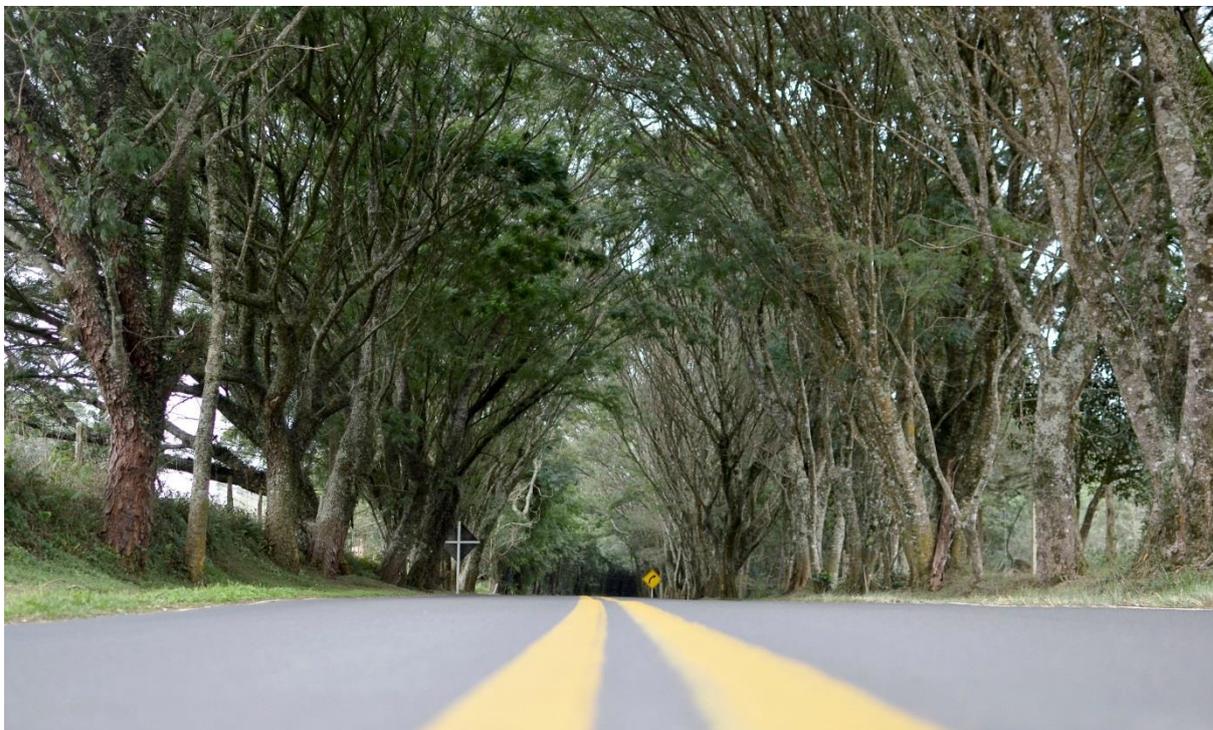


Figura 21 – Trecho da avenida próximo à BR 277.
FONTE: acervo da autora, 2014.

A partir das fotos apresentadas, alguns aspectos são facilmente identificados. A começar pela paisagem, há predominância das cores verde e marrom por conta das espécies de plantas existentes. As cercas com postes de madeira e arame repetem-se em cada propriedade. Araucárias também estão bastante presentes, como é visto nas figuras 07 e 08. Outra característica observada são os grandes jardins bem cuidados.

Em relação à arquitetura, os pontos identificados que se assemelham à arquitetura alemã apresentam a arquitetura enxaimel (em alemão *Fachwerk*), que “caracteriza-se por seus grandes telhados e pela madeira aparente na fachada” (SENAC, 2014). A casa da figura 12 exemplifica estas características e por localizar-se em frente à avenida principal no centro da Colônia é casa a mais vista e lembrada.

Tendo estabelecido o panorama geral de Witmarsum, são apresentados a seguir alguns detalhes que necessitam de aproximação, pois caracterizam-se pela

possibilidade de sintetização gráfica para criação da padronagem pretendida. É preciso dedicar atenção aos detalhes que compõe o visual geral para guiar o desenvolvimento de desenhos inspirados por ele.

As figuras 22 e 23 enfatizam a característica arquitetônica já comentada anteriormente. Bases retangulares subdivididas em triângulo, representando a estrutura da construção, e telhados triangulares criam formas marcantes para o estilo arquitetônico observado na colônia.



Figura 22 – Lambrequins e elementos arquitetônicos.
FONTE: acervo da autora, 2014.



Figura 23 – Efeito visual das linhas na arquitetura.
FONTE: acervo da autora, 2014.

As figuras 24 e 25 mostram o detalhe dos lambrequins, outro elemento arquitetônico presente em algumas construções. Nota-se a particularidade do formato que, dependendo da sua disposição (por exemplo na diagonal), gera diferentes efeitos visuais, e essa versatilidade inspira a possibilidade de criação de um padrão.



Figura 24 – Detalhe de lambrequins do Museu de Witmarsum.
FONTE: acervo da autora, 2014.



Figura 25 – Detalhe de lambrequins e telhado do Museu de Witmarsum.
FONTE: acervo da autora, 2014.

Por último, o formato criado na amarração da cortina na janela em conjunto com o formato da porta (figura 26) também cria possibilidade de elementos a serem incluídos na padronagem para representação da Colônia Witmarsum.



Figura 26 – Detalhe da porta do Museu.
FONTE: acervo da autora, 2014.

2.3.3 Turismo

O Ministério do Turismo (2014) traz em seu glossário o turismo definido como “conjunto de relações e fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do lugar de domicílio, desde que tais deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa.” Assim, observa-se que é necessário que haja o deslocamento da pessoa para fora da área em que reside, para que se caracterize o turismo. Além disso, a motivação não deve ser uma atividade remunerada, como por exemplo, o lazer. As diferentes atividades turísticas determinam a existência de diversos tipos de Turismo, e entre eles está o Turismo Rural.

Ainda para o Ministério do Turismo (2004; p. 11), “Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. Segundo essa definição, nota-se o interesse turístico em atividades próprias do cotidiano da sociedade rural e a possibilidade de aumento da renda da população pelo valor agregado aos produtos. A cultura é outro fator interessante aos turistas, pela possibilidade de conhecer o cotidiano, costumes e hábitos da comunidade rural e adquirir uma nova experiência a ser compartilhada.

O Ministério do Turismo (2004; p. 28) apresenta algumas características gerais dos turistas do segmento Rural. Entre elas, pode-se citar a idade entre 20 e 55 anos, moradores de grandes centros urbanos, que possuem veículo particular para se deslocar. Além disso, valorizam a culinária, o artesanato e produtos regionais. É importante conhecer o público visitante para que os estabelecimentos possam adequar suas atividades e atrativos, melhorando seus serviços e atendimento.

Diversas atividades podem ser praticadas por turistas no âmbito rural: atividades agropecuárias, atividades de transformação, atividades ecoturísticas, aventura, atividades interativas com gado, pesca, atividades esportivas, atividades pedagógicas, culturais e recreativas (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004).

A Colônia Witmarsum, se enquadra no setor do Turismo Rural, por suas características geográficas, seus costumes e atividades.

O Turismo em Witmarsum é uma atividade que vem crescendo nos últimos anos. Por se tratar de algo relativamente novo, ainda são poucas as atrações. Além disso, investir no Turismo é visto como uma atividade de risco pelos moradores, acostumados com a agropecuária, mais consolidada e garantida.

Atualmente, existem 16 estabelecimentos relacionados ao Turismo. São 3 restaurantes, 3 cafés coloniais, 4 pousadas, 3 lojas de artigos de decoração e 1 museu, 1 pizzaria e 1 empresa que realiza passeios de trator. Em visita às lojas de artigos de decoração, nota-se a quantidade reduzida de souvenirs à venda em tais estabelecimentos. Os souvenirs encontrados são cartões postais com paisagens da Colônia ou produtos com referência alemã. Assim, percebe-se o campo de possibilidade de trabalho nesta área, visto que não há inovação nos produtos ofertados.

“O turismo é um fenômeno profundamente marcado pelo consumo, seja de bens materiais ou imateriais. Um dos principais objetos de consumo constitutivos da experiência do turista é o souvenir” (MACHADO, SIQUEIRA, 2008; p. 3). Assim, vale o investimento em criação de produtos com significado para o local e que seja atrativo para o turista consumir a fim de relembrar as experiências vividas.

2.4 Souvenir

Segundo Machado e Siqueira (2008), temos o souvenir como um símbolo ou signo, constituído de significado e relacionado a alguma experiência turística. A seleção de alguns aspectos locais para identificação contribui para a formação de estereótipo do local, pois não abrange todos os aspectos presentes.

Os souvenirs tem a função de informar sobre o local e, para isso, fazem uso das identificações. Portanto é necessário estudar os diversos aspectos presentes em uma sociedade ou local para orientar a criação de um objeto que possa representá-lo.

O estudo de Horodyski, Manosso e Gândara (2013) aponta a relação do comércio de suvenires com a sua localização e demanda de turistas. Especificamente para o caso de Curitiba, foi identificada maior circulação de turistas nos pontos turísticos pertencentes à rota da Linha Turismo (trajeto de ônibus pelos principais pontos turísticos da cidade) gerido pela URBS (Urbanização de Curitiba S.A.).

Os estabelecimentos de venda de suvenires beneficiados com o fluxo de turistas são os que se localizam próximos aos pontos do roteiro turístico. Estes fatores demonstram a necessidade de se comercializar tais produtos no entorno da atividade turística, pois é o local no qual o turista fará sua compra. A própria compra do souvenir pode ser considerada uma experiência turística, pois através dela ocorrem as trocas entre os turistas e moradores locais.

Em entrevista do DesignBrasil, Patrícia Albanez, consultora do SEBRAE/PR e gestora do Projeto Souvenir Curitiba, destaca a importância do designer na concepção de suvenires: “O designer acrescenta muito ao souvenir ao trazer a ele, de acordo com as tendências de mercado, a questão do emocional. Porque ao comprar um souvenir, o emocional é muito importante, a pessoa quer olhar praquele objeto e ter uma boa lembrança do lugar visitado – e o bom design propicia isso, né?” (DESIGNBRASIL, 2014).

Um exemplo de referência de souvenir como projeto de design é a coleção MON da empresa Lupi Design, empresa que tem como objetivo transformar cultura em estampa (LUPI DESIGN, 2014). Foram desenvolvidos porta-copos, jogo americano e almofadas baseados na construção do Museu Oscar Niemeyer, um referencial turístico da cidade de Curitiba-PR. As peças estão disponíveis na loja do Museu. As figuras 27, 28 e 29 são algumas das peças desenvolvidas.



Figura 27 – Porta-copos em acrílico da coleção MON.
FONTE: LUPI DESIGN, 2014



Figura 28 – Almofadas da coleção MON.
FONTE: LUPI DESIGN, 2014.



Figura 29 – Jogo Americano da coleção MON.
FONTE: LUPI DESIGN, 2014.

Outra coleção criada pela Lupi Design e relacionada ao comércio de souvenirs é o conjunto de lenços com estampas da cidade de Curitiba. Destacam-se elementos como o pinhão e as estações-tubo, exclusivas da cidade e bastante características. Abaixo uma amostra da coleção (figura 30).



Figura 30 – Lenços com o tema Curitiba.
FONTE: LUPI DESIGN, 2014.

2.4.1 Análise de similares

A fim de obter informações mais detalhadas e específicas de suvenires, faz-se necessária a análise de similares. Para tanto, foram analisados alguns itens disponíveis na loja “Leve Curitiba”, localizada na Rodoferroviária de Curitiba. A seleção dos itens fotografados seguiu o critério de maior proximidade com a proposta do presente trabalho.

O primeiro produto analisado é um bloco de anotações com encadernação artesanal, apresentado na figura 31. Suas folhas não são pautadas, a capa é em tecido serigrafado com figuras de pontos turísticos da cidade de Curitiba. Na contracapa estão impressos os desenhos que compõe a estampa, com a legenda de qual ponto turístico representam, conforme figura 32. Seu preço de venda é de R\$ 24,00.



Figura 31 – Bloco de anotação
FONTE: Acervo da autora, 2014.

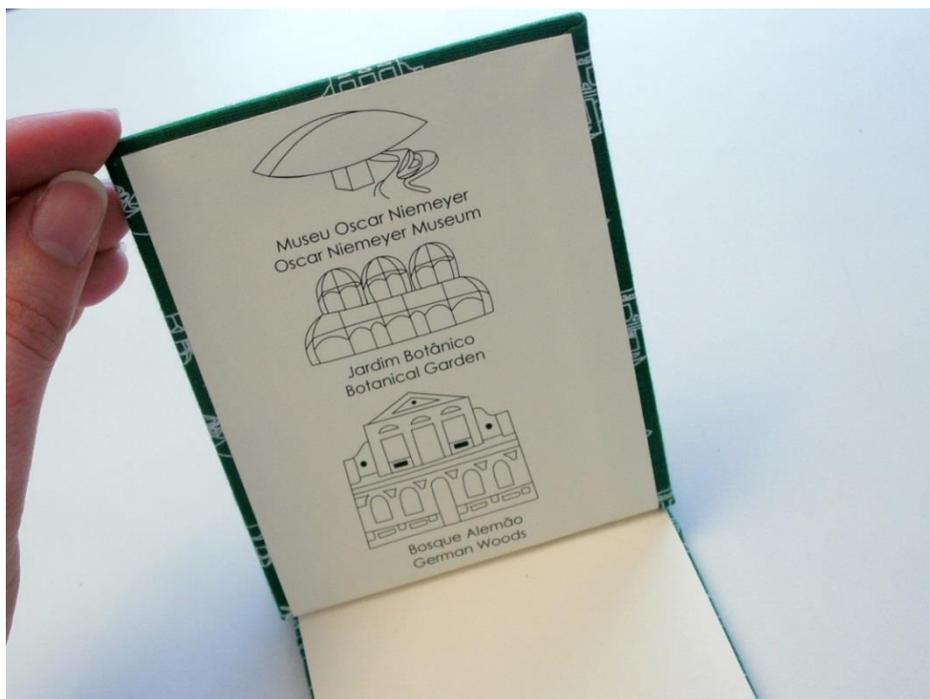


Figura 32 – Contra-capa do bloco de anotação
FONTE: Acervo da autora, 2014.

Como segundo produto analisado, na figura 33, tem-se a toalha de lavabo com o principal cartão-postal da cidade: o Jardim Botânico. O desenho é simplificado, assim como também a estampa do bloco apresentado anteriormente. Nota-se a utilização de diferentes tons da cor marrom para composição do bordado, sem interferência de outras cores. Seu preço é de R\$ 16,00.



Figura 33 – Toalha com o tema do Jardim Botânico
FONTE: Acervo da autora, 2014.

A figura 34 é a fotografia de uma caneca, um artefato bastante comum na área de souvenirs. Nela está representado o Parque Tanguá (em Curitiba) em formas simplificadas e utilizando cores fortes e marcantes para reconhecimento do local. Uma característica comum aos três produtos analisados é a representação das formas totais, ou seja, a construção inteira e não os seus detalhes isolados.



Figura 34 – Caneca Parque Tanguá
FONTE: Acervo da autora, 2014.

Porta-copos são produtos práticos e interessantes para serem comercializados como souvenirs. A figura 35 é o exemplo de alguns modelos encontrados com temas de Curitiba. Há utilização de fotografias e o nome do local escrito sobre fundo branco. A peça é feita em acrílico, garantindo a conservação da impressão.



Figura 35 – Porta-copos de Curitiba
FONTE: Acervo da autora, 2014.

Por último, na figura 36, tem-se a almofada com a estampa do tecido do mapa de Curitiba com alguns pontos turísticos destacados. O desenho foi feito a mão, em preto e branco e dá um estilo jovial e divertido ao produto. Seu preço de venda é de R\$ 40,00.



Figura 36 – Almofada de Curitiba.
FONTE: Acervo da autora, 2014.

Analisando tais produtos, nota-se a infinidade de possibilidades de criação no segmento de souvenirs. Diversos materiais e processos são utilizados, várias são as utilidades dos produtos e a característica comum a todos é a representação da cidade de uma forma que possa ser levada e lembrada pelos turistas. Uma característica notada nos produtos analisados é a representação dos elementos arquitetônicos. Possivelmente as construções são os elementos mais marcantes em cada ponto turístico e por isso baseiam a criação das representações.

2.4.2 Souvenirs em Witmarsum

Os produtos oferecidos para turistas na Colônia Witmarsum baseiam-se em artesanato local, cartões postais e artefatos de decoração. Em visita às lojas, buscou-se identificar os produtos que tivessem claramente algum identificador do local para ser considerado um souvenir.

A primeira loja visitada foi a “Toll Witmarsum” e a figura 37 mostra a sua fachada. A loja oferece diversos produtos de decoração, mas poucos produtos relacionados diretamente com a Colônia Witmarsum.



Figura 37 – Fachada da loja Toll Witmarsum
FONTE: Acervo da autora, 2014.

O primeiro souvenir encontrado na loja Toll foi o cartão postal. A figura 38 mostra os modelos de cartões postais confeccionados em papel reciclado com fotos de pontos específicos da Colônia. As figuras 39, 40, 41 e 42 mostram os detalhes de textura dos produtos. De custo relativamente baixo, o cartão postal é um produto corriqueiro na área de souvenirs.



Figura 38 – Cartões postais de Witmarsum
FONTE: Acervo da autora, 2014.



Figura 39 – Frente de Cartão Postal de Witmarsum
FONTE: Acervo da autora, 2014.



Figura 40 – Verso de Cartão Postal de Witmarsum
FONTE: Acervo da autora, 2014.



Figura 41 – Frente de Cartão Postal de Witmarsum
FONTE: Acervo da autora, 2014.



Figura 42 –Verso de Cartão Postal de Witmarsum
FONTE: Acervo da autora, 2014.

Foram encontrados artefatos de decoração que continham a inscrição com o nome da Colônia Witmarsum. São casinhas de diversos modelos, sendo porta-chaves ou termômetros. Nota-se a intenção de representar os aspectos da cultura, costumes e arquitetura alemãs, porém seu formato não condiz com o que se encontra fisicamente da Colônia Witmarsum. Na figura 43 tem-se três dos modelos disponíveis destes objetos.



Figura 43 – Casinha-termômetro de Witmarsum.
FONTE: Acervo da autora, 2014.

Relógios-Cuco são objetos tradicionalmente alemães e representam sua cultura. São artefatos bastante sofisticados pela madeira bem trabalhada e bem-acabada. Mesmo não encaixando-se na categoria de souvenir, podem lembrar ao turista a experiência vivida na Colônia Witmarsum ao comprar o objeto. Alguns dos modelos disponíveis são apresentados na figura 44.



Figura 44 – Relógios-Cuco em Witmarsum.
FONTE: Acervo da autora, 2014

A segunda loja visitada é a “JJ Artes”, mostrada na figura 45.



Figura 45 – Fachada da loja JJ Artes
FONTE: Acervo da autora, 2014

A loja oferece produtos do artesanato local, os quais são representados nas figuras 46, 47 e 48. São eles: bonecas de palha, pintura no estilo “*Bauernmalerei*” e objetos de decoração feitos com palha de milho. Em atenção especial ao estilo de pintura da figura 48, percebe-se o tradicionalismo de uma pintura a mão, a delicadeza de formas e o efeito visual pela composição de seus elementos. São fatores marcantes para inspiração na criação da padronagem pretendida no presente trabalho. O termo “*Bauernmalerei*”, em alemão, significa “pintura campestre”.



Figura 46 – Bonecas de palha.
FONTE: Acervo da autora, 2014



Figura 47 – Baú com pintura “Bauernmalerei”
FONTE: Acervo da autora, 2014

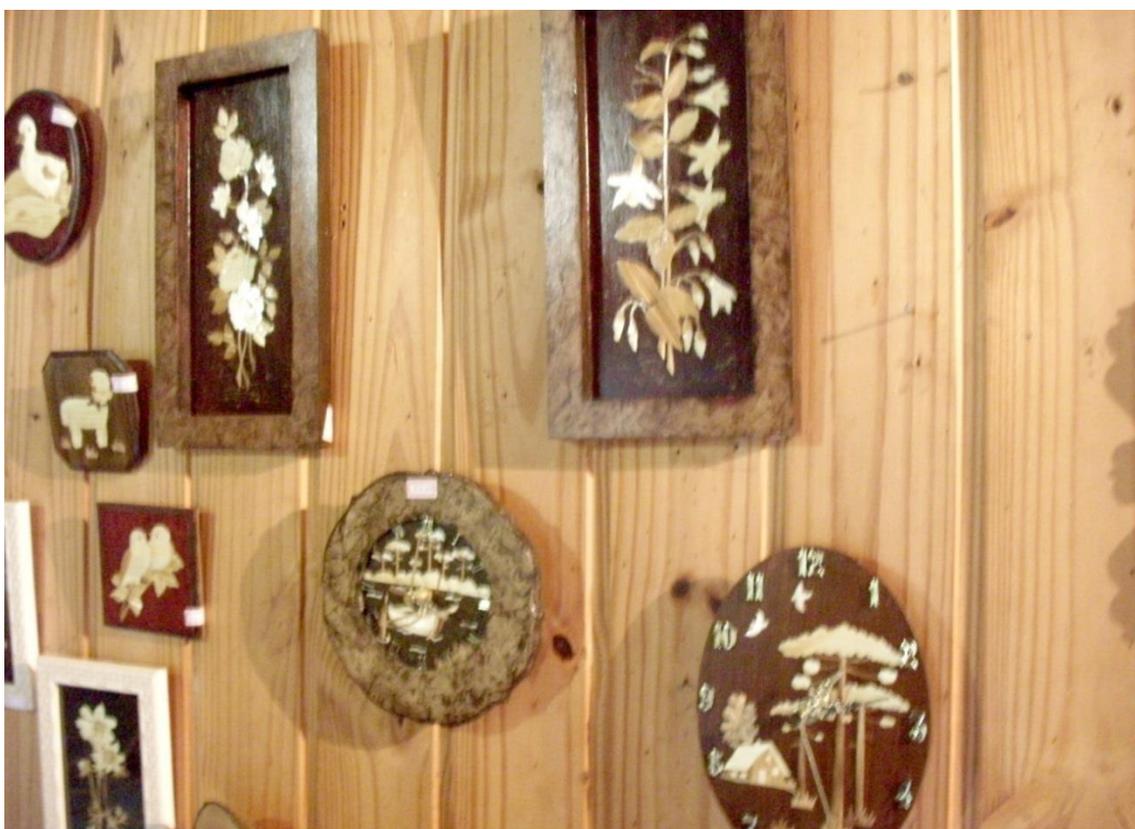


Figura 48 – Artesanato com palha de milho.
FONTE: Acervo da autora, 2014

As figuras apresentadas mostram os aspectos visíveis de Witmarsum, de maneira ampla. Porém, para melhor compreensão de sua cultura e particularidades, é necessário identificar quais elementos são percebidos pelos próprios moradores da Colônia, bem como pelos turistas que a visitam. Para isso foi feita a aplicação do questionário do qual se obteve dados correspondentes às características observadas pelos mesmos na Colônia Witmarsum.

2.5 Resultados e análise dos questionários

A aplicação dos questionários se deu pelo recurso Qualtrics (www.qualtrics.com) que permite a elaboração de diversos tipos de questões e gera uma planilha de todas as respostas coletadas para baixar posteriormente. O *site* também dá estatísticas de quantos questionários foram começados e quantos foram finalizados no decorrer dos dias, além de já oferecer planilhas dos resultados de questões fechadas atualizadas a cada novo questionário respondido. As figuras 49, 50 e 51 são a captura da tela demonstrando o modo com que o questionário foi apresentado aos respondentes.

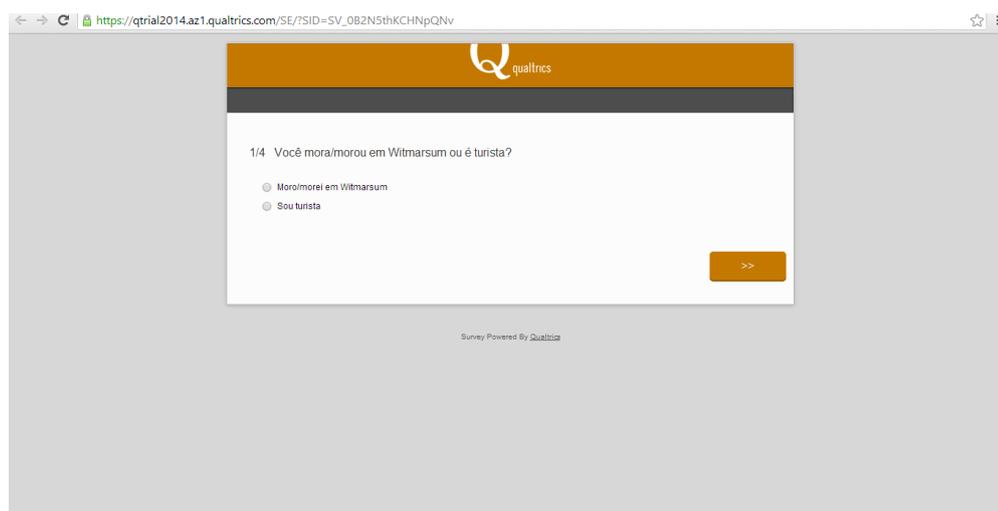


Figura 49 – Tela da aplicação do questionário – questão 1.
FONTE: Acervo da autora, 2014

2/4 Quais símbolos/elementos você acha que representam Witmarsum, nos seguintes aspectos? Escreva sua resposta em cada linha:

Arquitetura e Mobiliário	<input type="text"/>
Paisagem	<input type="text"/>
Culinária	<input type="text"/>
Animais	<input type="text"/>
Artesanato	<input type="text"/>
Outros	<input type="text"/>

3/4 Você identifica aspectos da cultura alemã em Witmarsum?

Sim. Quais?

Não

Figura 50 – Tela da aplicação do questionário – questão 2 e 3.
 FONTE: Acervo da autora, 2014

4/4 Dos produtos listados abaixo, quais você compraria em Witmarsum como um souvenir (lembrança), sendo estampados com temas típicos de Witmarsum? Selecione até 5 opções.

- Caneca
- Pano de Prato
- Jogo de louça
- Porta-copos
- Almofada
- Ecobag
- Bloco de Anotação / Caderno
- Cartão Postal
- Chaveiro
- Lenço / Echarpe
- Pingentes
- Jogo Americano
- Outra sugestão:

<< >>

Survey Powered By Qualtrics

Figura 51 – Tela da aplicação do questionário – questão 4.
 FONTE: Acervo da autora, 2014

O objetivo da primeira questão era de poder separar as respostas de pessoas que moram ou já moraram na colônia das respostas de turistas, para assim possibilitar a comparação de respostas destes dois grupos. No total, 123 questionários foram finalizados, porém 13 foram anulados, pois não foram efetivamente respondidos. O critério utilizado para seleção dos questionários válidos foi a obrigatoriedade de resposta de pelo menos três questões, das quatro apresentadas. Separando as respostas nos grupos “Turistas” e “Moradores”, foram obtidos 26 e 84 questionários, respectivamente, conforme o gráfico 01.



Gráfico 01 – Total de questionários obtidos.
 FONTE: Elaborado pela autora, 2014

A questão de número 02 buscou identificar elementos marcantes da Colônia Witmarsum, em diversos aspectos. O primeiro aspecto foi a arquitetura e mobiliário, e os elementos mais citados foram a construção no estilo alemão, casas e móveis de madeira e estilo rústico. Construções presentes na colônia também foram citados: o Museu (figura 18) foi lembrado 17 vezes, a Igreja (figura 14 já apresentada) 9 vezes e a casa conhecida como “Casa do Sr. Nikkel” (apresentada na figura 13 anteriormente) foi citada 6 vezes. O termo “enxaimel”, que caracteriza a arquitetura alemã, também foi citado algumas vezes. Apenas 3 pessoas lembraram do lambrequim como um elemento representativo da arquitetura da Colônia Witmarsum. O gráfico 02 representa tais resultados.

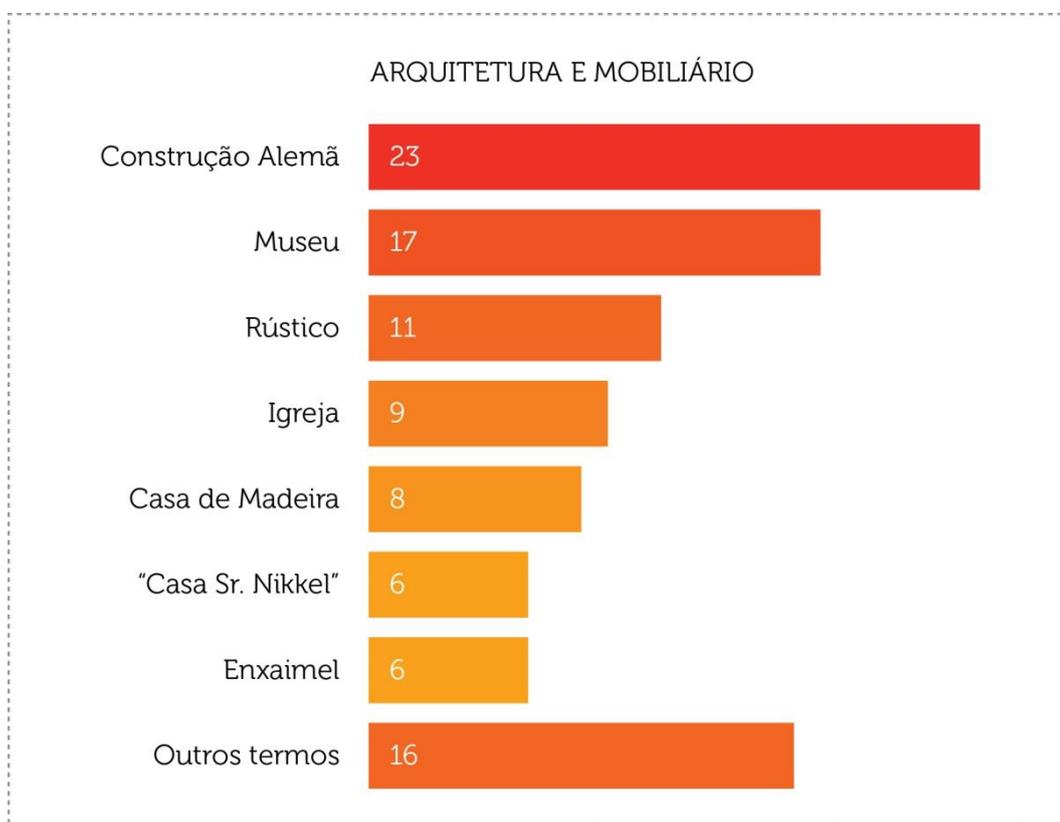


Gráfico 02 – Resultados do aspecto de Arquitetura e Mobiliário.
 FONTE: Elaborado pela autora, 2014

No aspecto de paisagem, o “campo” foi o elemento mais citado: 34 vezes. Em seguida as Araucárias e Pinheiros foram mais lembrados, aparecendo 15 vezes. Em menor número são citados outros elementos como pastos, plantações, rios, jardins e lago, entre outros, conforme demonstra o gráfico 03.

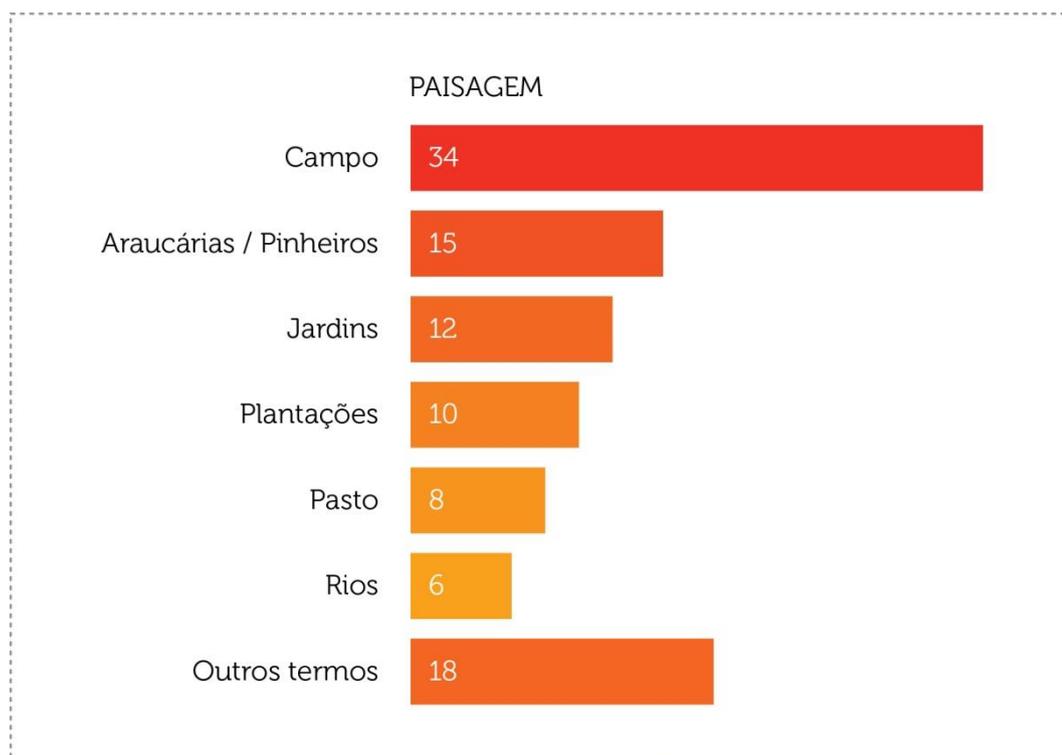


Gráfico 03 – Resultados do aspecto de Paisagem.
FONTE: Elaborado pela autora, 2014

Quanto à culinária, os cafés coloniais, considerando sua totalidade (ambiente, cardápio) se mostraram bem marcantes, sendo citados 22 vezes, como mostra o gráfico 04. No desdobramento da diversidade de alimentos o “Zwieback” (pãozinho de leite) foi mencionado 24 vezes, seguido das 20 menções a tortas e bolos em geral. A sopa típica, chamada “*Borscht*” foi lembrada por 14 pessoas e o “*Apfelstrudel*” foi citado 15 vezes. Queijos e geleias foram mencionados 7 vezes cada um. No restante das respostas, em menor número, foram citados os embutidos, cucas, biscoitos, leite, Joelho de porco, pães, entre outros.

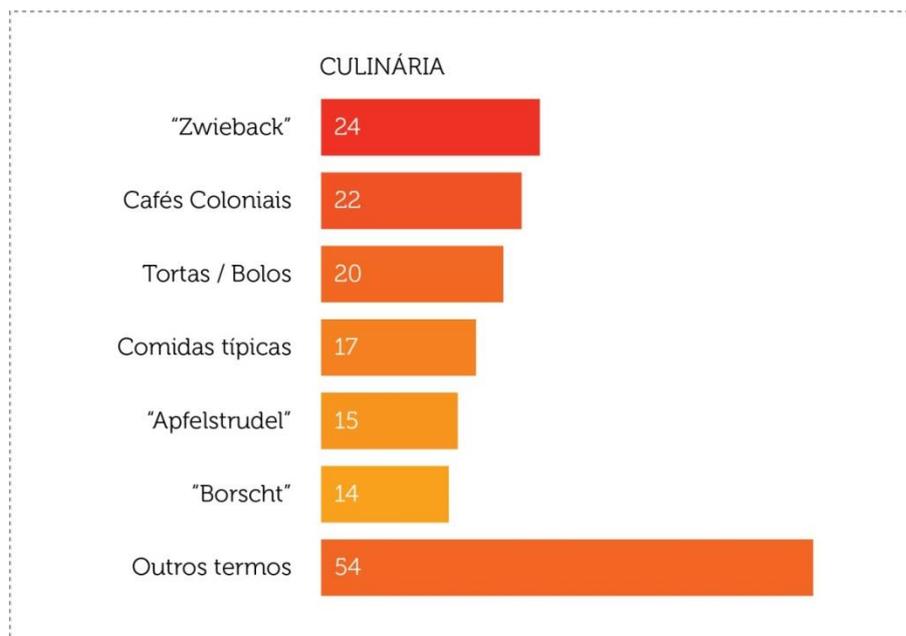


Gráfico 04 – Resultados do aspecto de Culinária.
 FONTE: Elaborado pela autora, 2014

No aspecto de animais, as vacas foram citadas 94 vezes. Em seguida, 4 menções foram feitas aos frangos, 3 a cavalos, ovelhas e porcos, 2 vezes gatos, cachorros e passarinhos foram citados e 1 vez os pôneis. A comparação entre os resultados é mostrada no gráfico 05.

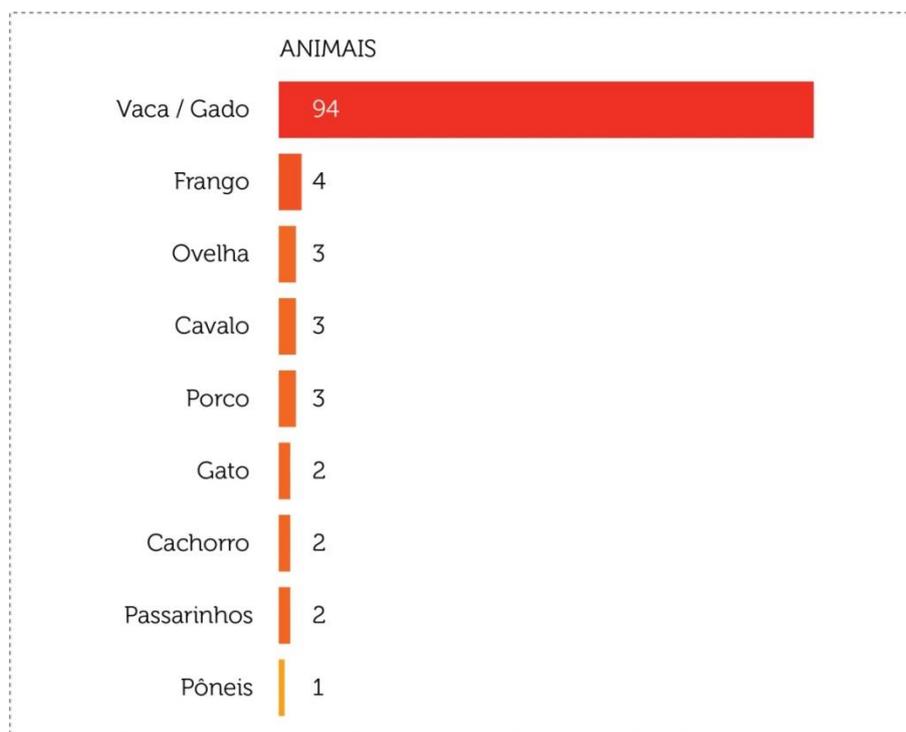


Gráfico 05 – Resultados do aspecto de Animais
 FONTE: Elaborado pela autora, 2014

Quanto ao artesanato o artefato mais lembrado foi a boneca feita de palha, sendo citada 18 vezes. Depois, 16 vezes foram citadas as pinturas em geral, e especificamente o estilo “*Bauernmalerei*” 9 vezes. Artesanatos em madeira e palha foram mencionados 11 e 10 vezes, respectivamente. Relógios-Cuco, *patchwork*, bordados, tricô e crochê são elementos também citados em alguns questionários. O gráfico 06 demonstra os resultados descritos.

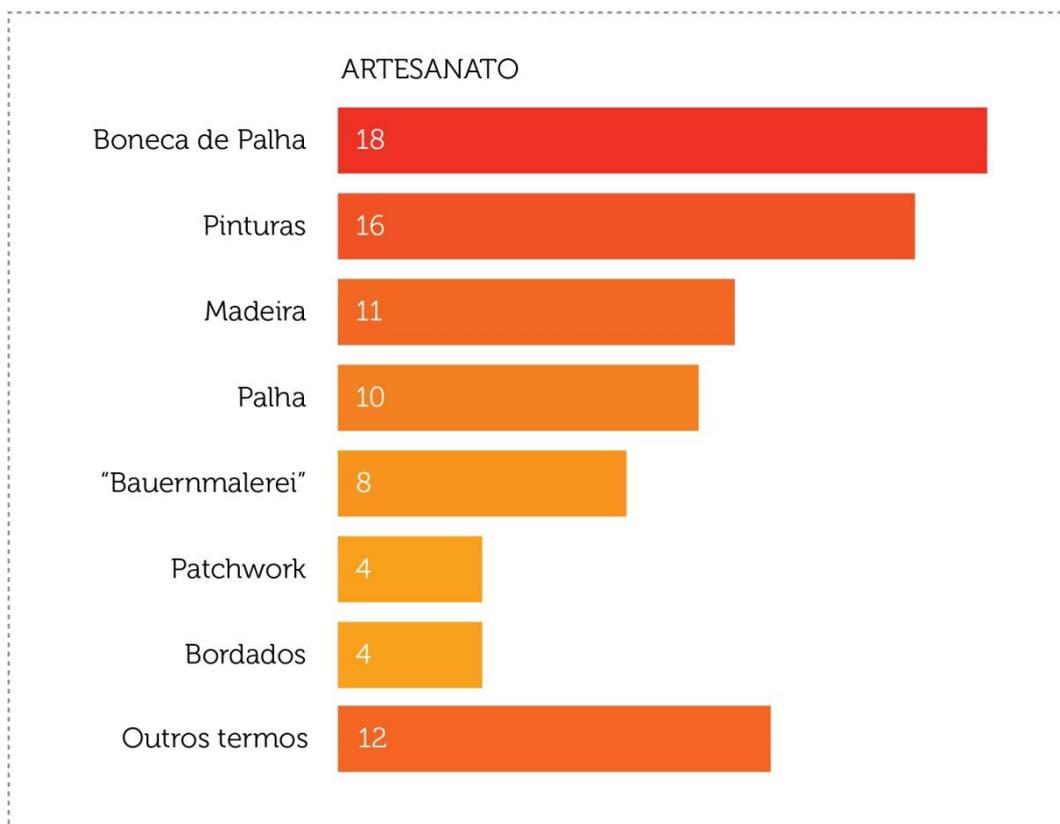


Gráfico 06 – Resultados do aspecto de Artesanato.
 FONTE: Elaborado pela autora, 2014

Na seção de outros elementos além dos requeridos, houve a menção da língua alemã, religião menonita, a Cooperativa Witmarsum, vestidos, danças e maquinários.

A questão 03 objetivou reconhecer os aspectos da cultura alemã identificáveis na Colônia Witmarsum e seus resultados se encontram no gráfico 07. Em primeiro lugar, foi citada a culinária 56 vezes, seguida do idioma alemão, 48 vezes. Englobando casas e arquitetura em uma só categoria, houve menção 45 vezes. Os costumes e hábitos foram citados 13 vezes. Danças, religião, música, artesanato, trajes e festas também foram citados algumas vezes.

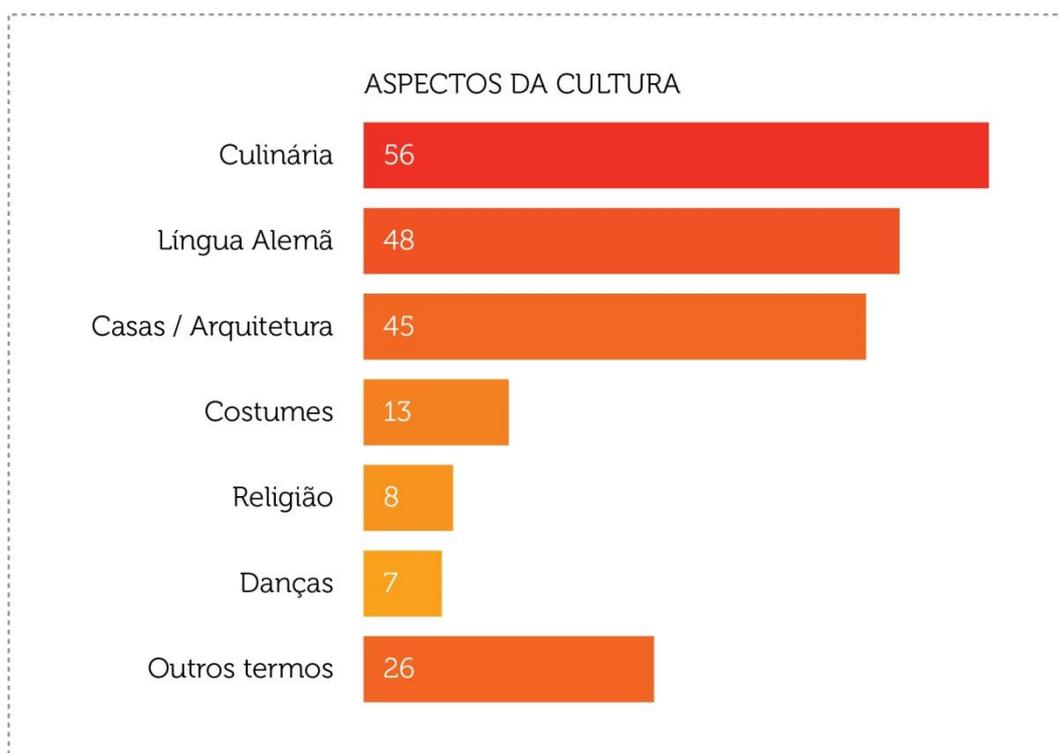


Gráfico 07 – Resultados do aspecto de Cultura.
FONTE: Elaborado pela autora, 2014

Por fim, a última questão, de múltipla escolha e resposta múltipla, identificou, dentre as opções definidas, quais objetos seriam mais aceitos pelos turistas como souvenirs. Em primeiro lugar ficou a caneca, com 87 votos. O chaveiro recebeu 68 votos e o cartão postal, 50. Em quarto lugar, com 37 votos ficou o pano de prato, seguido do bloco de anotação, com 35 votos e do jogo americano, com 34. Os itens menos votados foram a almofada (32 votos), *ecobag* (30 votos), porta-copos (23 votos), jogo de louça (20 votos), pingente (20 votos) e lenço/echarpe (18 votos). No espaço para preenchimento de outras sugestões de artefatos, foram citados: camiseta, imã de geladeira, boné, calendário, entre outros. Estes dados tem melhor visualização no gráfico 08.

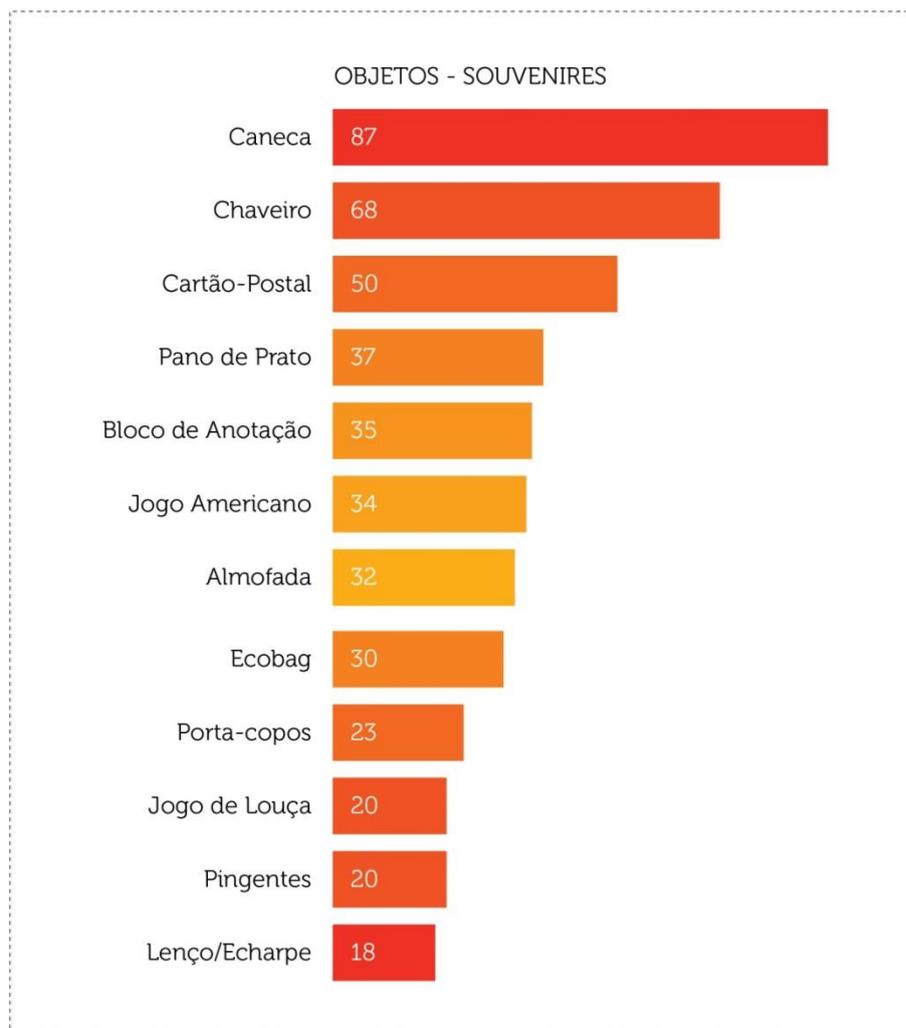


Gráfico 08 – Resultados da votação de suvenires.
 FONTE: Elaborado pela autora, 2014

Na comparação dos resultados de “moradores” e “turistas” notou-se que as respostas eram muito parecidas. Tendo menor número de questionários de turistas, suas respostas sempre se encaixavam em alguma categoria já citada pelos moradores. Assim, nota-se que as percepções de quem vive na colônia e de quem a visita tendem a ter o mesmo direcionamento.

2.6 Conclusões preliminares

Tomando por base todos os conceitos apresentados a respeito do Design de Superfície, do turismo e suvenires, juntamente com os aspectos culturais identificados através do registro fotográfico e dos questionários, abre-se uma

infinidade de possibilidades de trabalho. Portanto, é preciso ter algumas definições para orientar a continuação do desenvolvimento da padronagem.

O segmento turístico da Colônia Witmarsum foi definido como Turismo Rural segundo o Ministério do Turismo (2004; p. 11), por suas características geográficas, suas atividades e costumes. Assim, é um aspecto que deve ser contemplado na criação da padronagem.

Visto no registro fotográfico e identificado nos questionários, tem-se nos elementos arquitetônicos também a característica de uso da madeira bastante marcantes. Com isso, é possível orientar as formas de módulos da padronagem, bem como a gama de cores e texturas, basicamente tons de verde e marrom.

Dentre os suvenires oferecidos na colônia, tem-se objetos tradicionais e rústicos, pelos materiais utilizados (madeira e palha). A variedade é pouca e a votação nos questionários dá ideia do que poderá ser feito. Canecas, cartões postais e chaveiros são os três objetos mais votados. Os próximos três artefatos com maior número de votos são o pano de prato, jogo americano e bloco de anotação. Na pretensão de criar peças diferenciadas, as três peças mais votadas não serão priorizadas, por se tratarem de objetos bastante comuns em comunidades turísticas rurais. Nas três peças segundo mais votadas (pano de prato, jogo americano e bloco de anotação) identificou-se um potencial para desenvolvimento de designs diferenciados, além de sua conexão com a cultura da Colônia Witmarsum, portanto, este segmento será a aposta de desenvolvimento do trabalho.

Em entrevista à Sophi Schartner², foi identificada uma característica marcante na maioria das famílias: “o ato de se reunir nas refeições”. Este fato condiz com os valores pregados na colônia, de respeito à família e harmonia. Ricardo Philippsen³ diz que “o que mais costuma chamar a atenção é que ainda há um sentimento de coletividade (comunidade)”.

Baseando-se neste aspecto cotidiano, na variedade de suvenires oferecidos e na contemplação do turismo rural, foram escolhidos os objetos a receberem as padronagens a serem criadas. São objetos utilizados no ambiente da cozinha e da sala de jantar, a fim de enfatizar a tradição da reunião familiar durante as refeições: pano de prato, jogo americano e jogo de louça (prato, pires e xícara).

² Moradora da Colônia Witmarsum

³ Formado em Administração de Empresas e Empreendedor na Área de Turismo

As diversas técnicas do Design de Superfície permitem a repetição dos módulos criando diferentes efeitos visuais, além de possibilitar sua aplicação nos mais diversos materiais. Assim, será dada ênfase na aplicação dos objetos já citados, mas com sugestões de outras aplicações (contemplando os itens mais votados no questionário). Versatilidade é um fator a ser considerado na criação da estampa.

A linha de estampas será composta por três padronagens, seguindo a linha dos aspectos culturais identificados dividindo-se em: a) arquitetura, b) artesanato e c) paisagem. Vale ressaltar que o projeto destina-se à criação das padronagens e não dos objetos que a receberão, no caso do jogo de louça.

3 CONCEITUAÇÃO DO PROJETO

Na concepção de projetos de Design, tanto design gráfico quanto design de produto, existem várias metodologias estabelecidas. No entanto, as particularidades de cada projeto requerem sua adaptação, de modo que ordene as etapas facilitando seu desenvolvimento. Assim, para o presente trabalho, faz-se necessária a criação de uma metodologia própria, contemplando os requisitos necessários. Aqui serão abordadas as metodologias de Bruno Munari (1981) e Rodolfo Fuentes (2006) para orientar a metodologia a ser adotada.

O método descrito por Bruno Munari (1981, p. 39-66) abrange dez etapas inseridas entre o problema e a solução. A primeira é a definição do problema, no qual as características do problema são descritas e há orientação para a solução. Em seguida o problema deve ser dividido em componentes, a fim de identificar os sub-problemas do projeto. A etapa seguinte é a coleta de dados, na qual serão buscadas informações pertinentes a cada sub-problema identificado e também acerca de produtos semelhantes no mercado. Então deverá ser feita a análise dos dados recolhidos para verificar os problemas já existentes e buscar soluções para tais. Após a análise, inicia-se o processo da criatividade, buscando soluções nos limites do problema. Aliado à busca de soluções deve estar a pesquisa a respeito de materiais e tecnologia para delimitar as possibilidades do projeto. Em seguida vem a fase de experimentação, dentro das técnicas e materiais disponíveis, podendo estabelecer diferentes usos dos materiais também. Partindo da experimentação, ocorre a elaboração do modelo, no qual as formas serão definidas. Em seguida ocorre a verificação, em que os detalhes do projeto poderão ser modificados, de acordo com os testes realizados. Após estabelecer todas as definições do projeto é que deverão ser feitos os desenhos construtivos, que deverão conter as informações necessárias para que o protótipo possa ser construído por alguém que não estivesse acompanhando o projeto. A figura 52 demonstra graficamente o fluxo de todas as etapas descritas.

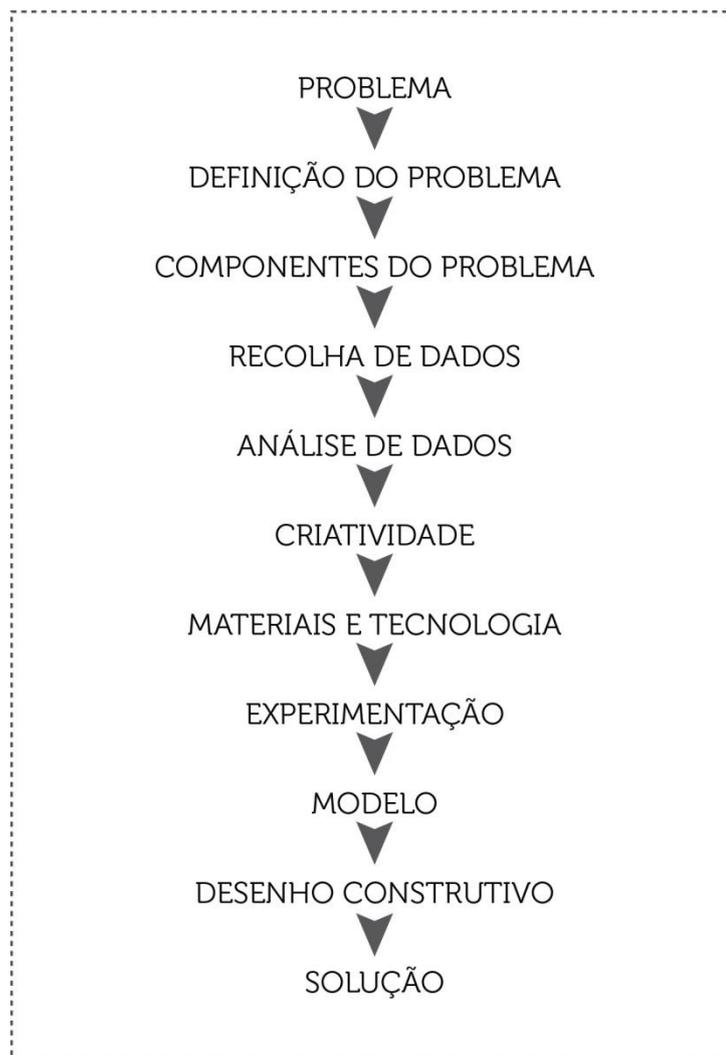


Figura 52 – Esquema metodológico de Bruno Munari.
FONTE: Adaptado de Munari (1981, p. 66)

Rodolfo Fuentes (2006) demonstra um método diferente. Segundo ele, identificar uma necessidade é o ponto de partida para qualquer projeto de design. Essa identificação deve levar em conta também as expectativas do cliente e questões orçamentárias e formas de pagamento devem começar a serem definidas. Então é necessário definir o projeto através do *briefing*, contemplando as necessidades a serem atendidas e os aspectos a serem considerados. Segue então a análise da necessidade, na qual deverão se coletadas todas as informações necessárias para atingir o objetivo do projeto no que se refere a ações anteriores de comunicação, marketing, orçamentos, prazos, implicações ético-morais e codificações culturais. Feita a análise, faz-se a pesquisa para complementar as informações. Nesta etapa devem ser considerados a concorrência, as referências internacionais, elementos históricos próprios e a inclusão social do cliente. Então se

inicia o processo de concepção, a começar pela síntese: organizar as informações coletadas e estabelecer relações para auxiliar o surgimento das ideias. Após a síntese, é preciso fazer escolhas, “o momento decisivo”, as quais irão orientar a resolução do problema. Como se trata de escolhas é possível que esta não seja a escolha do cliente, porém todo o processo anterior de pesquisa auxilia a efetuar a escolha com maior nível de certeza. Então são feitos os esboços, que se concretizarão no layout para apresentação e posteriormente na arte-final, com todos os requisitos definidos e corrigidos através das etapas de controle e verificação. Na concretização o autor cita diversos aspectos que a compõe: estrutura, escala, tipografia, cor, suporte, natureza das imagens, métodos de pré-impressão e impressão e as fases de acabamento e encadernação. O resumo gráfico desta metodologia está representado na figura 53:

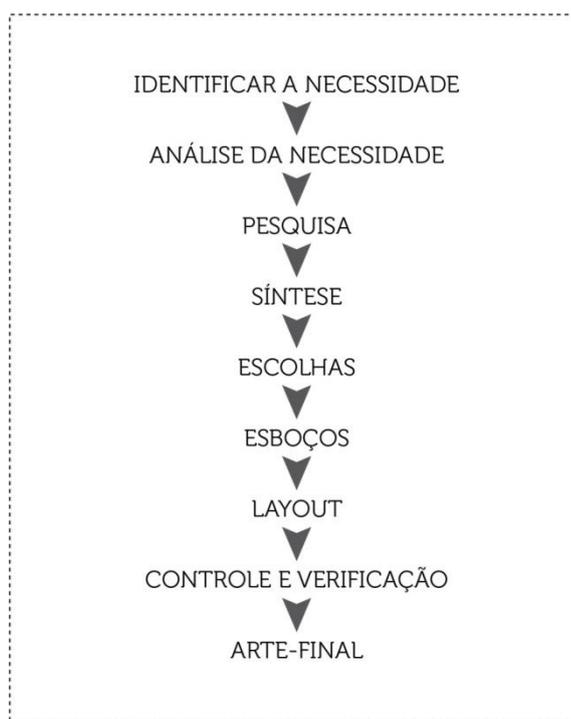


Figura 53 – Esquema de Rodolfo Fuentes.
FONTE: Adaptado de Fuentes (2006, p. 23-106)

Tomando como base os métodos descritos, foram selecionadas as etapas mais convenientes para elaboração da metodologia própria do presente trabalho. O esquema adotado é demonstrado na figura 54.

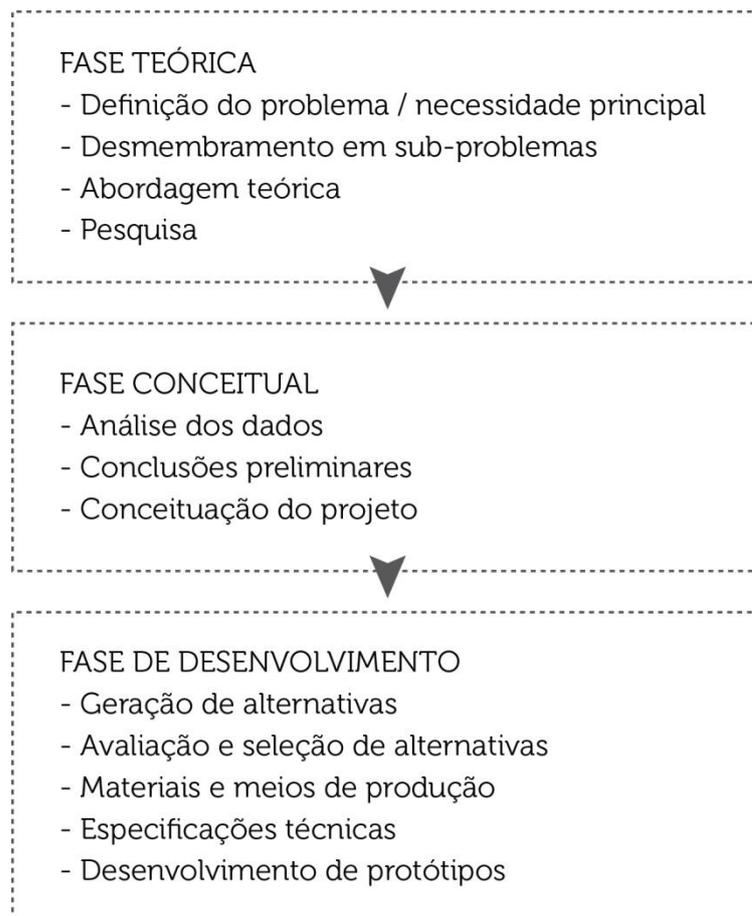


Figura 54 – Metodologia desenvolvida
FONTE: Elaborado pela autora, 2014

Basicamente, o trabalho seguiu 3 fases: Fase Teórica, Fase Conceitual e Fase de Desenvolvimento. A fase teórica foi composta pela definição do problema ou necessidade principal e os sub-problemas existentes (ou seja, o objetivo geral e os objetivos específicos), pela abordagem teórica (dos temas Design de Superfície, Design e Cultura, Histórico da Colônia Witmarsum, Turismo e Suvenir) e pesquisa (registro fotográfico de Witmarsum, Análise de Similares, Suvenires em Witmarsum e Questionário aplicado). A Fase Conceitual abrangeu a análise dos dados coletados, conclusões preliminares e, a partir disso, a conceituação do projeto. A Fase de Desenvolvimento englobou a geração, avaliação e seleção de alternativas, materiais e meios de produção, especificações técnicas e desenvolvimento de protótipos.

A partir da análise dos dados que gerou as conclusões preliminares, a conceituação do projeto foi a última etapa para conclusão da fase conceitual. Assim, são apresentados a seguir os parâmetros de execução.

- 1) Linguagem visual: as estampas serão criadas a partir de módulos contendo elementos figurativos e abstratos referentes a três grupos de aspectos: (a) arquitetura e mobiliário, (b) paisagem e animais e (c) artesanato.
- 2) Estilo tipográfico: a construção da marca da linha de estampas utilizará fontes que levem em consideração a cultura à qual se constrói a Colônia Witmarsum, e, ao mesmo tempo, dêem a conotação de modernidade e sofisticação dos produtos desenvolvidos.
- 3) Paleta de cores: cada estampa criada será composta por até três cores, compondo o fundo e colorindo as formas desenhadas. A escolha das cores se dará pela paleta identificada no registro fotográfico: verde, marrom, amarelo, azul e branco, compondo os tons entre si.

4 DESENVOLVIMENTO

4.1 Geração de alternativas

A partir da conceituação do projeto, foram feitos estudos iniciais da forma, conforme as figuras 55 a 66. Como principais referências foram utilizadas as fotografias do registro apresentado no item 2.3.2.

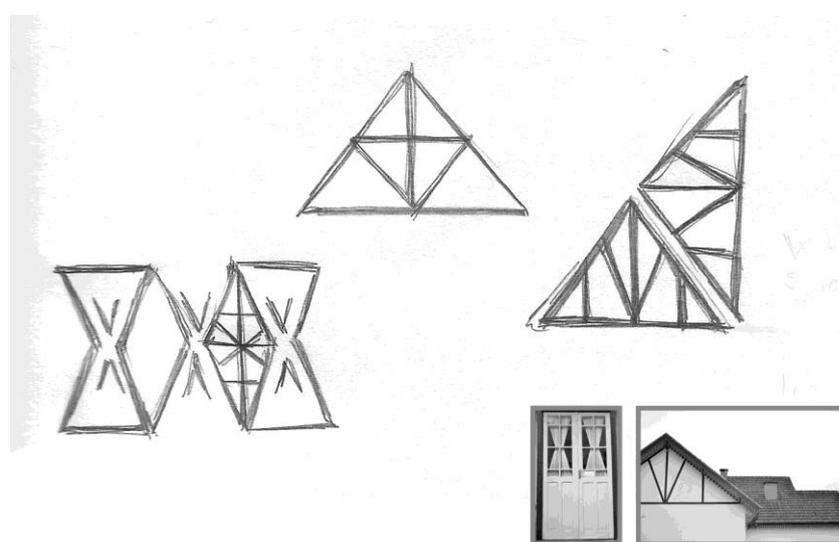


Figura 55 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

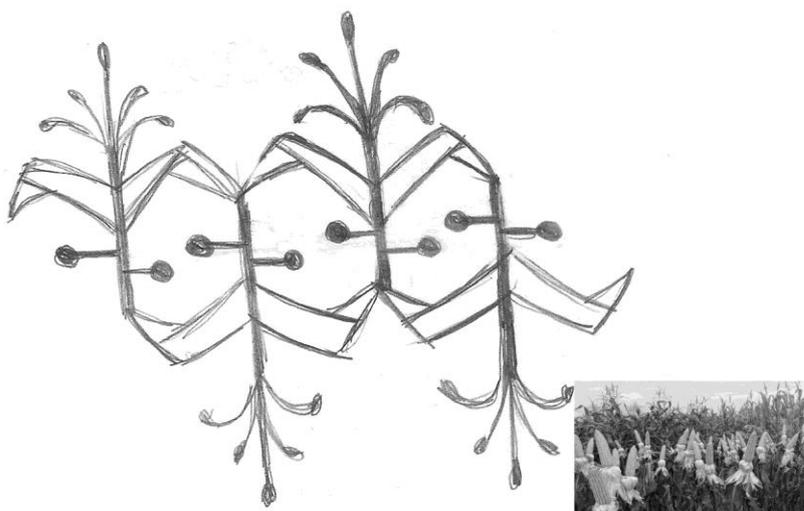


Figura 56 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

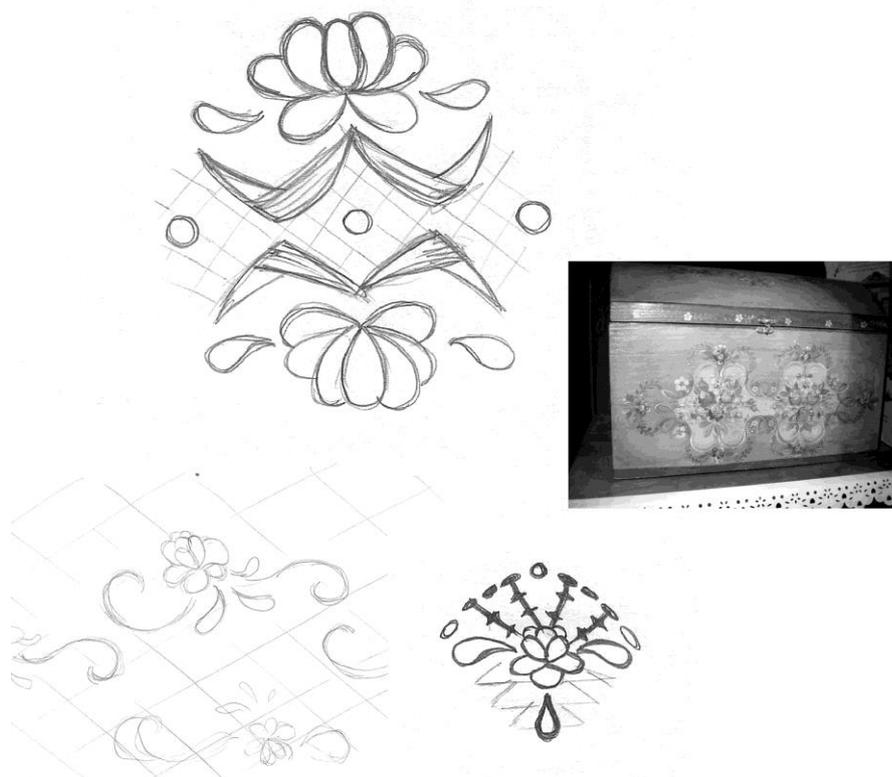


Figura 57 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

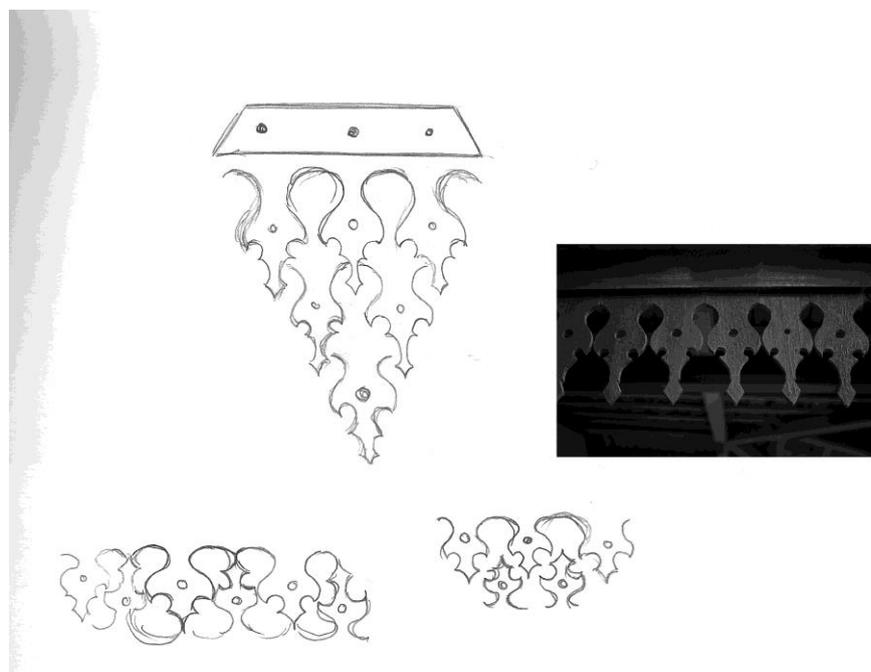


Figura 58 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

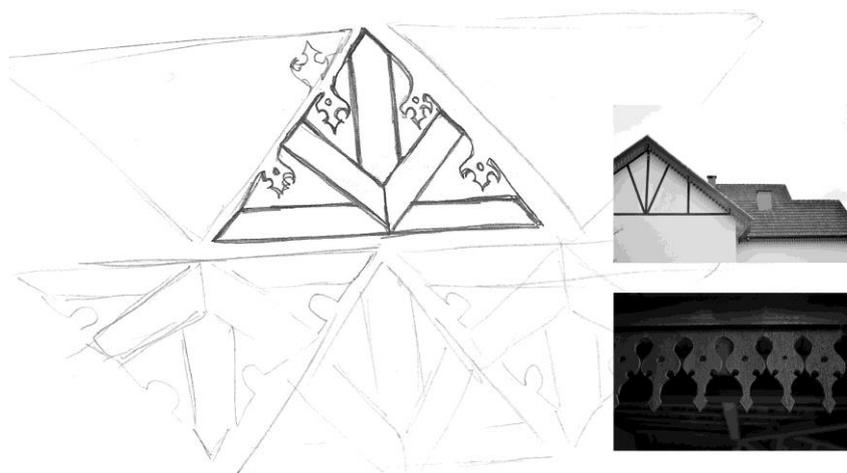


Figura 59 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

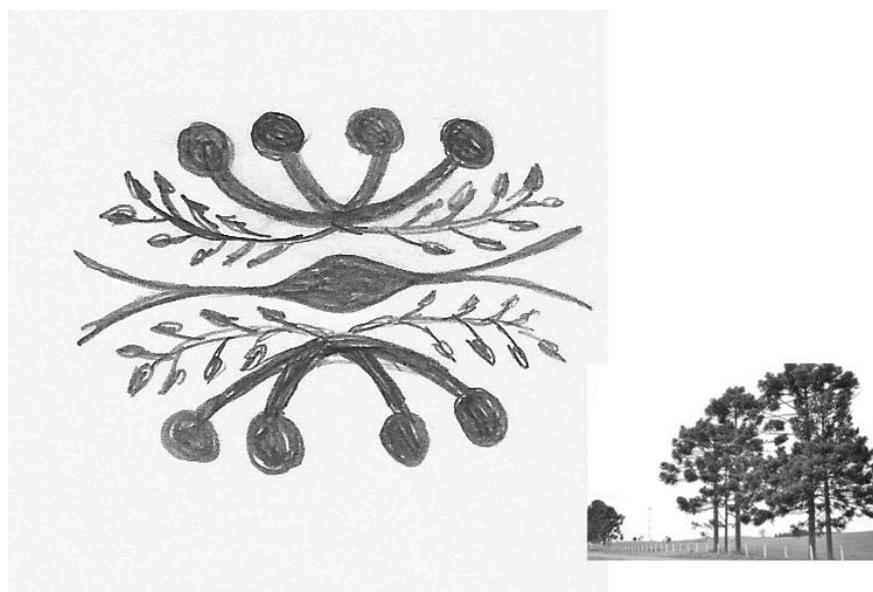


Figura 60 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

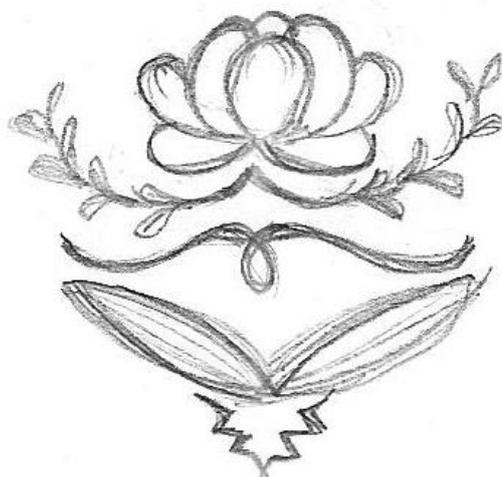


Figura 61 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

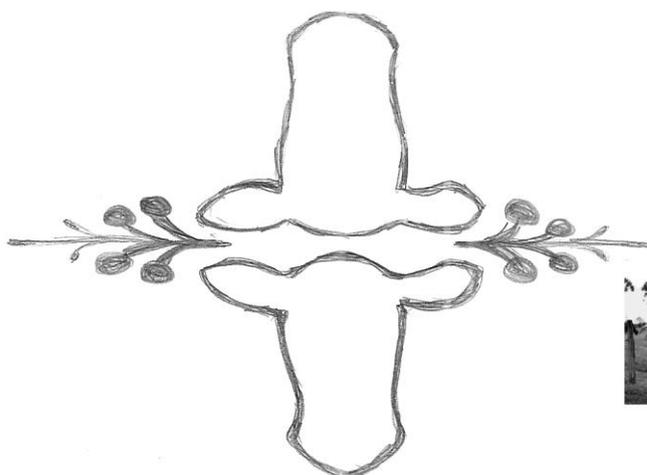


Figura 62 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

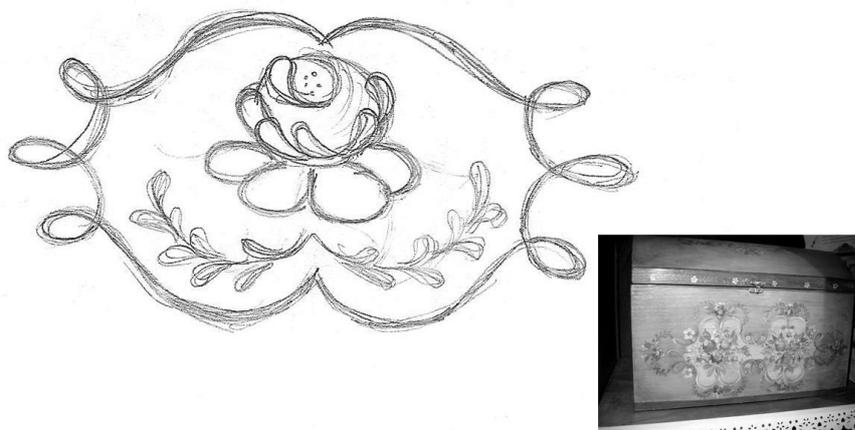


Figura 63 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

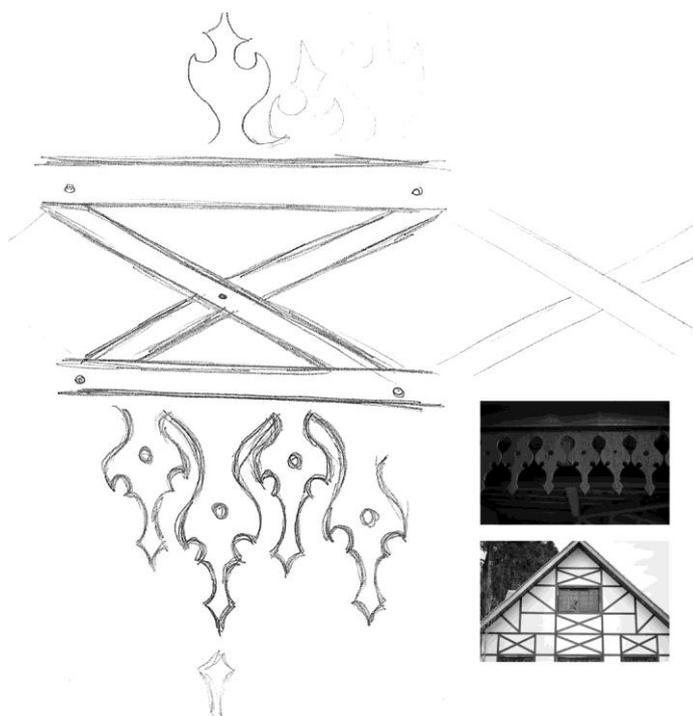


Figura 64 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

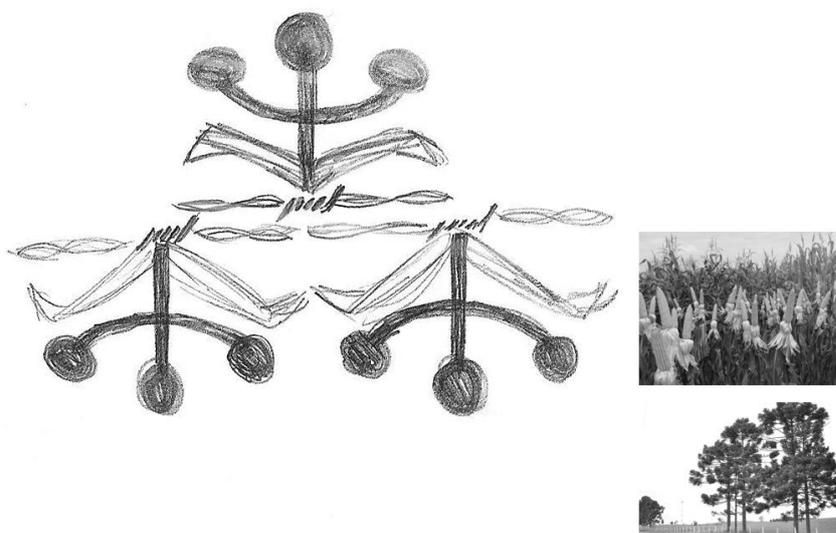


Figura 65 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

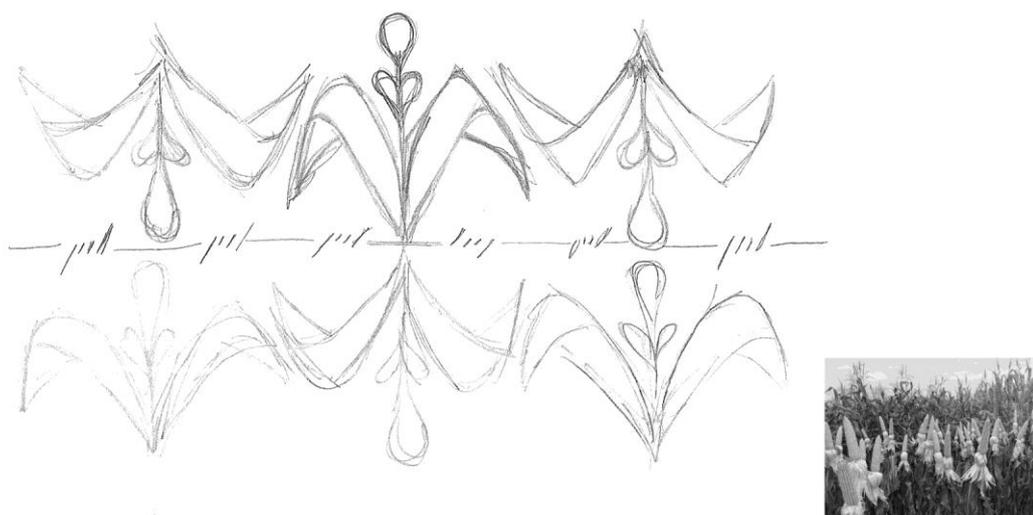


Figura 66 – Geração de alternativas.
FONTE: a autora, 2014.

O processo seguiu com a vetorização das figuras utilizando o *software* Adobe Illustrator. A partir da forma básica foi feita a repetição para criação da padronagem. A diversidade de maneiras de repetições possibilitou a criação de mais estampas partindo do mesmo desenho-base.

Foram obtidas 22 padronagens, divididas em três categorias: (1) arquitetura e mobiliário, (2) paisagem e animais e (3) artesanato, as quais são apresentadas nas figuras 67 a 89, com destaque à forma básica e em preto e branco.

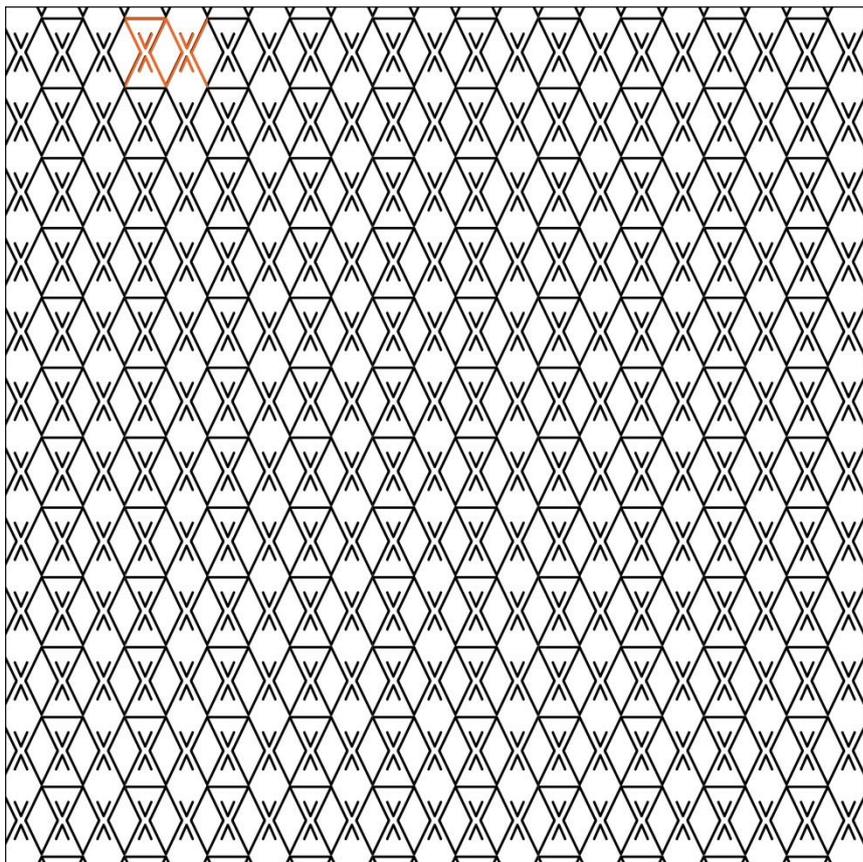


Figura 67 – Padronagem da categoria Arquitetura e Mobiliário.
FONTE: a autora, 2014.

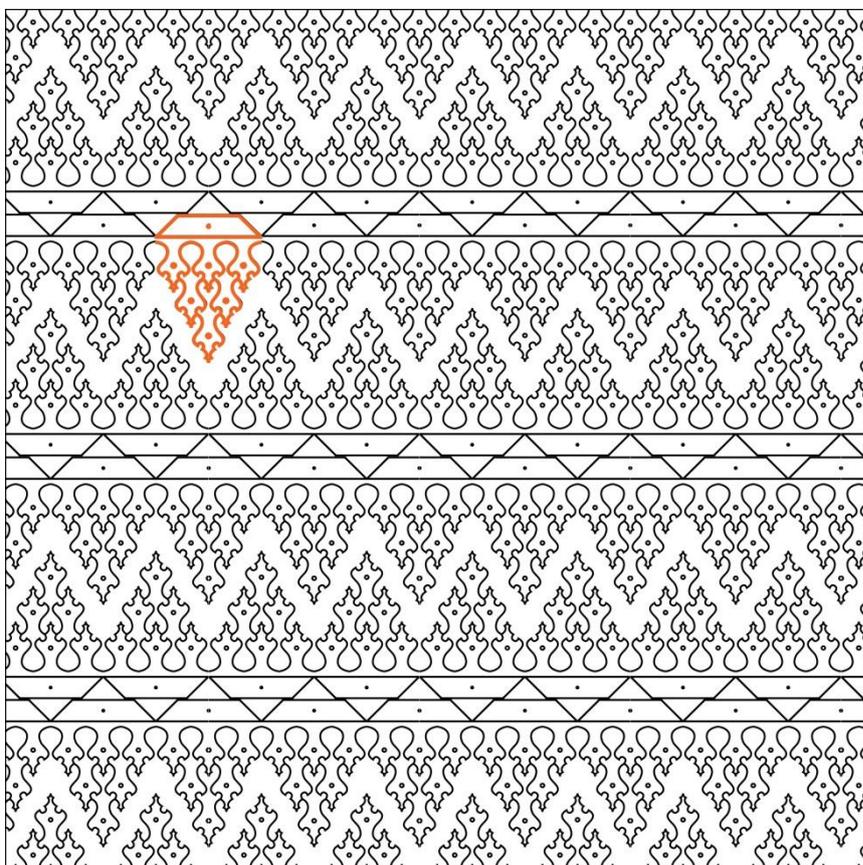


Figura 68 – Padronagem da categoria Arquitetura e Mobiliário.
FONTE: a autora, 2014.

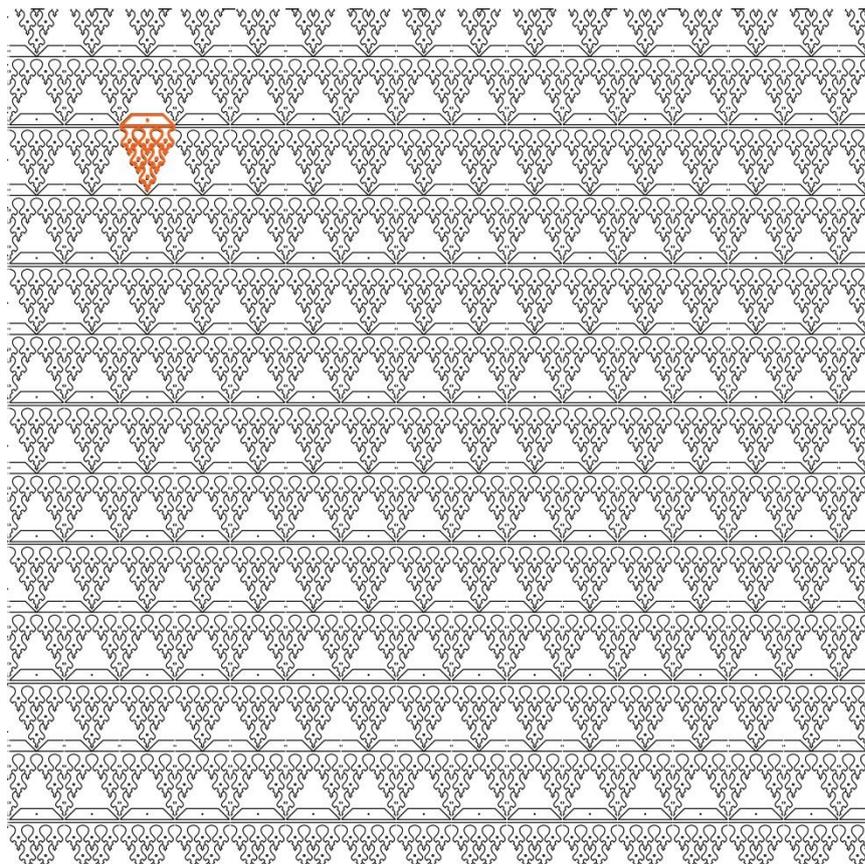


Figura 69 – Padronagem da categoria Arquitetura e Mobiliário.
FONTE: a autora, 2014.

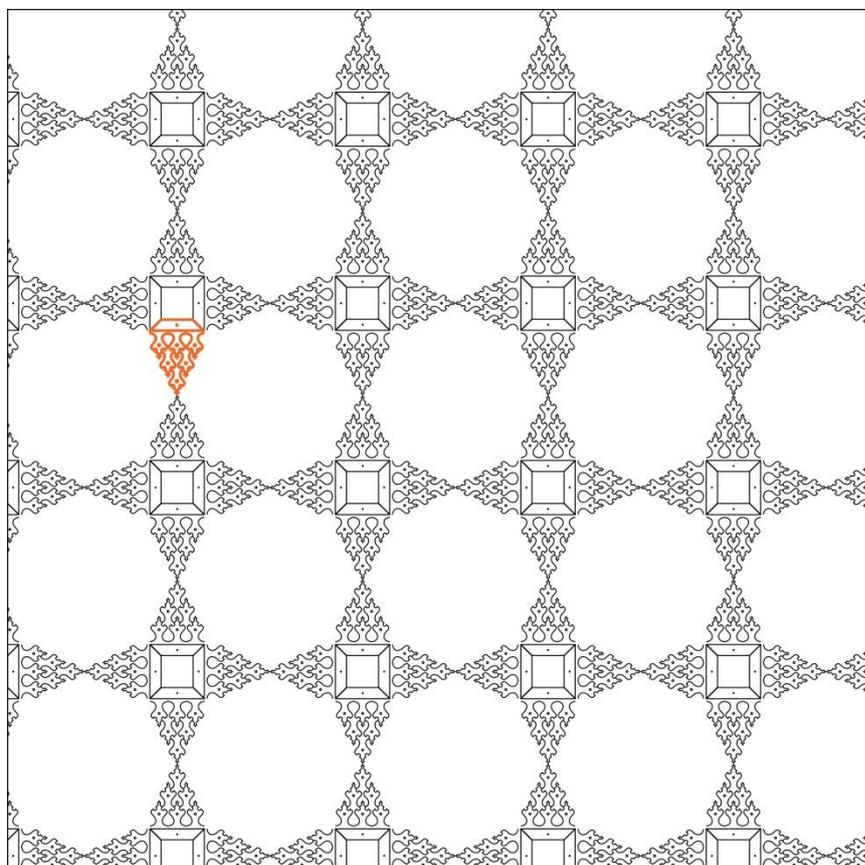


Figura 70 – Padronagem da categoria Arquitetura e Mobiliário.
FONTE: a autora, 2014.

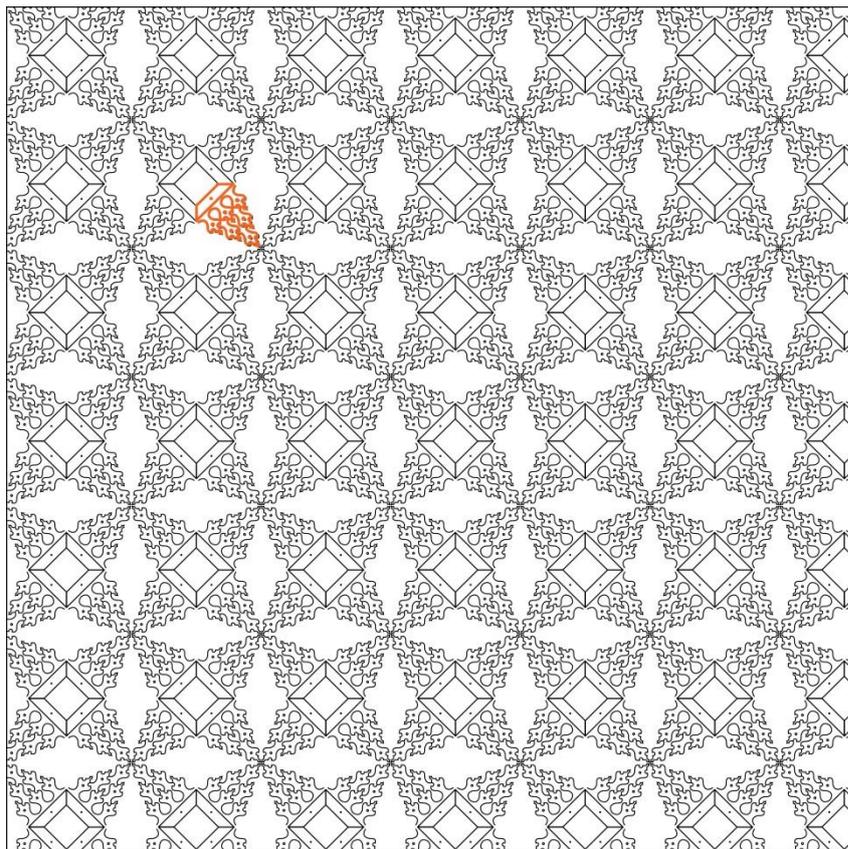


Figura 71 – Padronagem da categoria Arquitetura e Mobiliário.
FONTE: a autora, 2014.

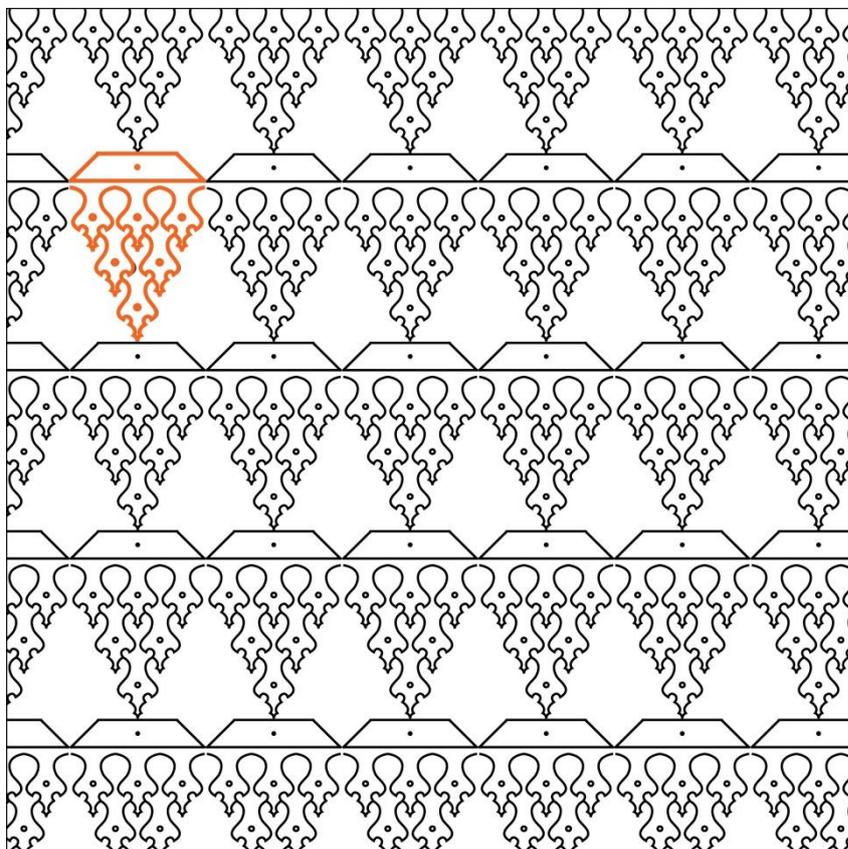


Figura 72 – Padronagem da categoria Arquitetura e Mobiliário.
FONTE: a autora, 2014.

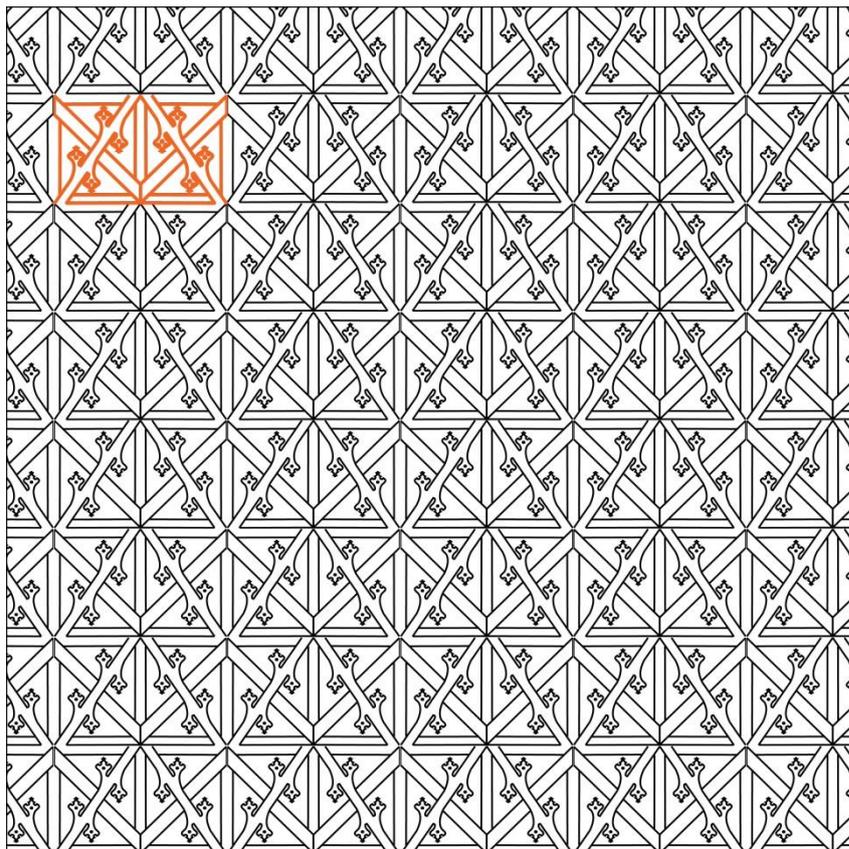


Figura 73 – Padronagem da categoria Arquitetura e Mobiliário.
FONTE: a autora, 2014.

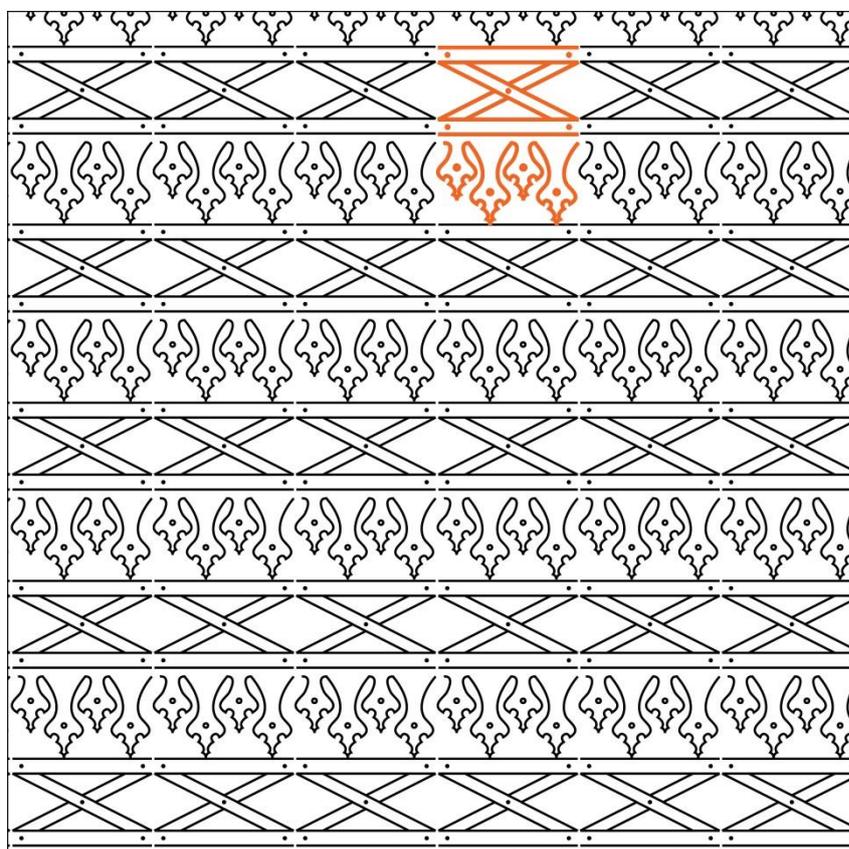


Figura 74 – Padronagem da categoria Arquitetura e Mobiliário.
FONTE: a autora, 2014.

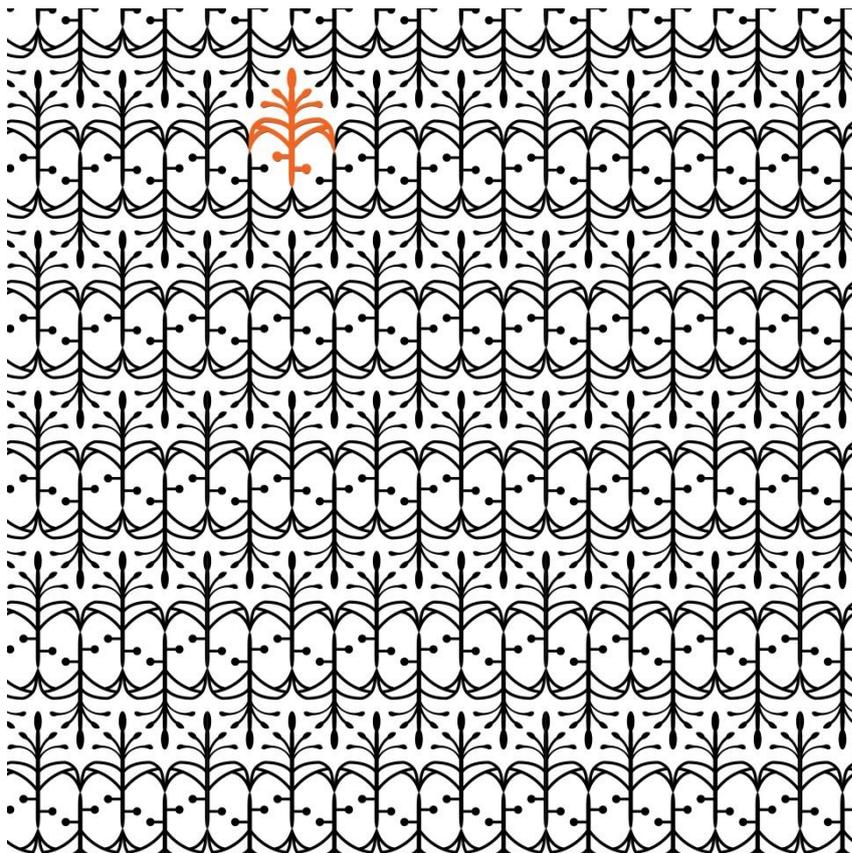


Figura 75 – Padronagem da categoria Paisagem e Animais.
FONTE: a autora, 2014.

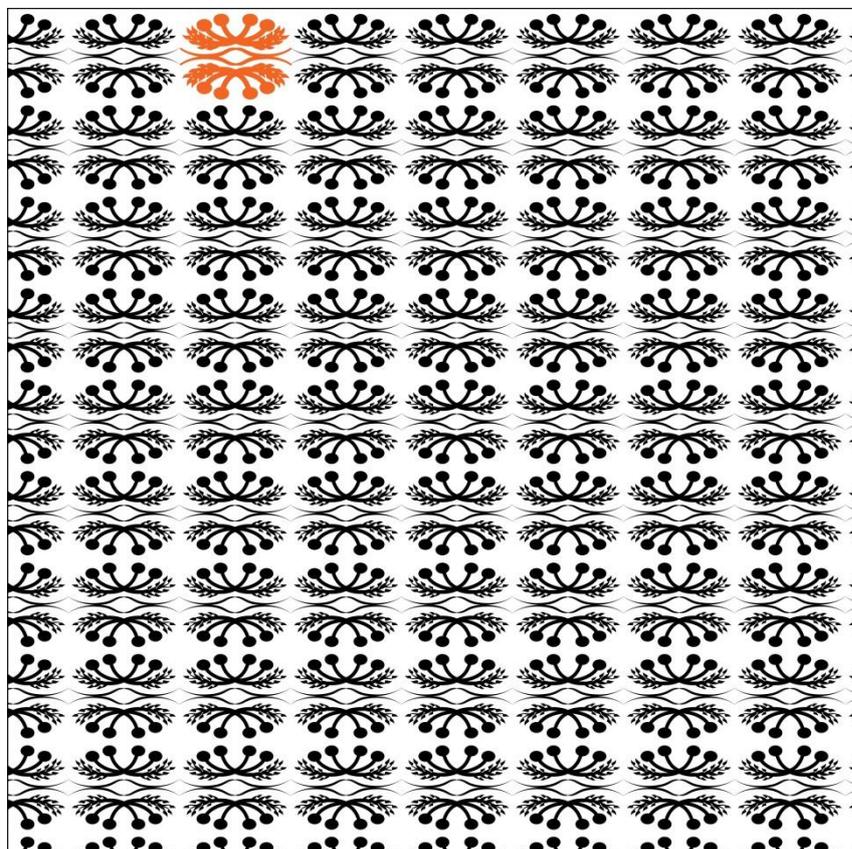


Figura 76 – Padronagem da categoria Paisagem e Animais.
FONTE: a autora, 2014.

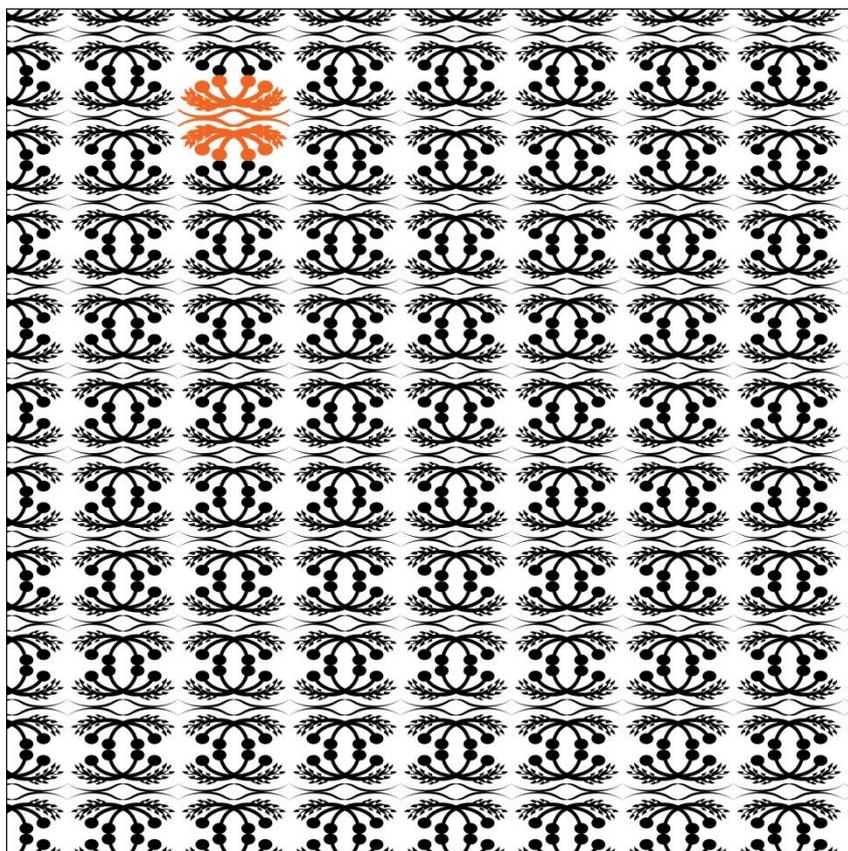


Figura 77 – Padronagem da categoria Paisagem e Animais.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 78 – Padronagem da categoria Paisagem e Animais.
FONTE: a autora, 2014.

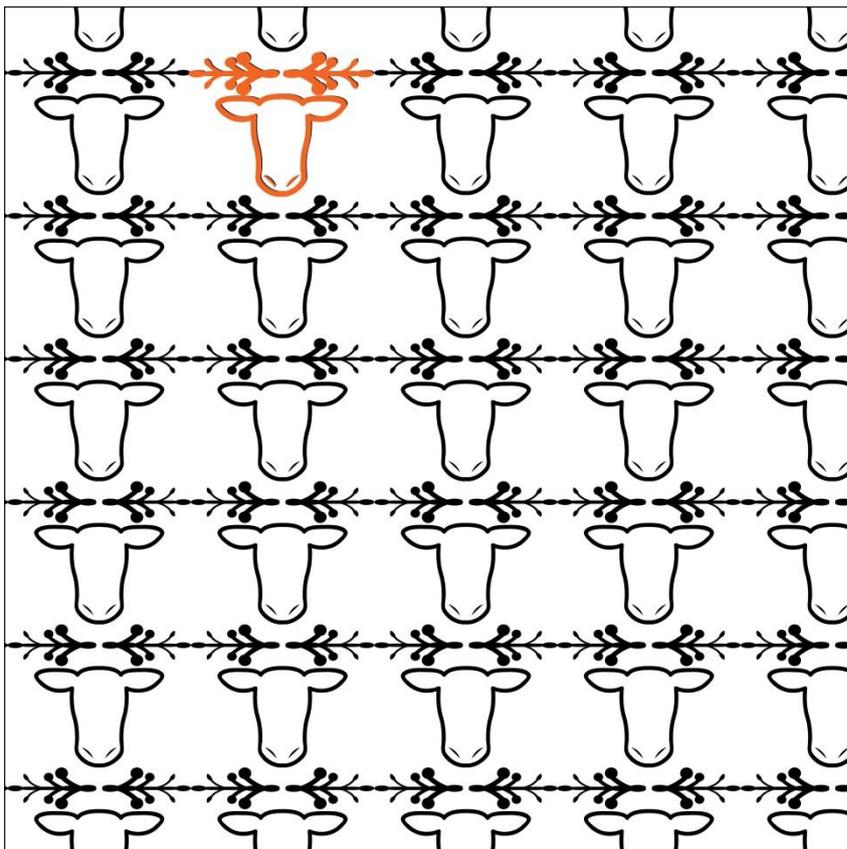


Figura 79 – Padronagem da categoria Paisagem e Animais.
FONTE: a autora, 2014.

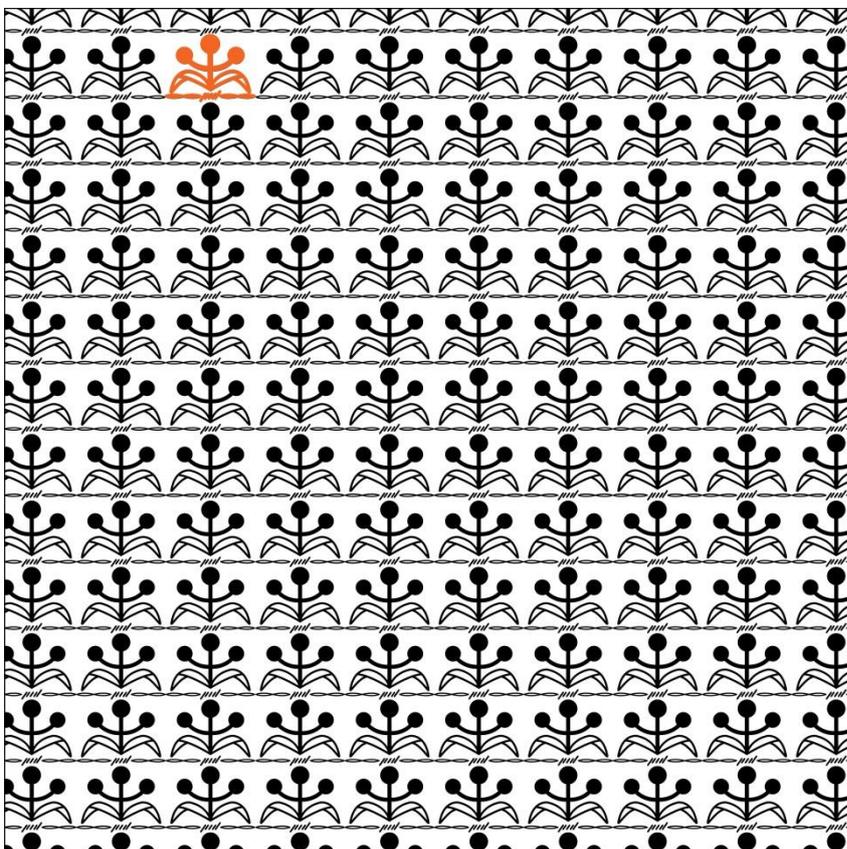


Figura 80 – Padronagem da categoria Paisagem e Animais.
FONTE: a autora, 2014.

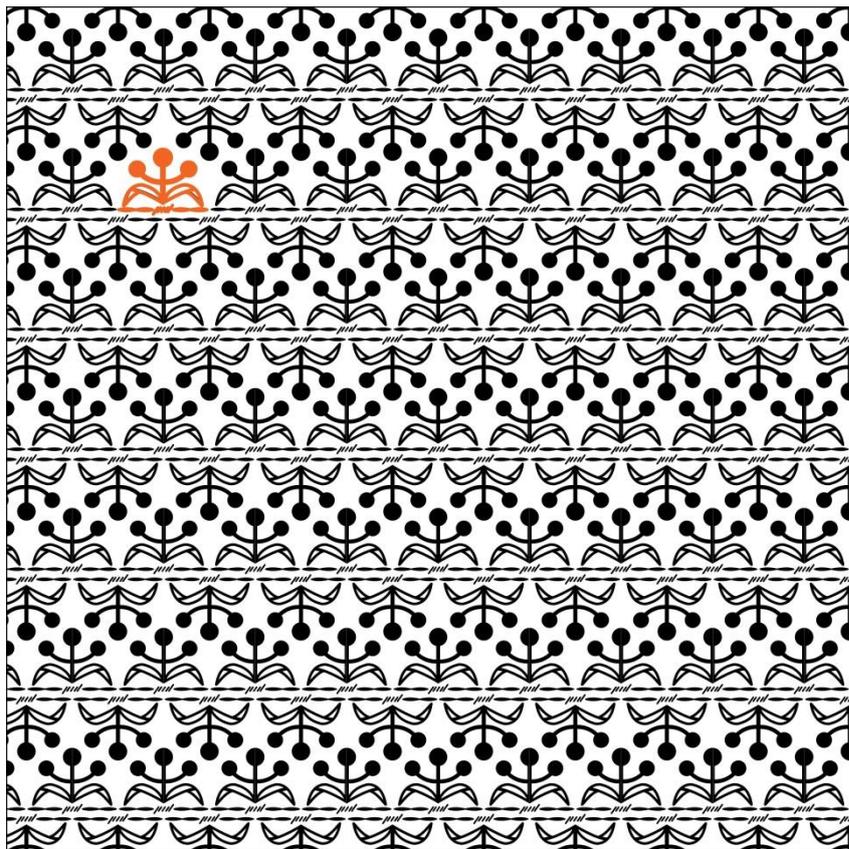


Figura 81 – Padronagem da categoria Paisagem e Animais.
FONTE: a autora, 2014.

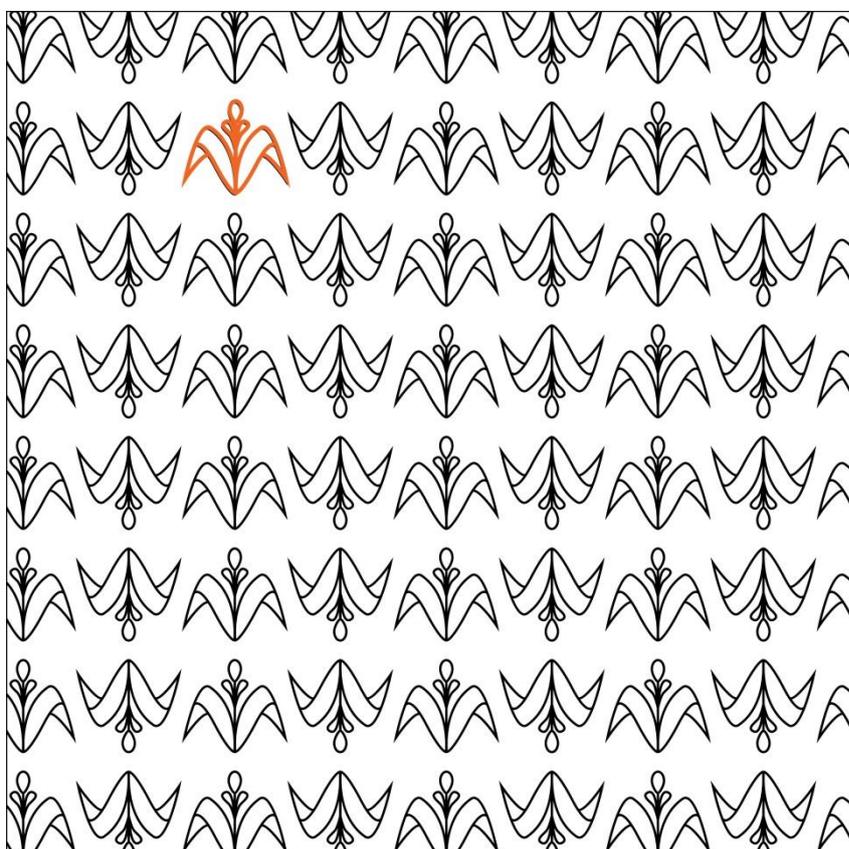


Figura 82 – Padronagem da categoria Paisagem e Animais.
FONTE: a autora, 2014.

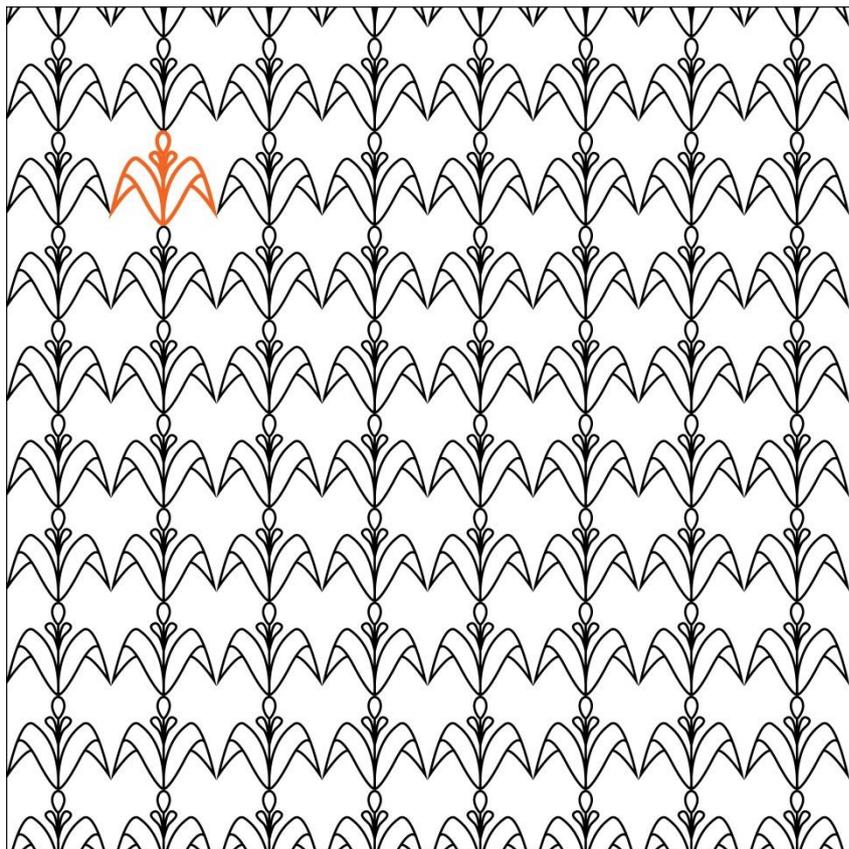


Figura 83 – Padronagem da categoria Paisagem e Animais.
FONTE: a autora, 2014.

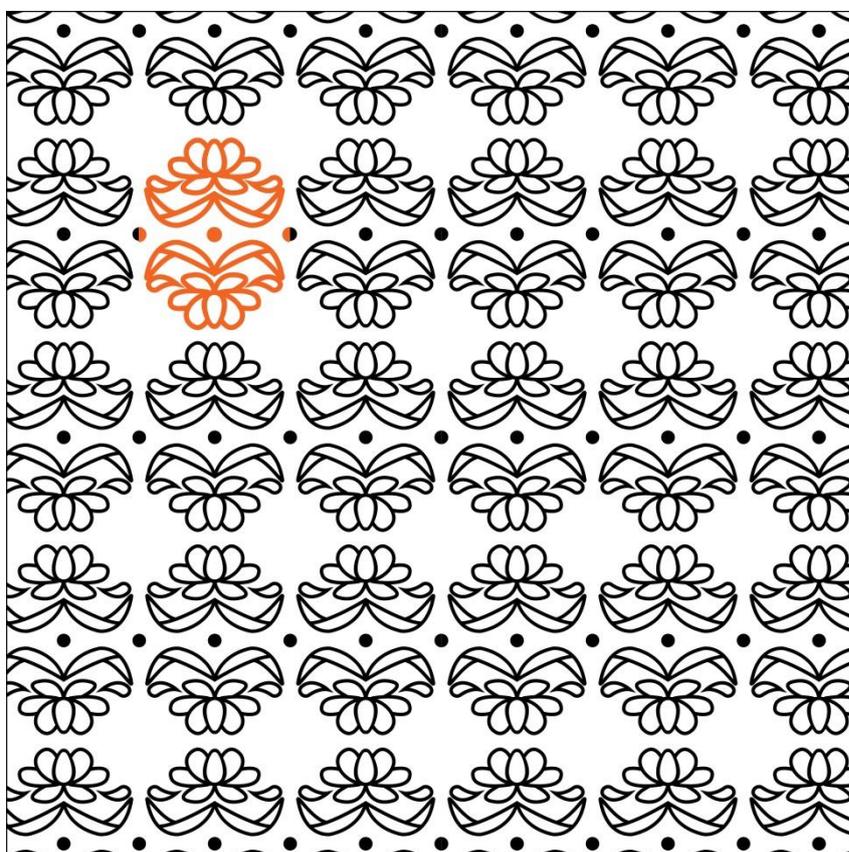


Figura 84 – Padronagem da categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

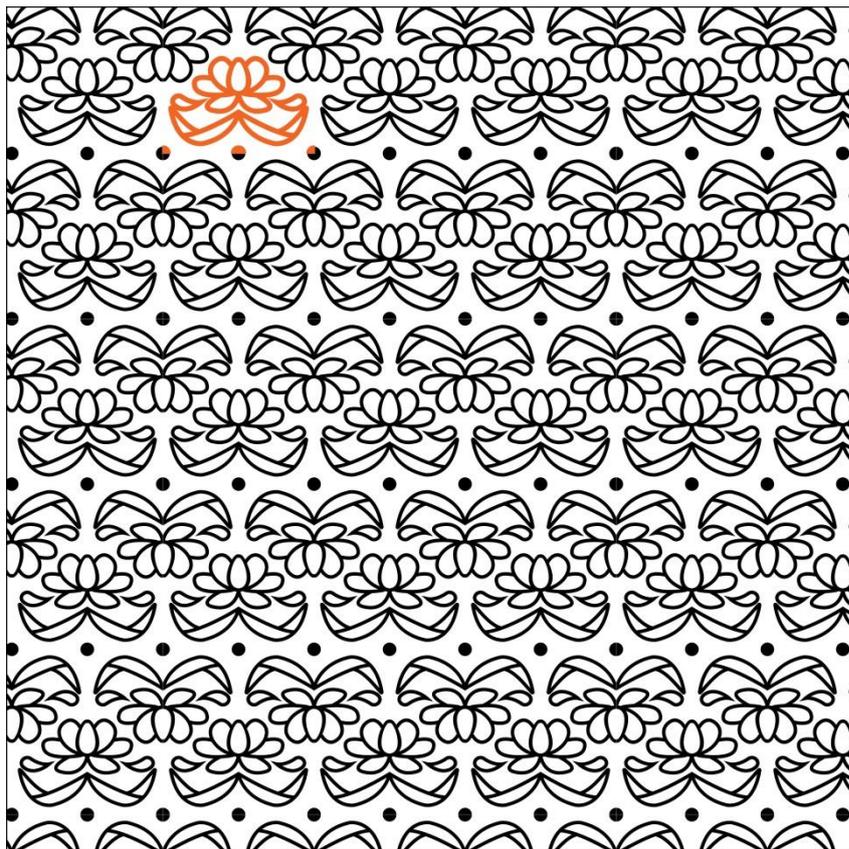


Figura 85 – Padronagem da categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

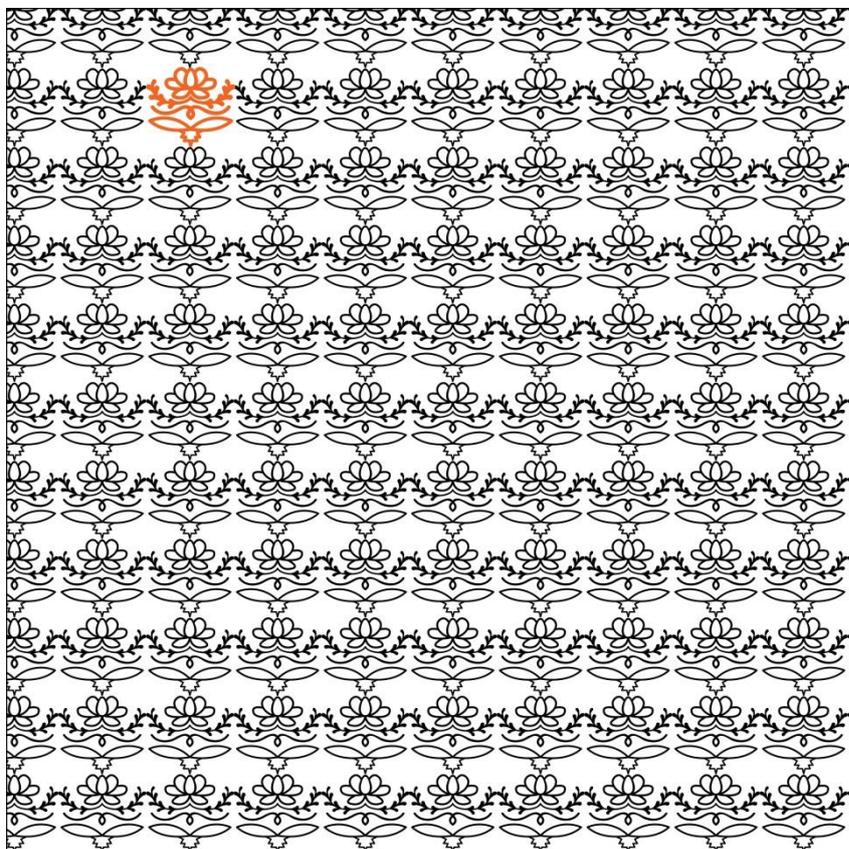


Figura 86 – Padronagem da categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

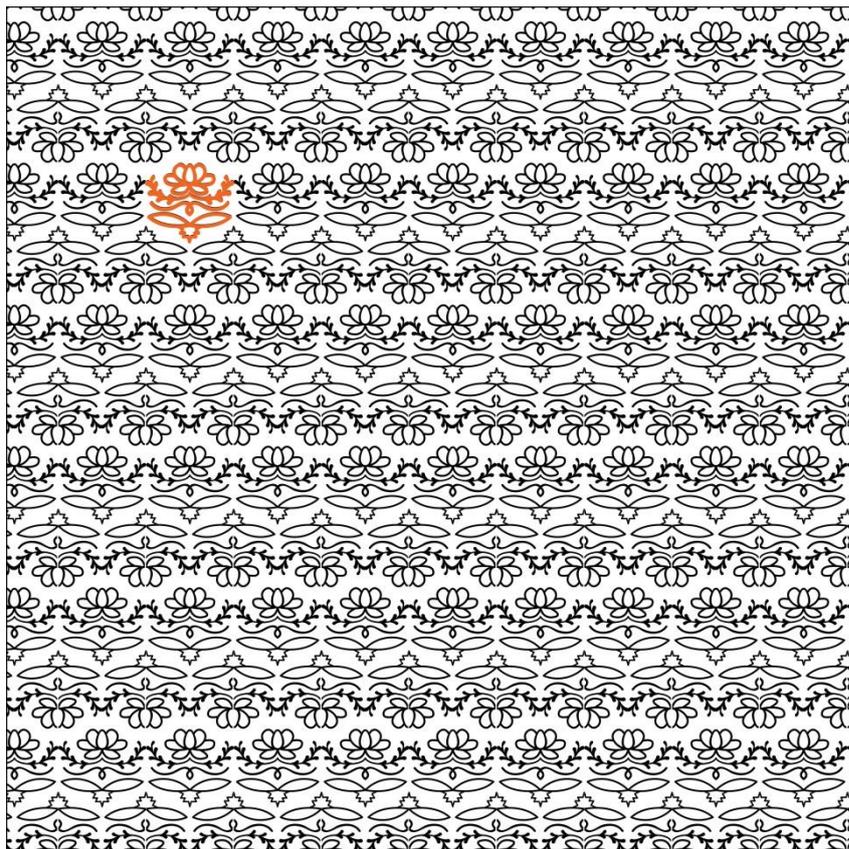


Figura 87 – Padronagem da categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

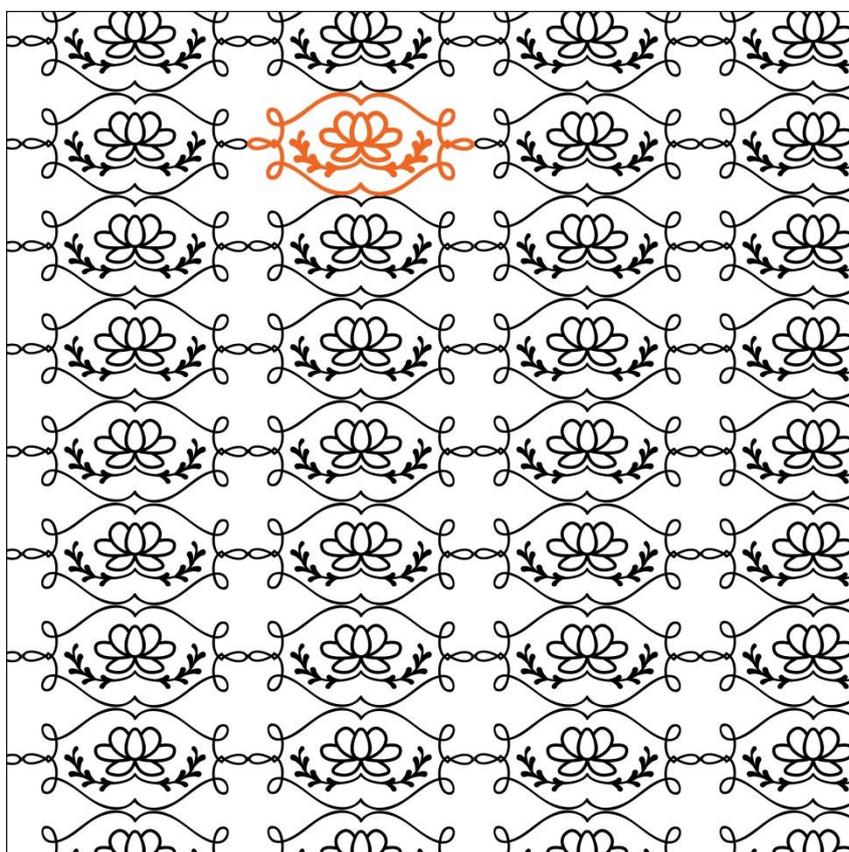


Figura 88 – Padronagem da categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

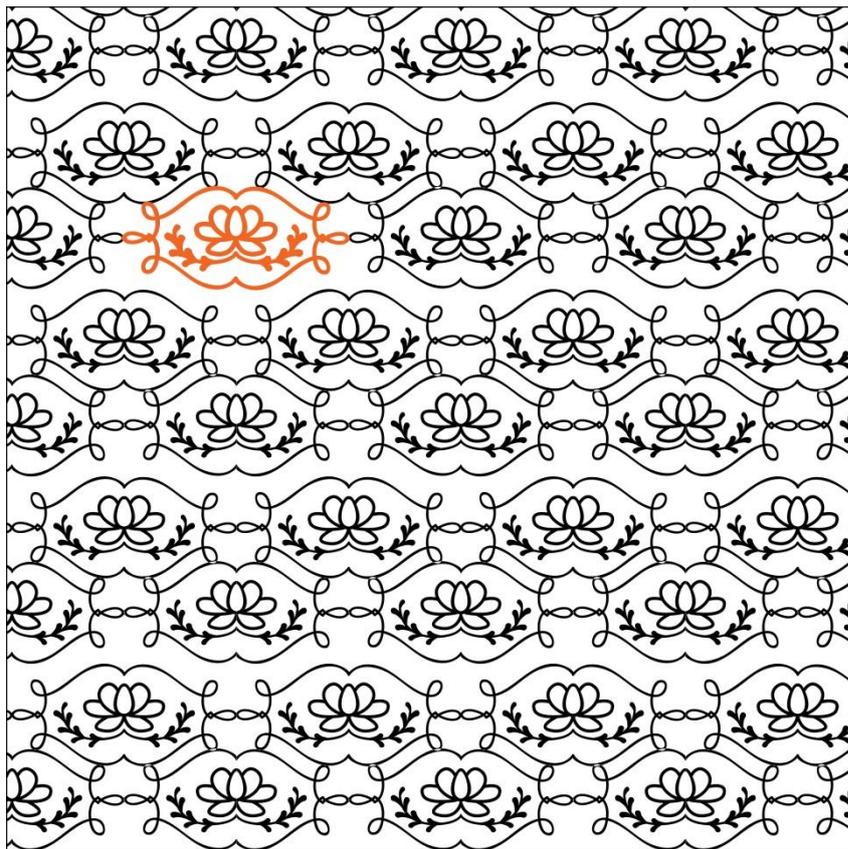


Figura 89 – Padronagem da categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

Considerando o efeito obtido pela repetição das formas básicas, foram escolhidas 2 opções de cada categoria, as quais apresentaram o efeito visual mais interessante e com maior potencial para dar sequência ao trabalho.

4.2 Estudos de Cor

A etapa seguinte à escolha de alternativas foi o estudo de cor. O estudo iniciou com a definição da paleta de cores. Foram escolhidas as cores marrom, amarelo, azul, verde e branco, tomando como base o registro fotográfico já apresentado.

A figura 90 apresenta a paleta de cores inicial definida para aplicação nas estampas, com identificação numérica para facilitar a associação com as aplicações posteriores.

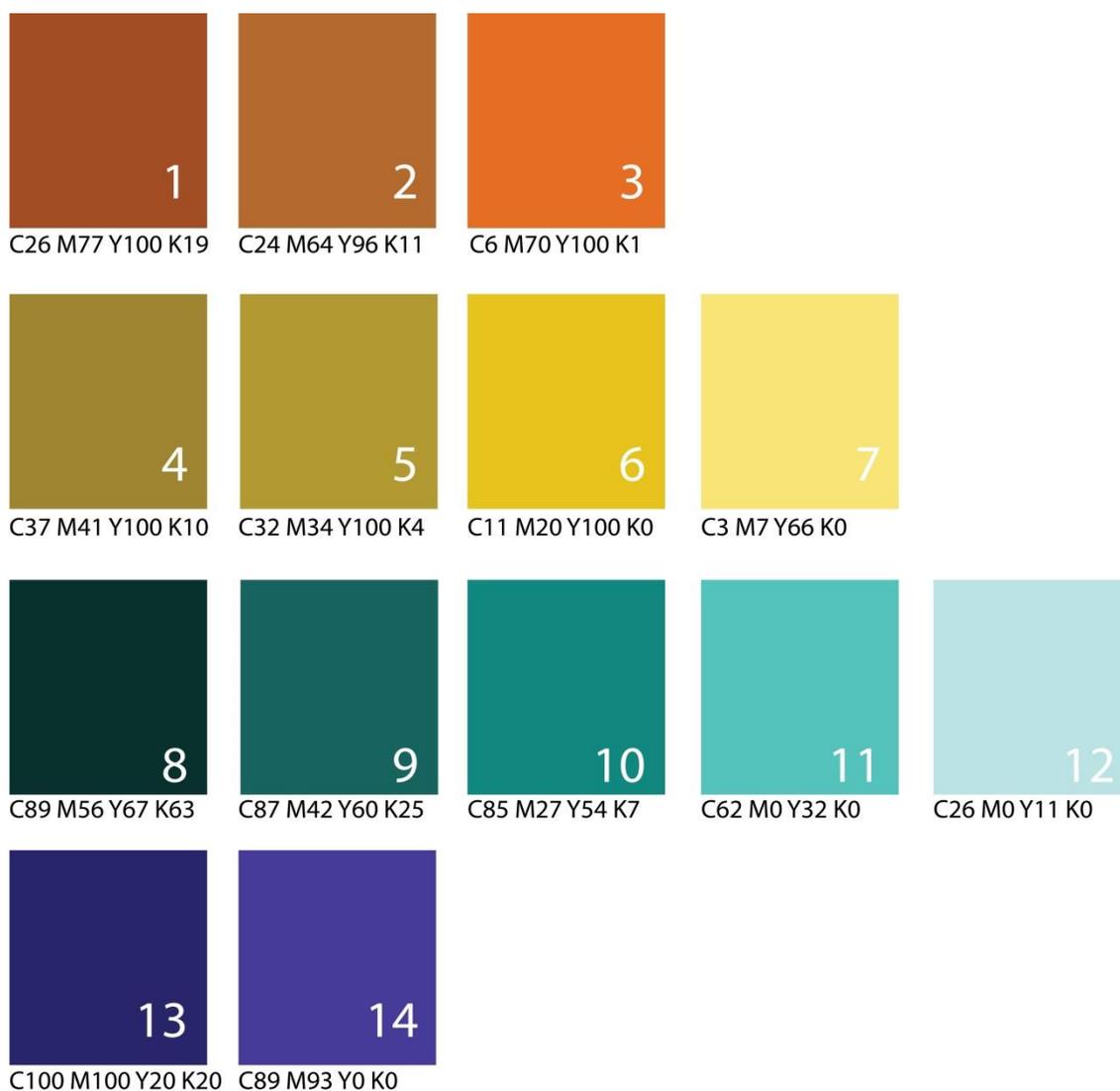


Figura 90 – Paleta de cores inicial.
FONTE: a autora, 2014.

A partir das cores definidas na paleta, foram criadas 15 combinações diferentes entre elas, as quais foram aplicadas às padronagens escolhidas compondo o fundo e as figuras.

As seguintes figuras de 91 a 108 demonstram os resultados da aplicação da combinação de cores às padronagens, e as cores utilizadas são indicadas na primeira estampa (figuras 91, 92 e 93), conforme a paleta de cores já apresentada. Nas demais padronagens as combinações se repetem.

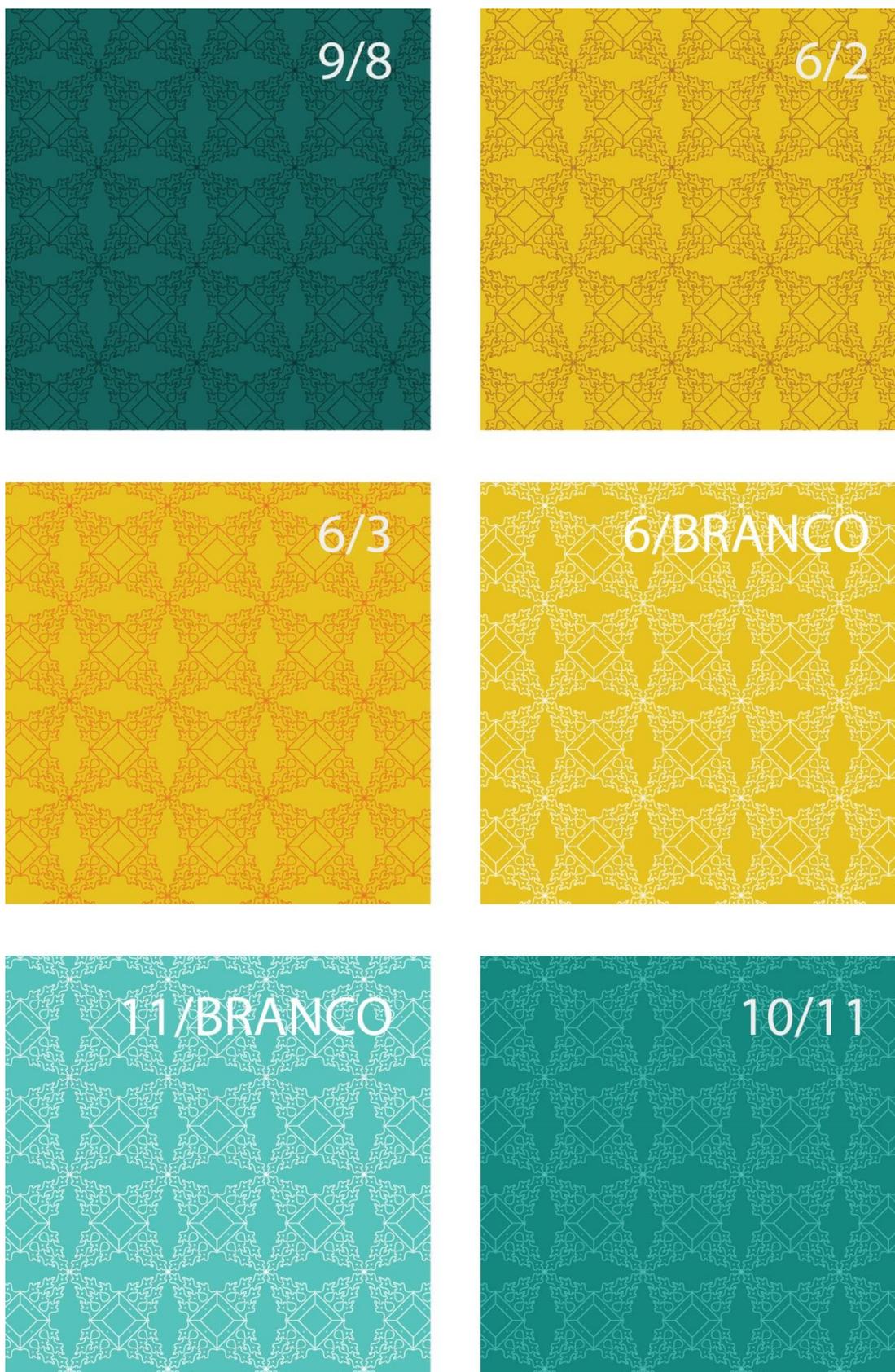


Figura 91 – Estudo de cor - categoria Arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.

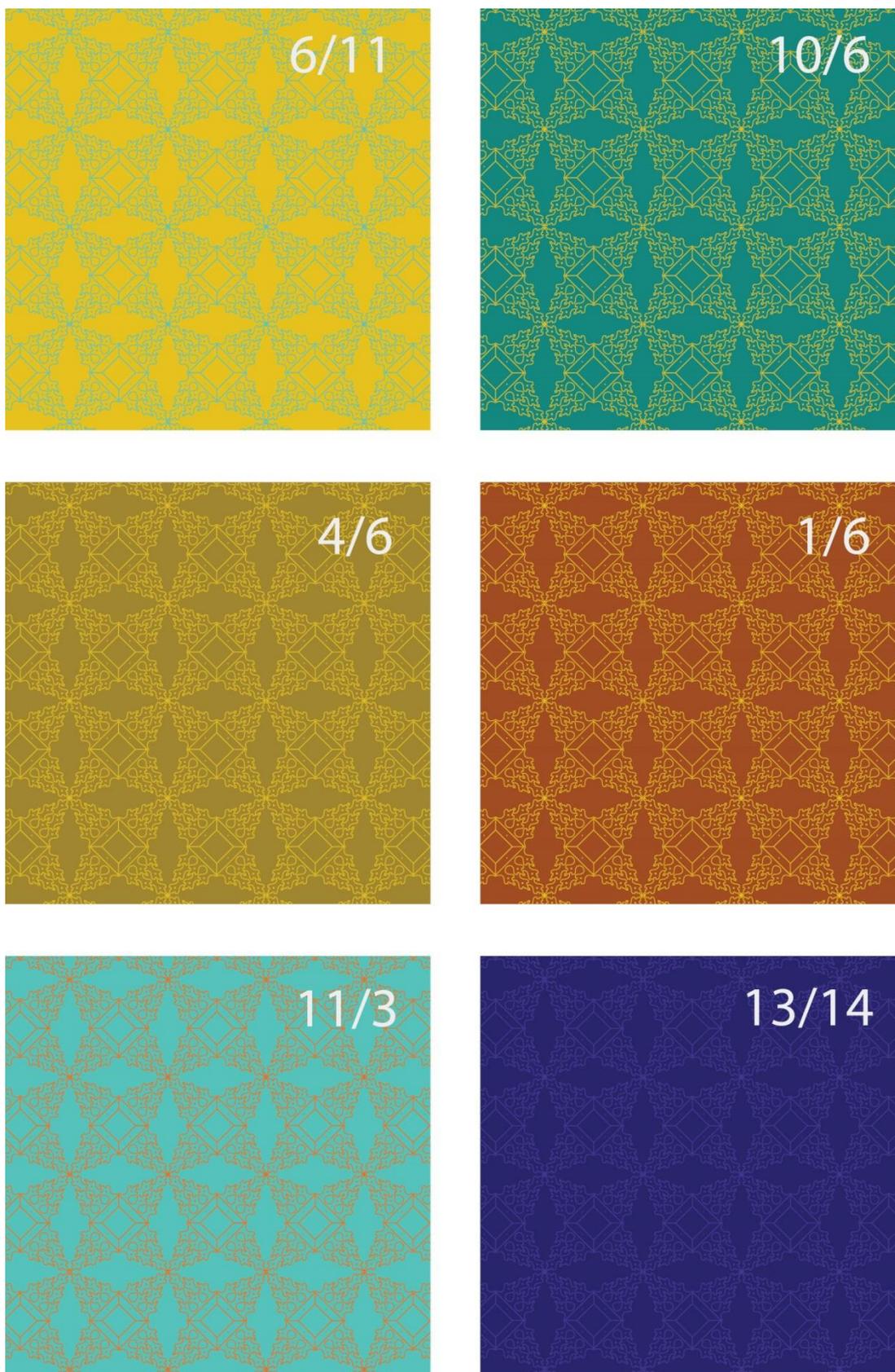


Figura 92 – Estudo de cor - categoria Arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.

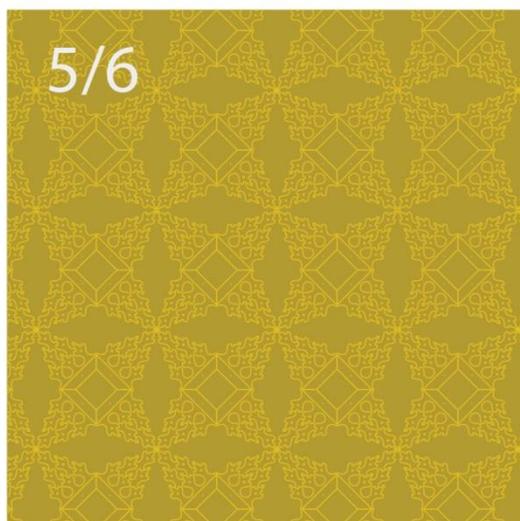
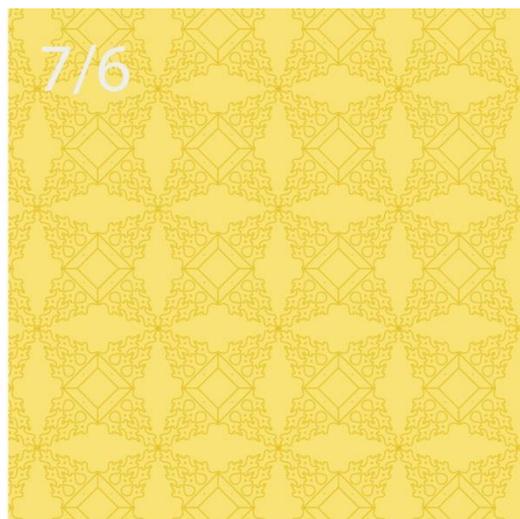
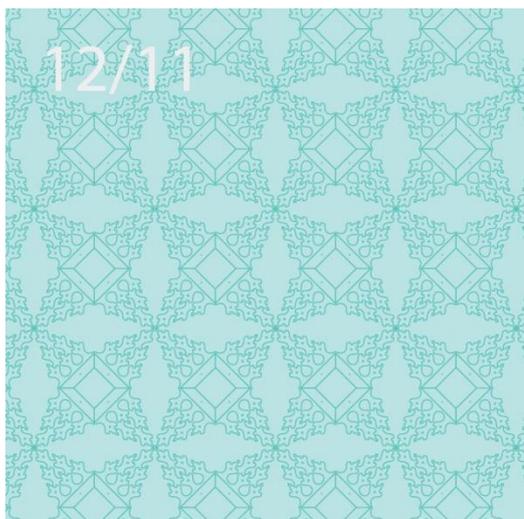


Figura 93 – Estudo de cor - categoria Arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 94 – Estudo de cor - categoria Arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 95 – Estudo de cor - categoria Arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.

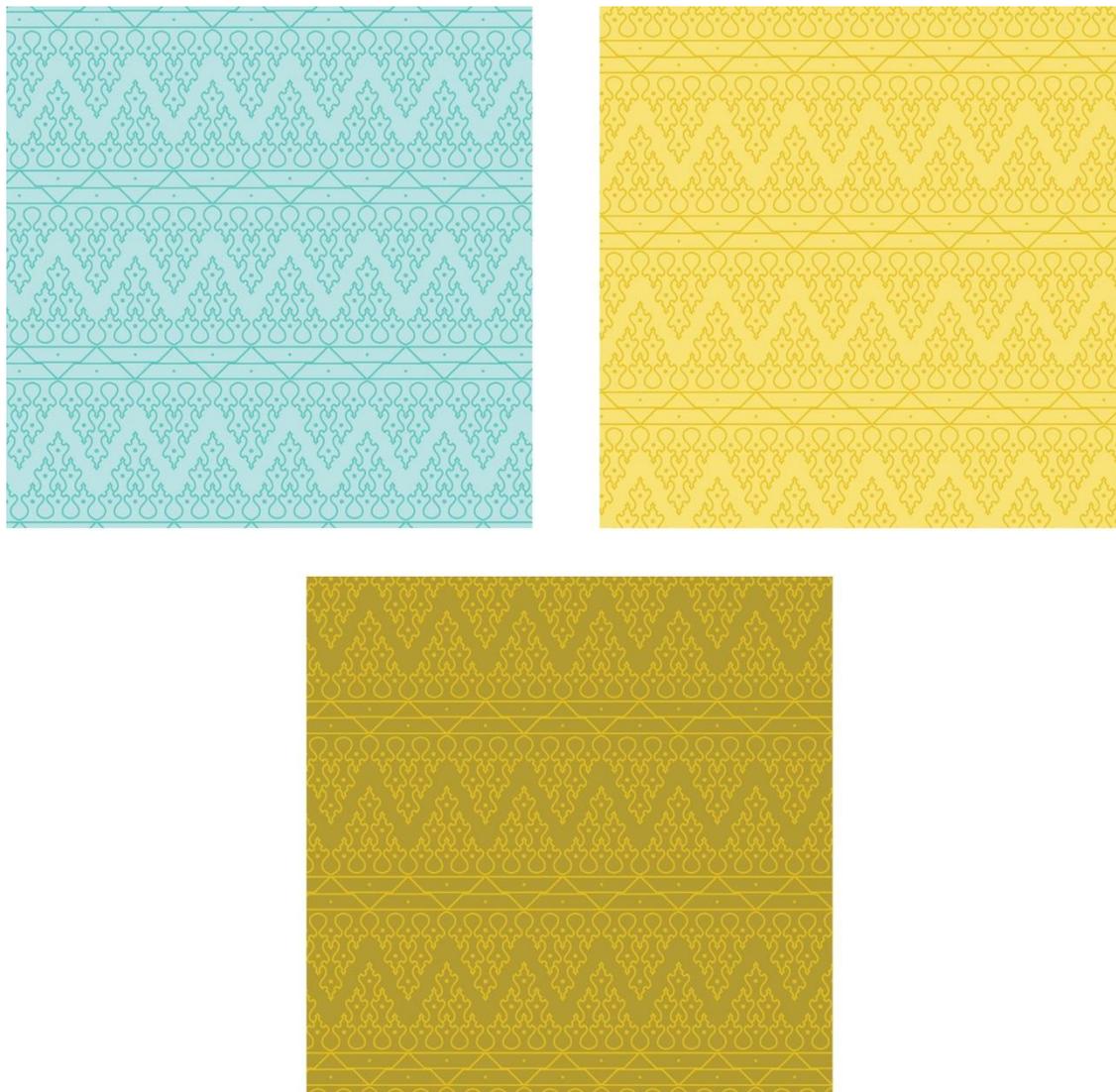


Figura 96 – Estudo de cor - categoria Arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.

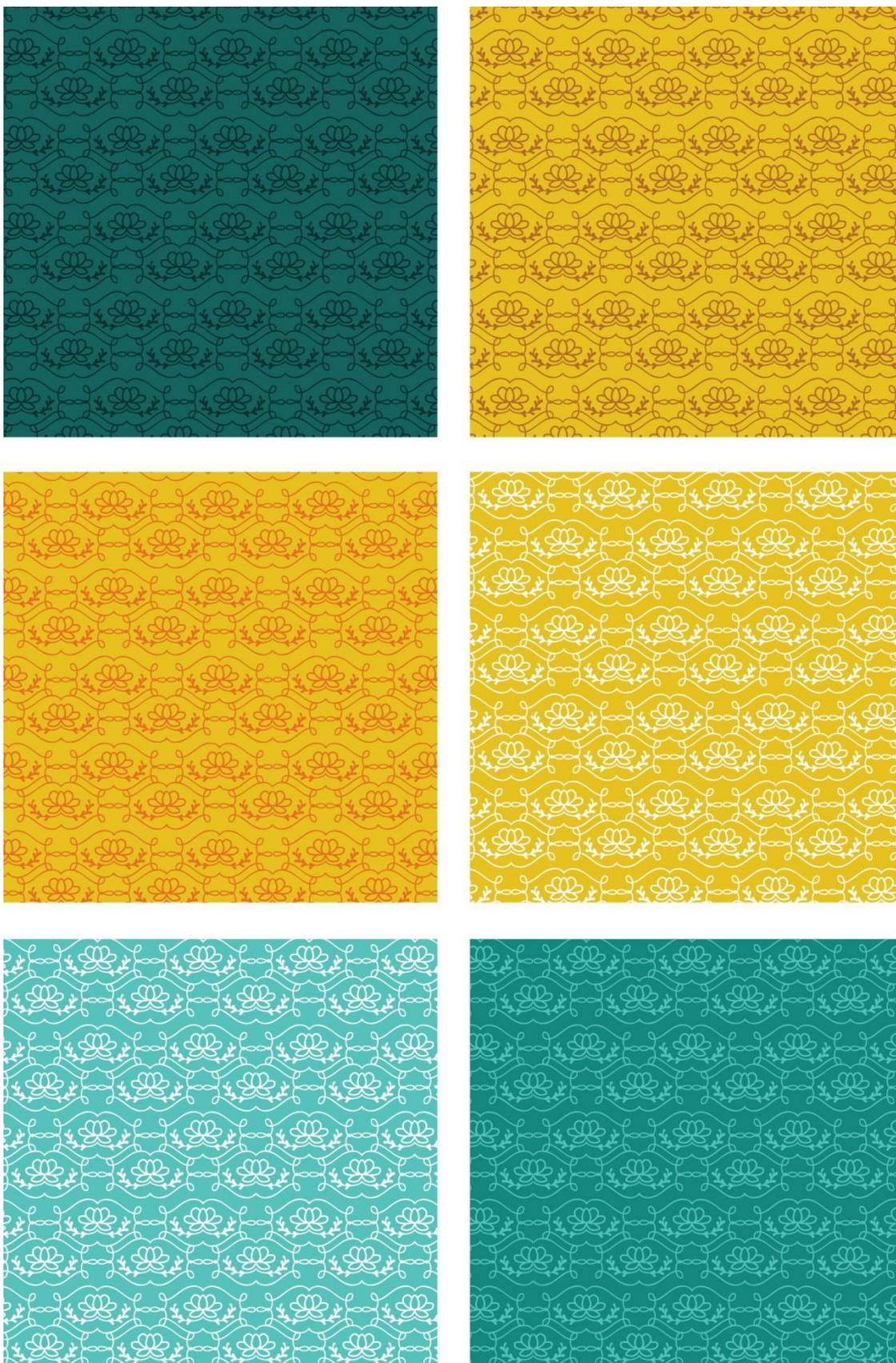


Figura 97 – Estudo de cor - categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

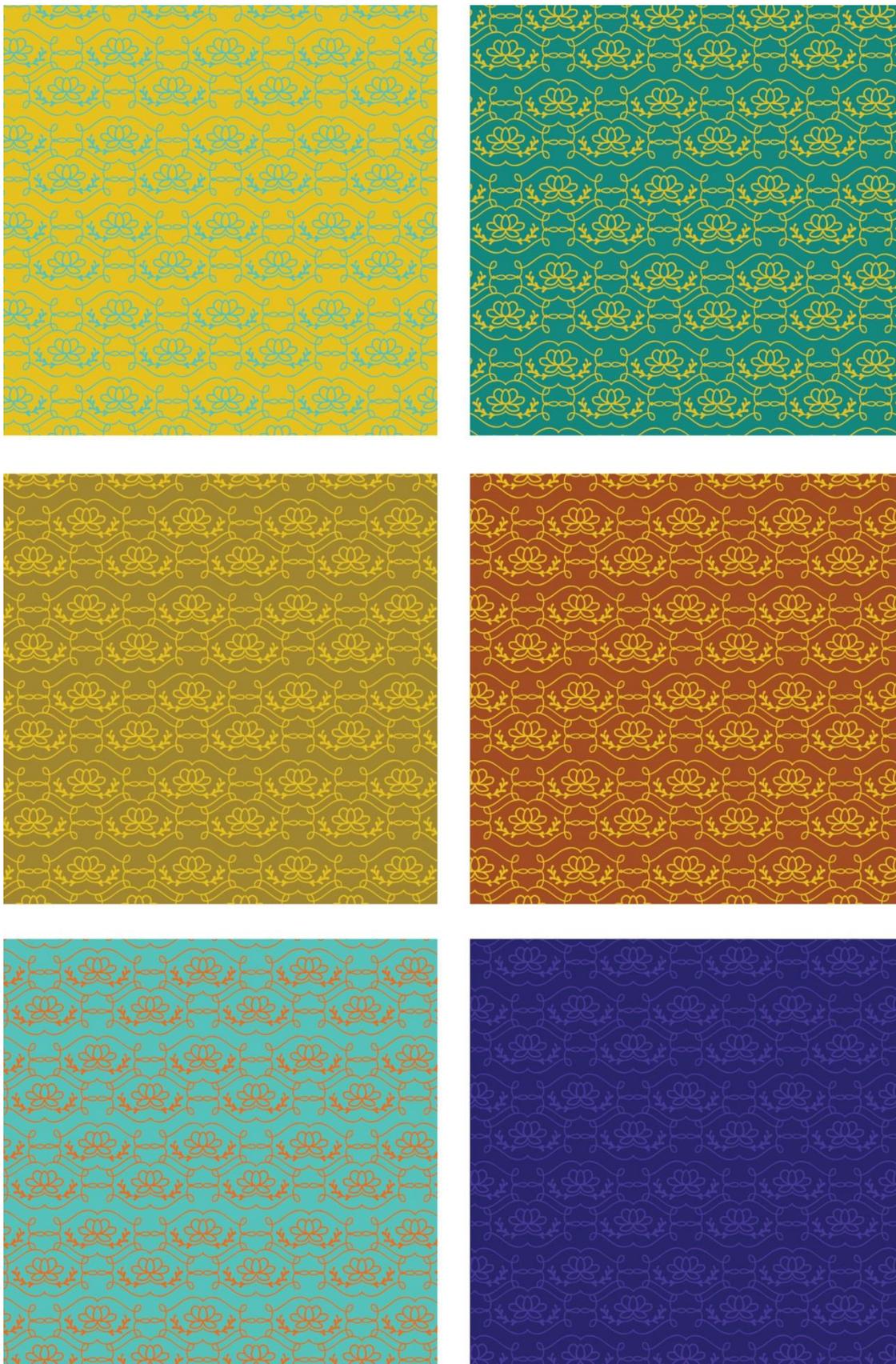


Figura 98 – Estudo de cor - categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

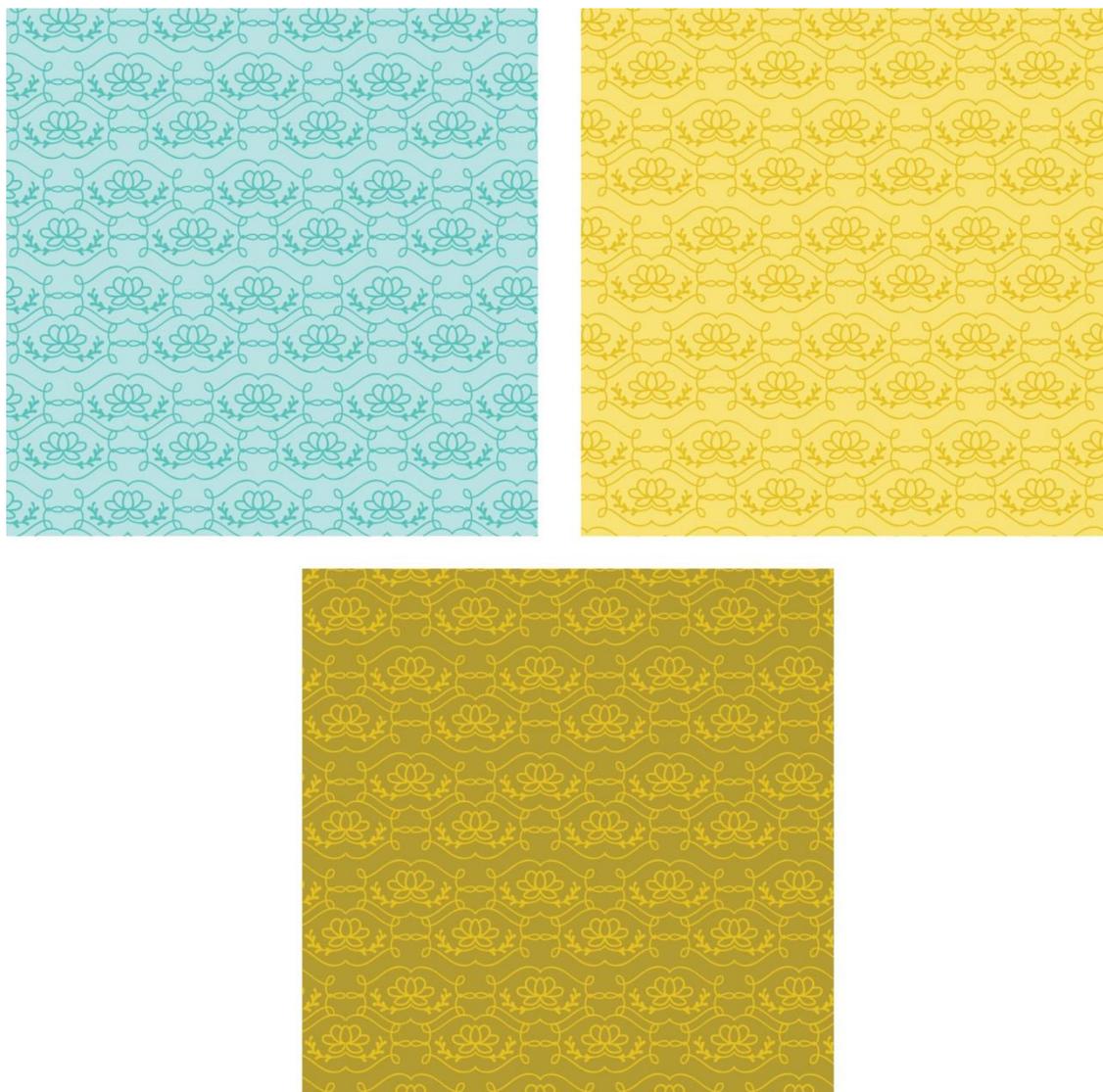


Figura 99 – Estudo de cor - categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

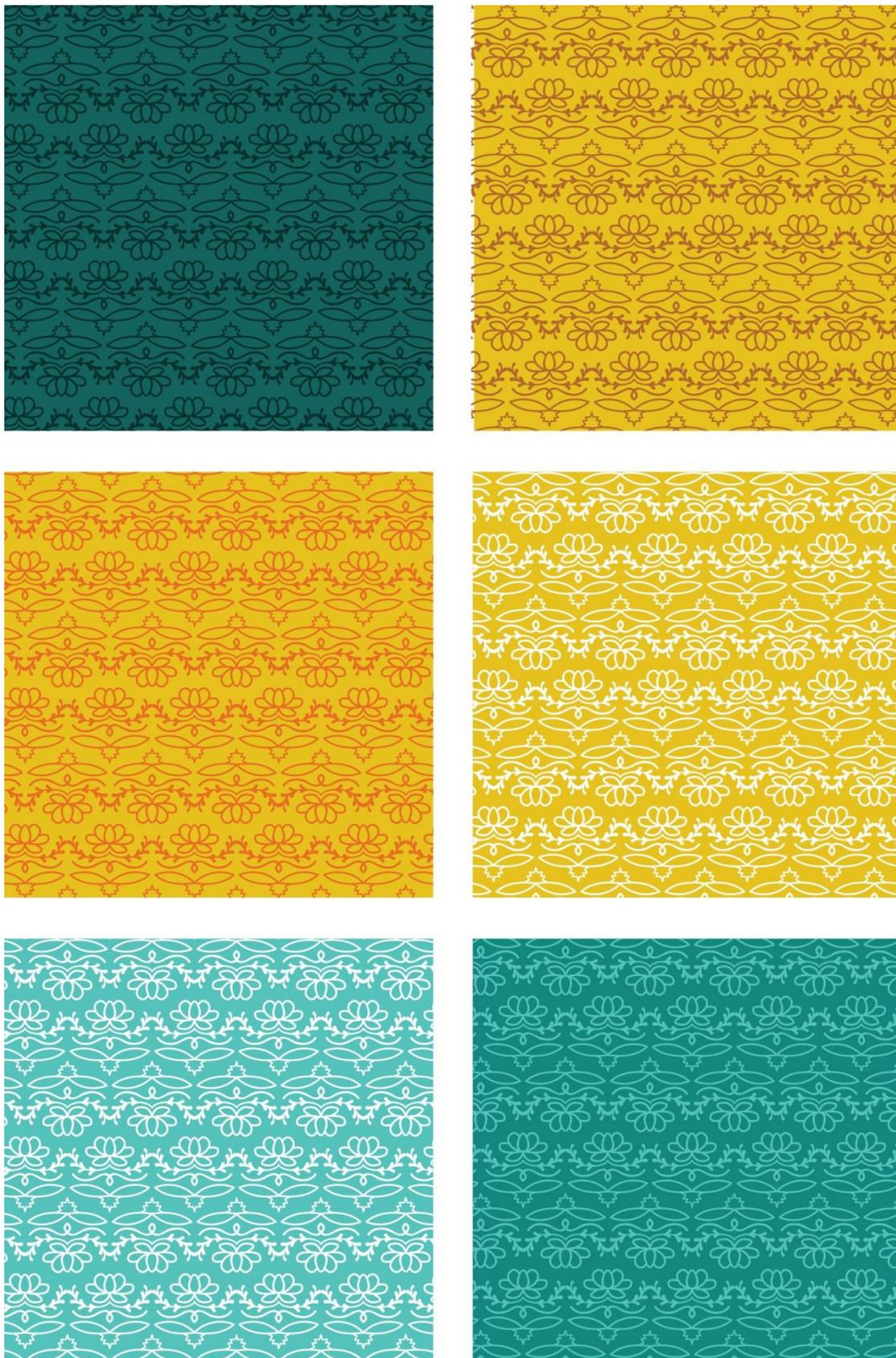


Figura 100 – Estudo de cor - categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

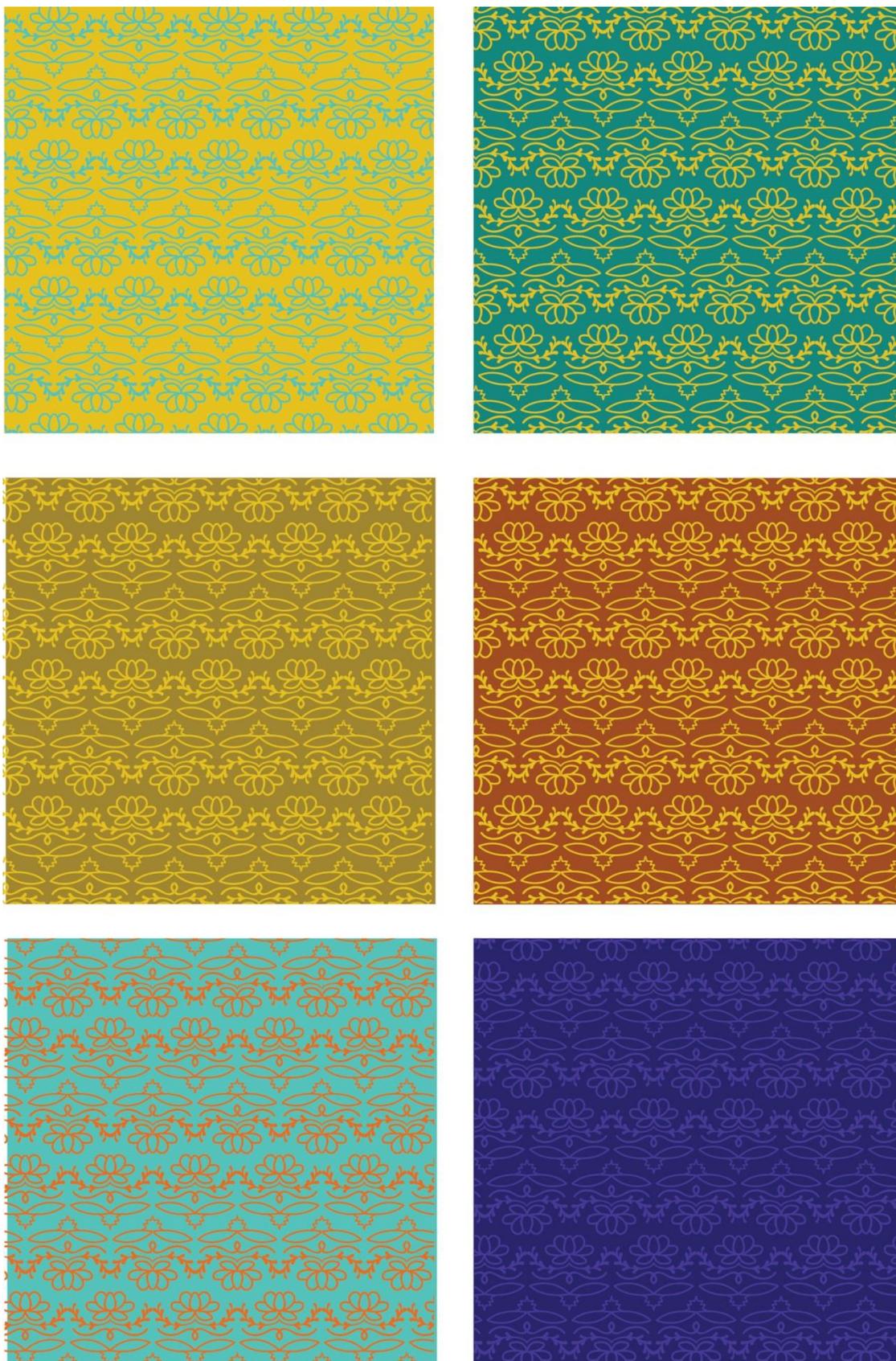


Figura 101 – Estudo de cor - categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

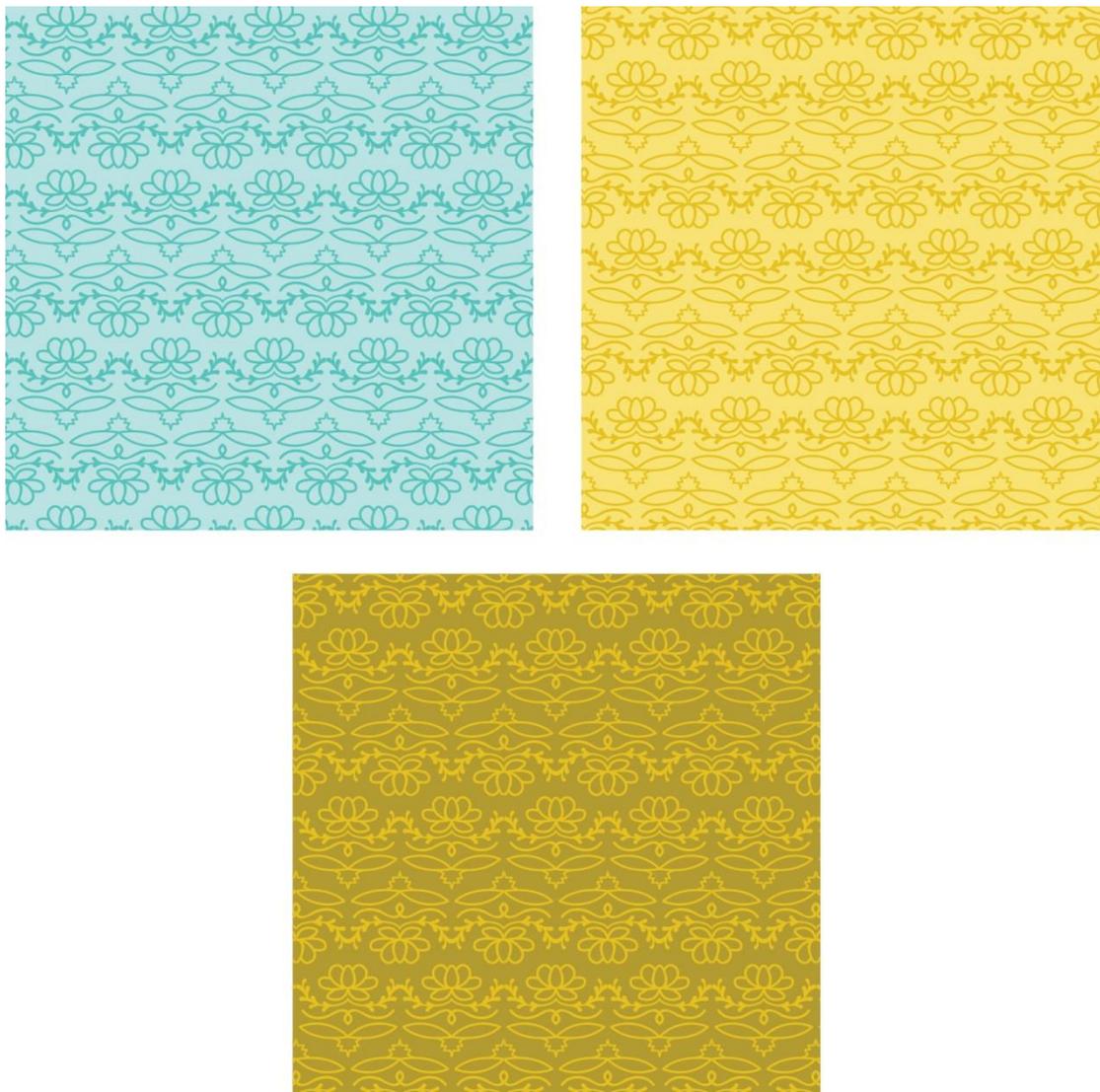


Figura 102 – Estudo de cor - categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

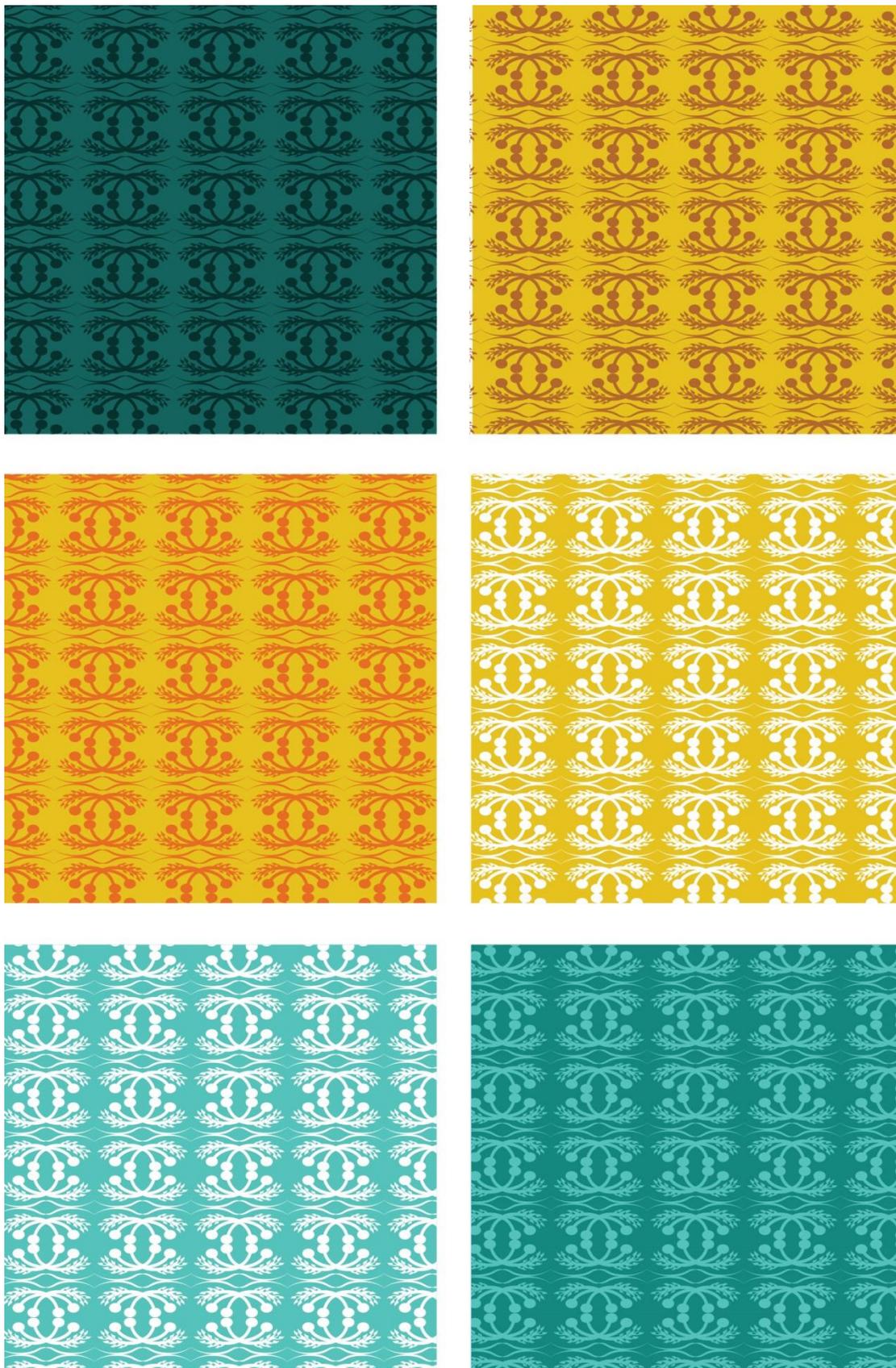


Figura 103 – Estudo de cor - categoria Paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

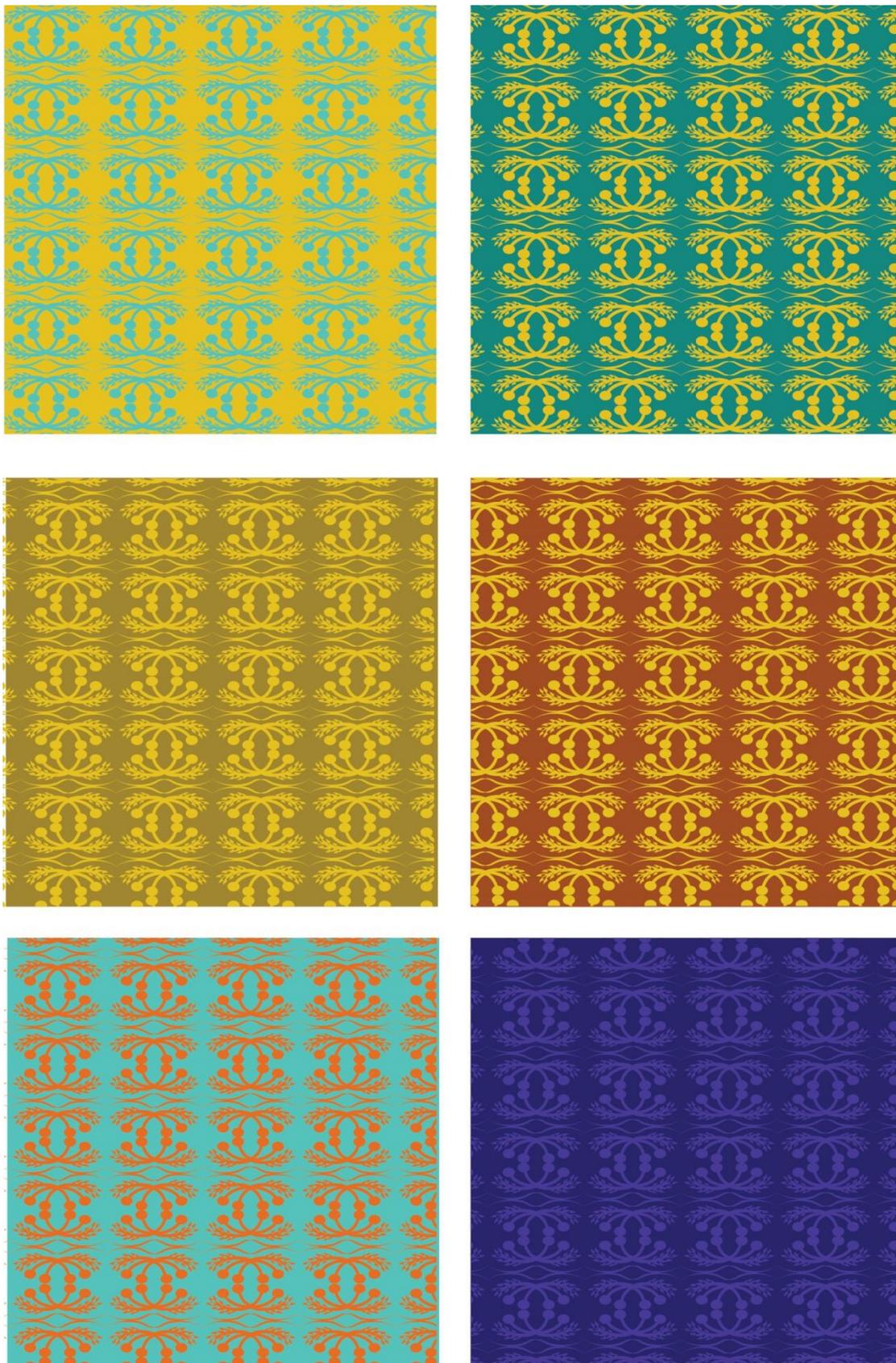


Figura 104 – Estudo de cor - categoria Paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

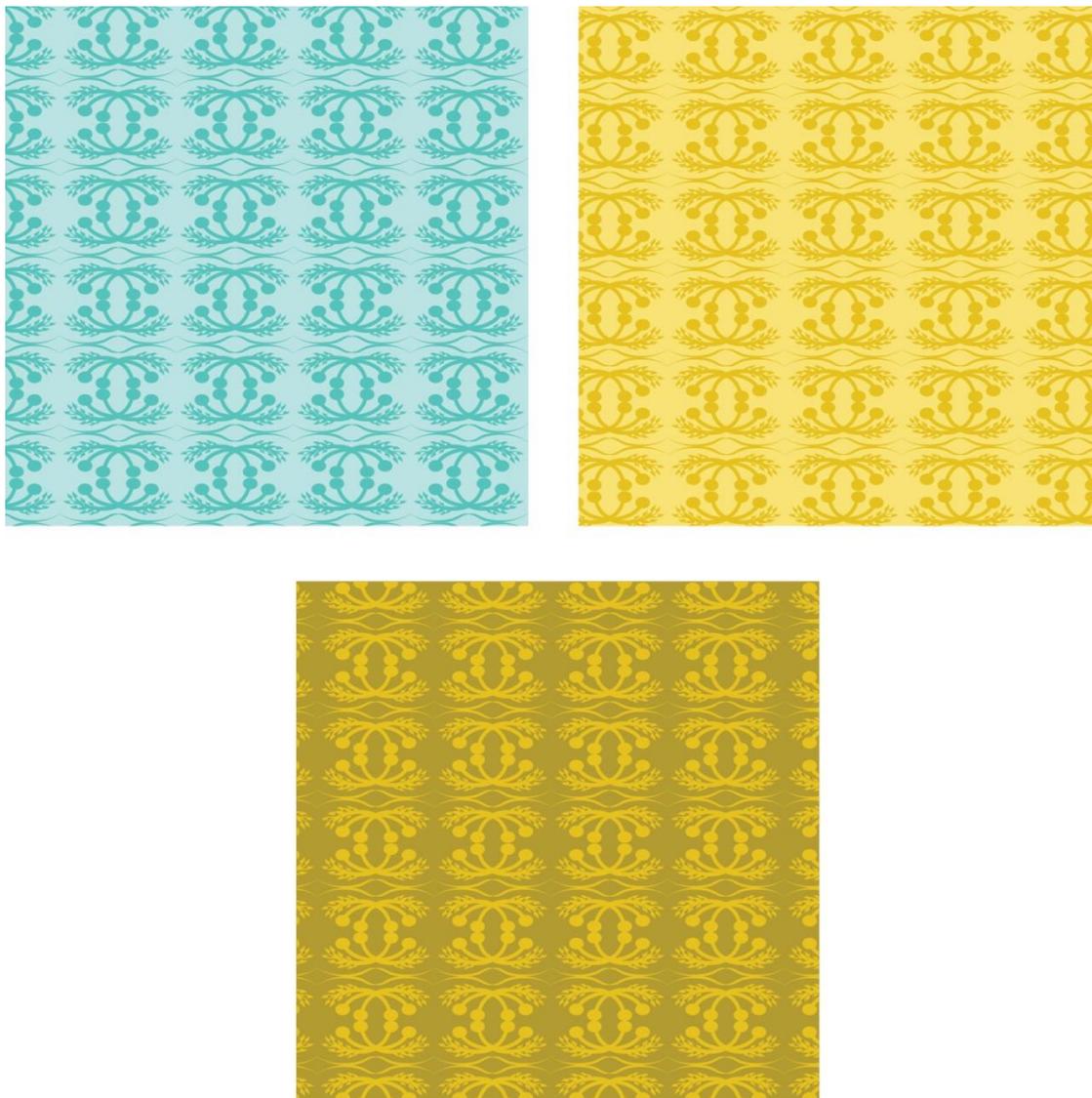


Figura 105 – Estudo de cor - categoria Paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

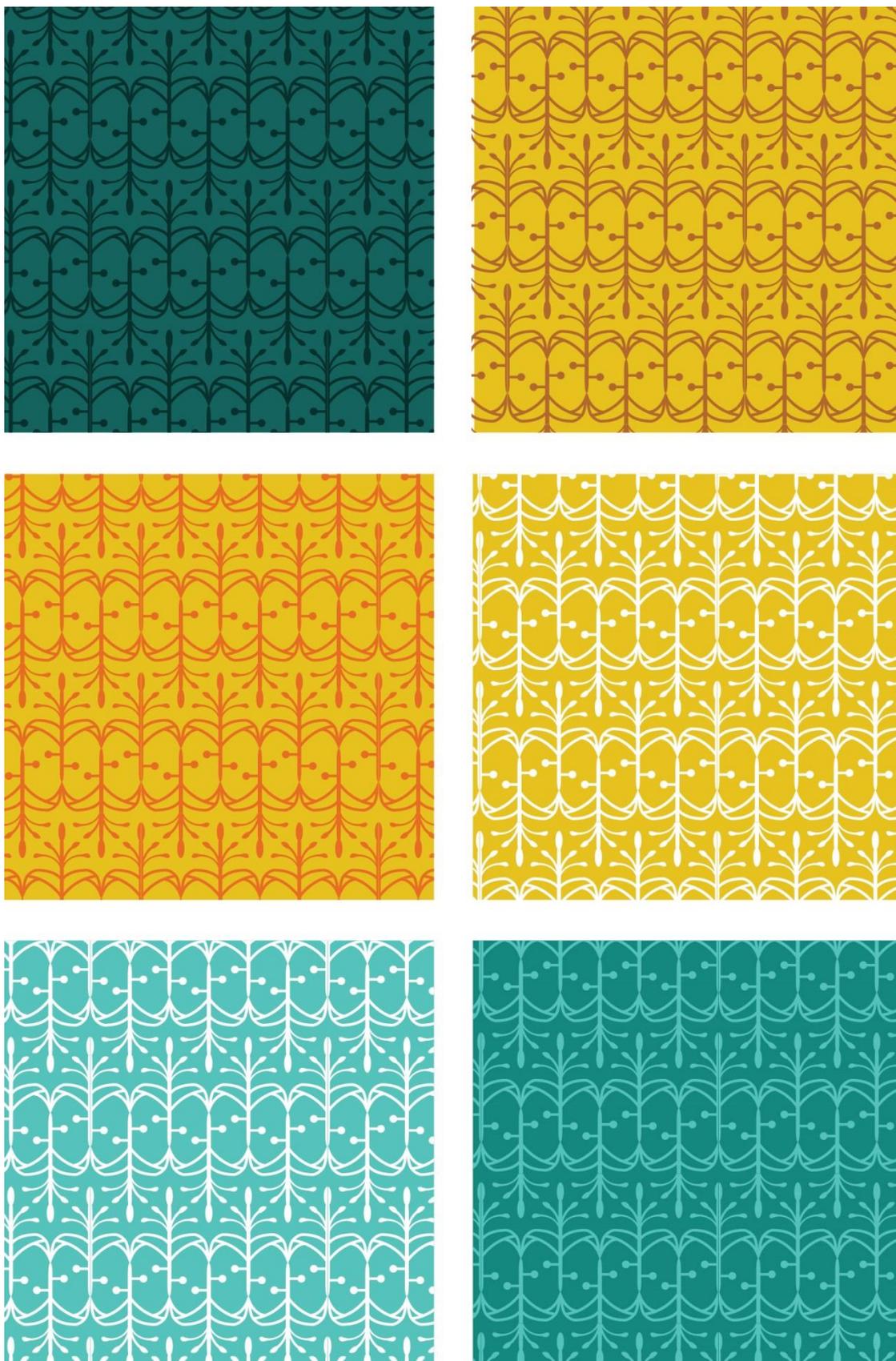


Figura 106 – Estudo de cor - categoria Paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

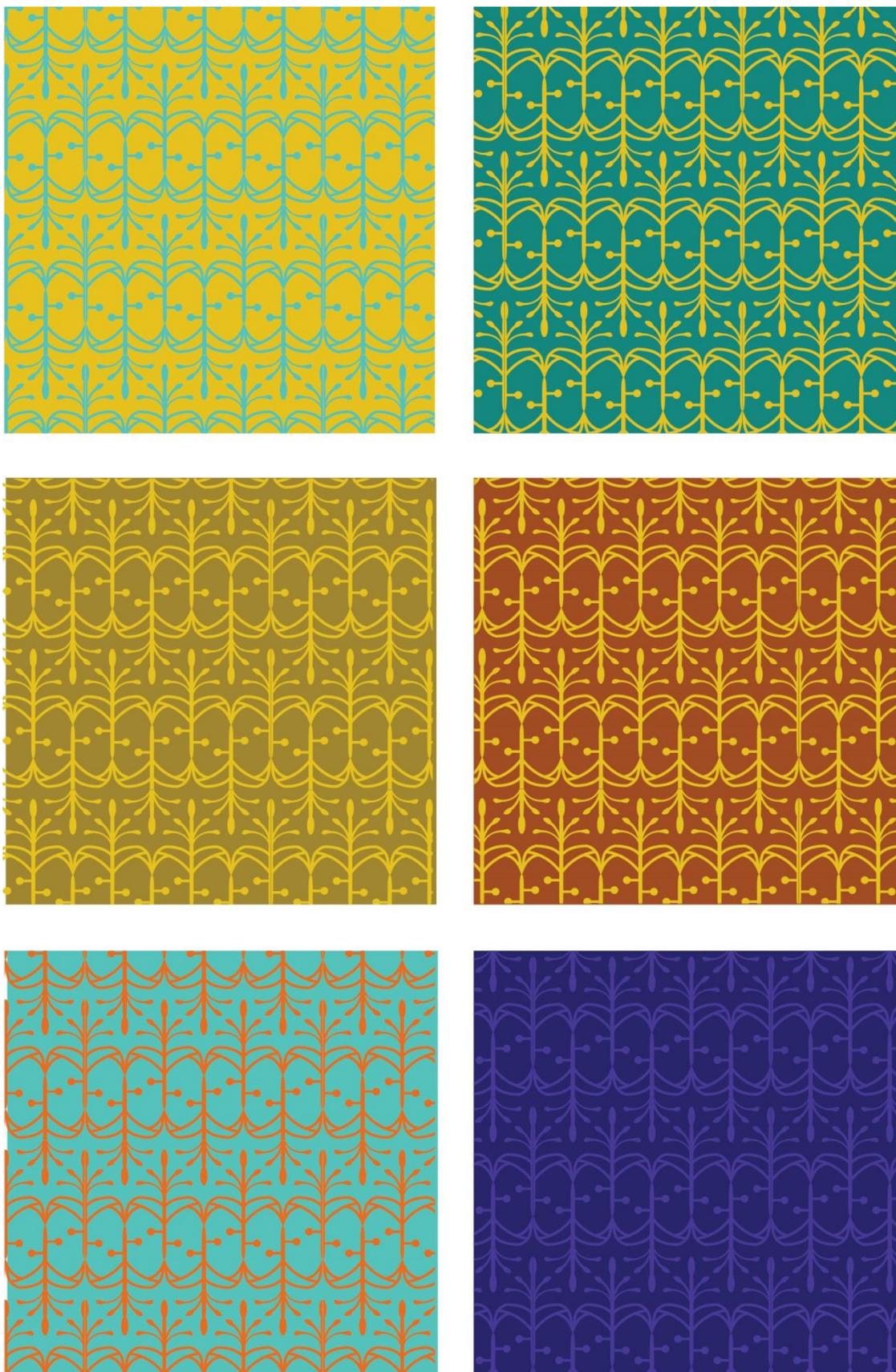


Figura 107 – Estudo de cor - categoria Paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

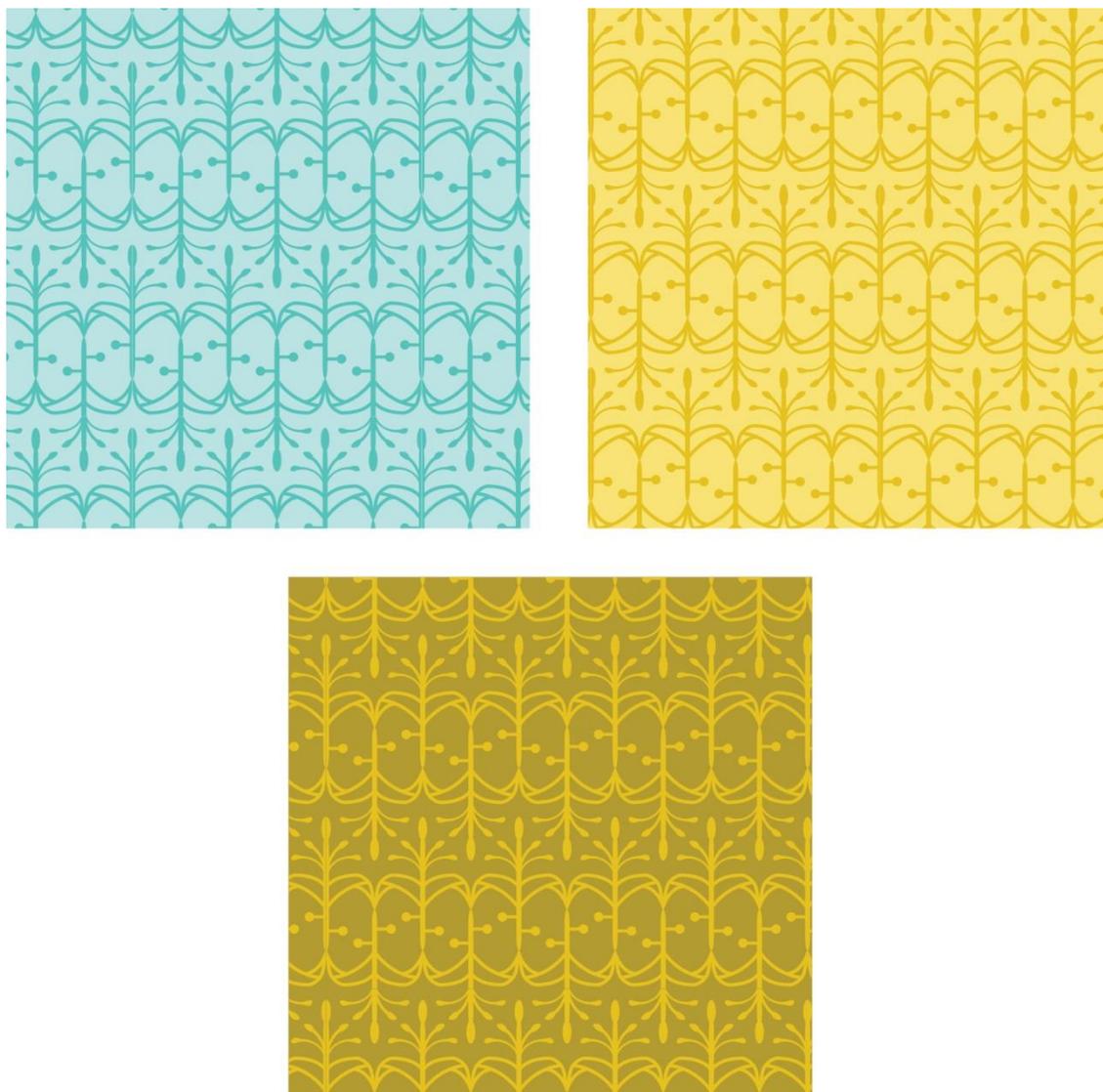


Figura 108 – Estudo de cor - categoria Paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

Analisando o efeito visual da combinação de cores em cada padronagem e baseando-se nas características inerentes a cada categoria, foi escolhida uma cor para cada categoria como critério de pré-seleção. Assim, para a categoria “Arquitetura” foi determinada a cor amarela, para “Artesanato” a cor azul, e verde para “Paisagem”. Então foi feita a escolha dentre os diversos tons de cada cor a fim de determinar as alternativas finais. Além disso, foi preciso escolher dentre as duas padronagens de cada categoria levando em consideração os mesmos critérios.

As figuras 109 a 111 apresentam as alternativas selecionadas:

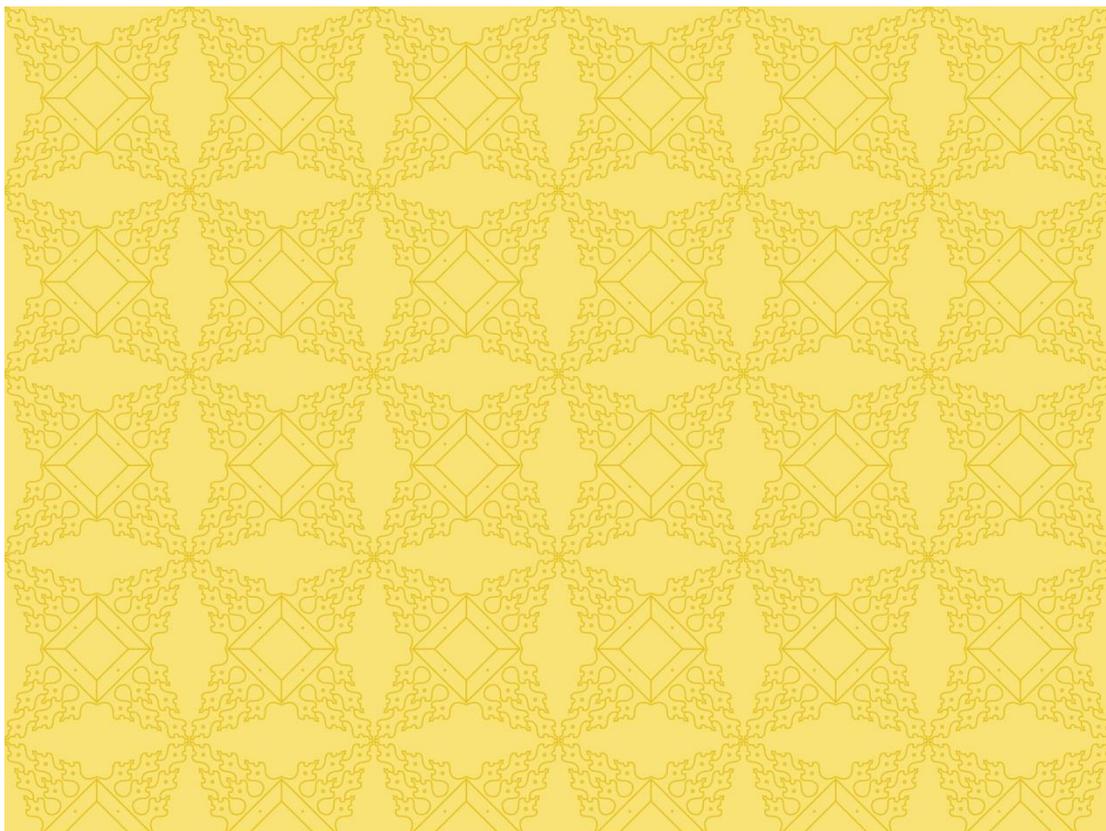


Figura 109 – Alternativa escolhida - categoria Arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.

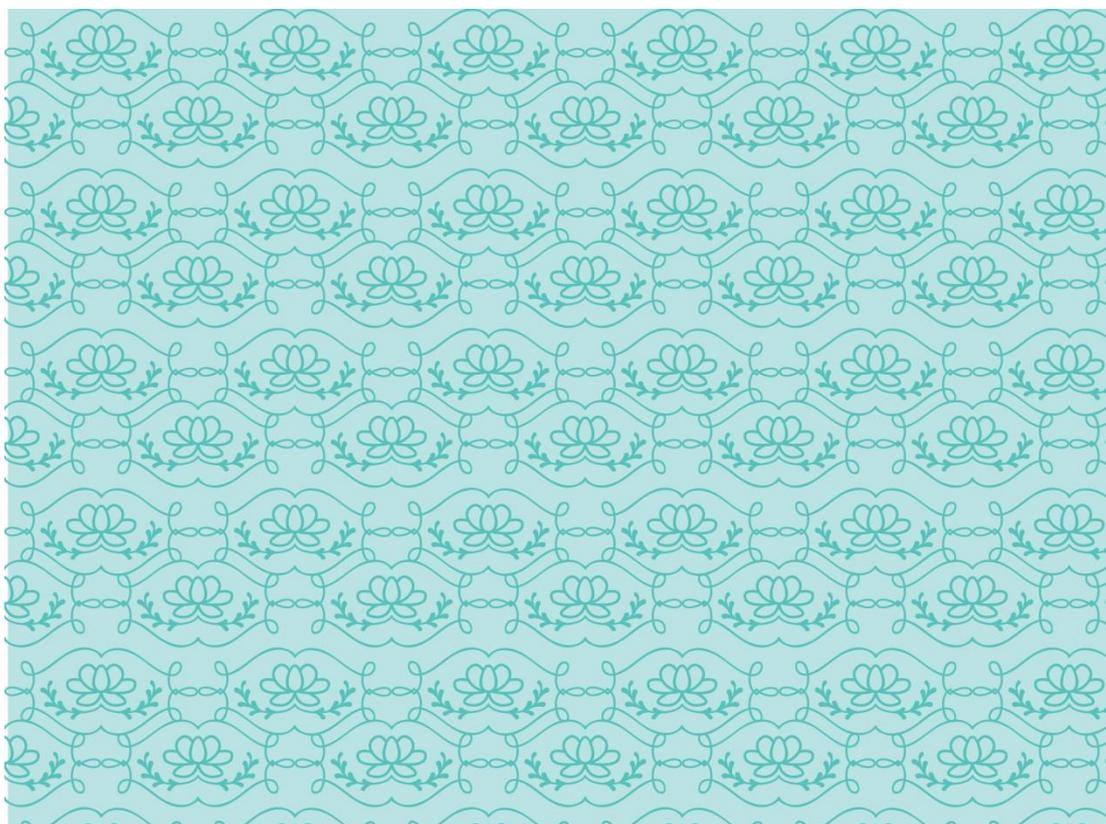


Figura 110 – Alternativa escolhida - categoria Artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

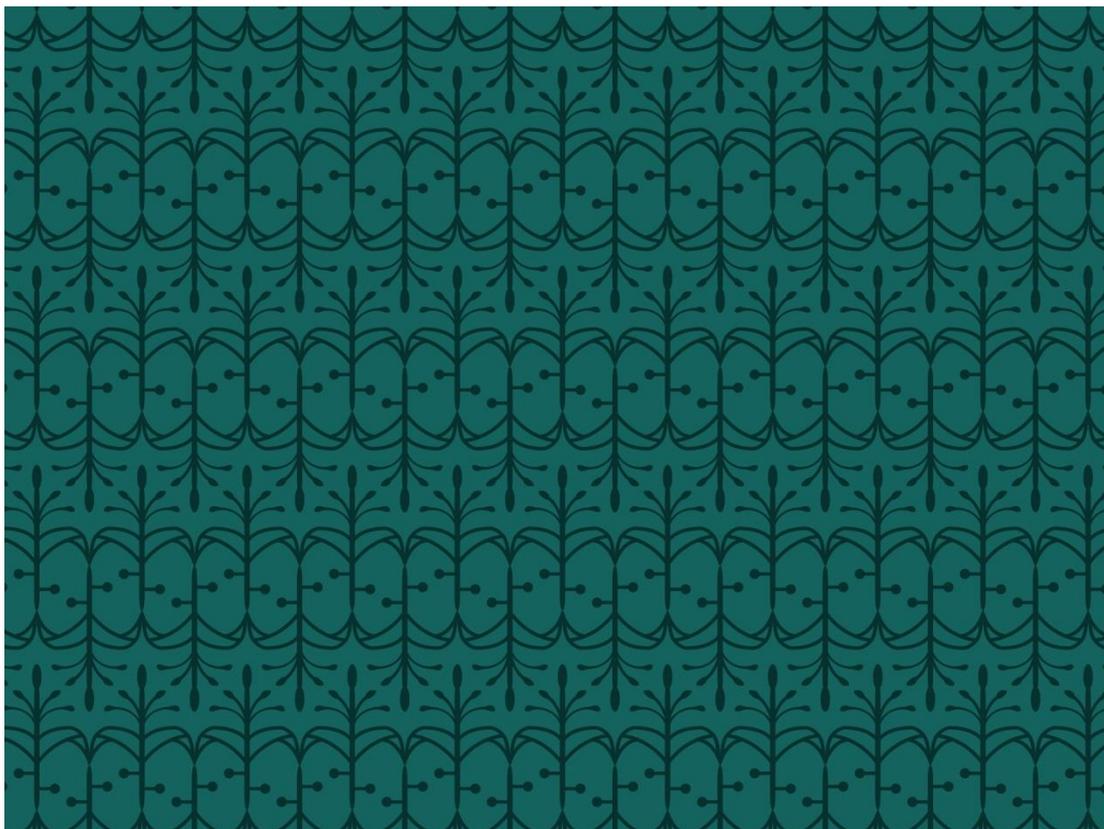


Figura 111 – Alternativa escolhida - categoria Paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

Após concluir a escolha das alternativas, observou-se que a combinação das cores escolhida na categoria Paisagem não aparentou estar bem resolvida. Portanto, foram feitos novos estudos baseados na mesma paleta de cores (figura 112) que apresentou os seguintes resultados, comparados à primeira alternativa:

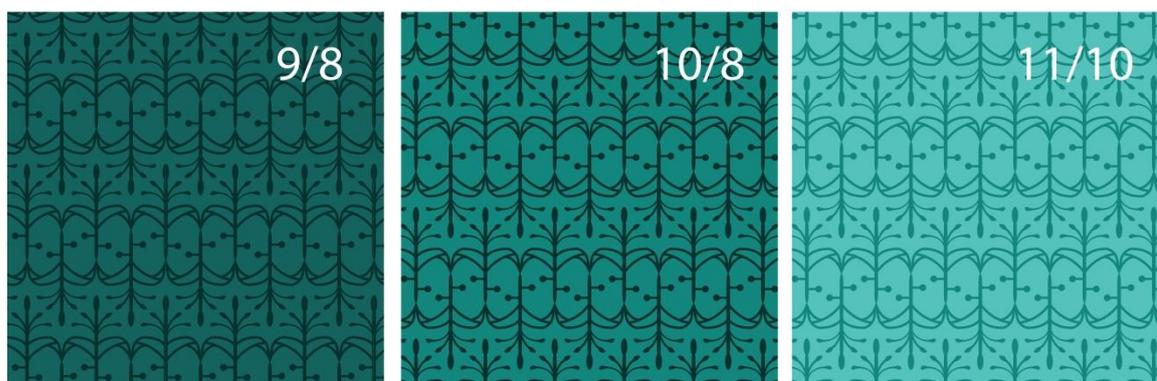


Figura 112 – Novos estudos de cor - categoria Paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

Assim, foi escolhida a nova alternativa, exposta na figura 113, que apresentou melhor contraste, leveza e harmonia, em relação à alternativa anterior.

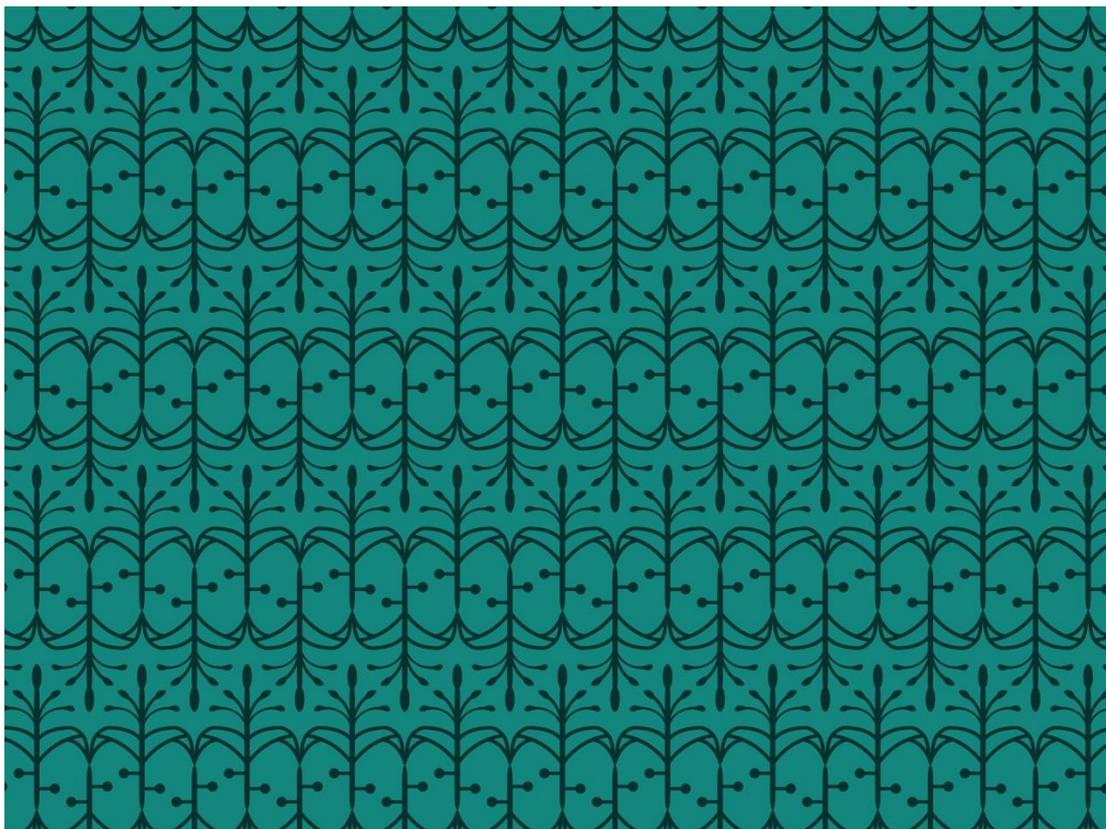


Figura 113 – Alternativa final - categoria Paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

Para a seleção final das alternativas foi considerada também a harmonia entre as cores e a característica de apresentar o fundo em tom mais claro que os grafismos, para que as três estampas sejam identificadas como um conjunto.

A fim de aumentar a identificação do conjunto, foi atribuído um nome e uma marca à linha de padronagens criada.

4.3 Marca

A linha de estampas criada necessitou de um nome e identidade visual para complementar sua identificação como conjunto. O processo de criação do nome iniciou com um breve *brainstorming* que originou as seguintes alternativas:

- Souvewit
- Wit Souvenir

- Sou Wit
- Souwit
- Encantos de Wit
- Retratos da Colônia
- Ícones da Colônia
- Impressões de Wit
- Recorde Wit
- Lembrewit
- Etnowit
- Für dich

Pela intenção de resgatar a língua alemã no nome e alcançar o objetivo de representar e fazer lembrar a Colônia Witmarsum, a alternativa escolhida foi o nome “FÜR DICH”, cuja tradução é “para você”. Complementando o nome, segue o slogan “Lembranças de Witmarsum para você”.

Foram criados 5 modelos de grafismos, combinados com 11 tipografias diferentes, no estilo script e gótico. Como conceito, foram utilizadas as palavras-chave germânico e sofisticado, considerando, também, o moderno. A figura 114 apresenta as alternativas de logotipo criadas para a marca.

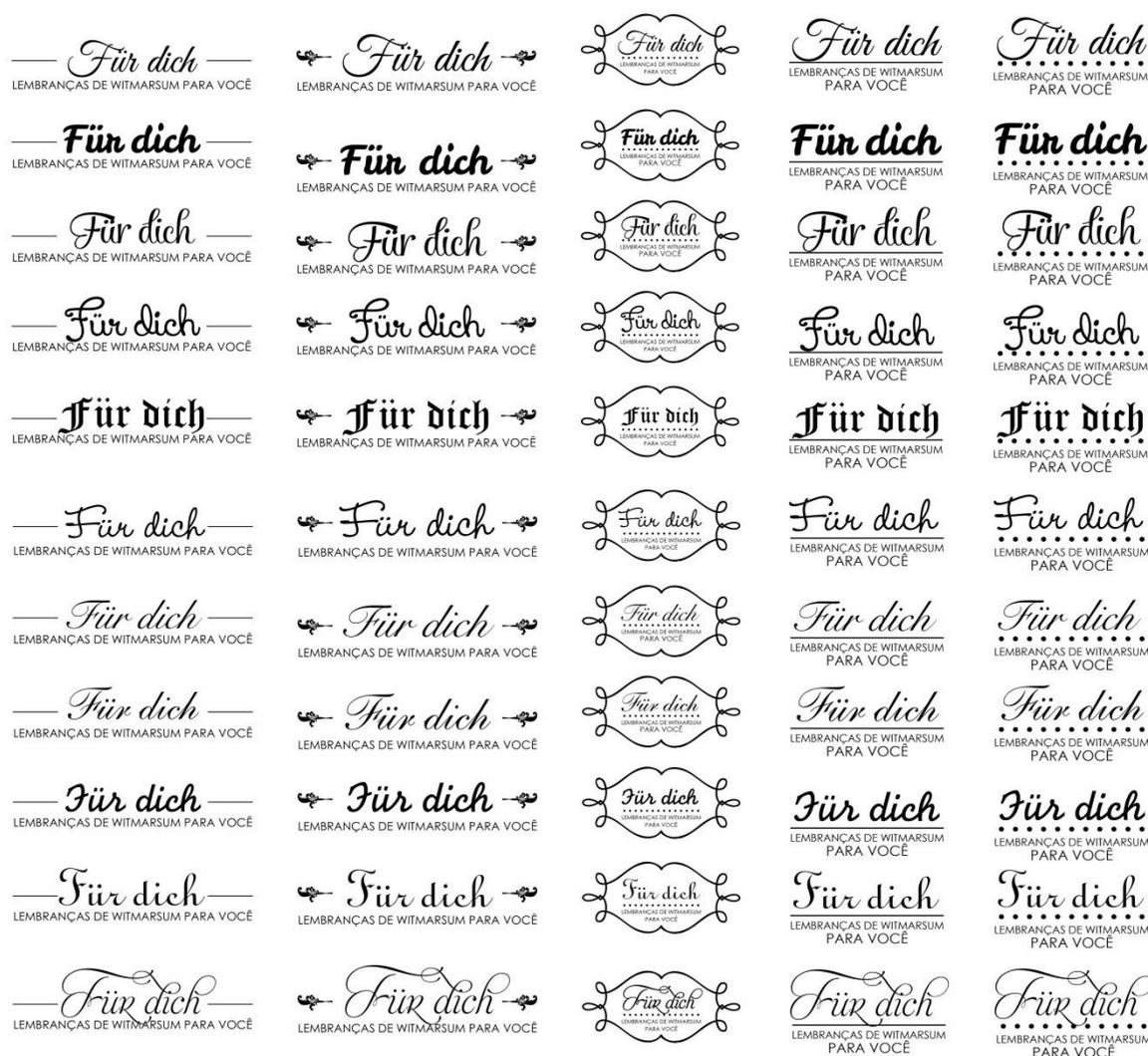


Figura 114 – Alternativas de logotipo.
FONTE: a autora, 2014.

Analisando o conjunto de alternativas, foram escolhidas 3 opções que apresentavam maior potencial para representar o conceito pretendido para aplicar a matriz de avaliação. As figuras 115, 116 e 117 mostram as alternativas selecionadas para avaliação:

————— ***Für dich*** —————
 LEMBRANÇAS DE WITMARSUM PARA VOCÊ

Figura 115 – Alternativa selecionada para avaliação.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 116 – Alternativa selecionada para avaliação.
 FONTE: a autora, 2014.



Figura 117 – Alternativa selecionada para avaliação.
 FONTE: a autora, 2014.

A elaboração da matriz de avaliação seguiu o esquema de Maria Luísa Peón (2003, p. 74-80), na qual são estabelecidos critérios a serem avaliados objetivamente em cada alternativa. Cada critério recebe um peso diferente, de acordo com as prioridades do conceito. Assim, foram listados 4 critérios: Germânica, com peso 3, Sofisticada, com peso 2, Moderna, com peso 1 e Atividade-fim (representa o produto ao qual se relaciona), também com peso 1.

A avaliação foi realizada através do Qualtrics (www.qualtrics.com) e apresentou-se da seguinte forma aos avaliadores (figuras 118 a 120):

Qualtrics

Für dich
LEMBRANÇAS DE WITMARSUM PARA VOCÊ

Marque o valor que você atribui para cada critério estabelecido abaixo, em relação à marca apresentada.

	0	1	2	3	4	5
Germânica	0					
Moderna						
Sofisticada						
Atividade-fim (representa o produto ao qual se relaciona)						

<< >>

Free Trial Survey Powered by Qualtrics Report Abuse

Figura 118 – Tela de avaliação de logotipo.
FONTE: a autora, 2014.

Qualtrics

Für dich
LEMBRANÇAS DE WITMARSUM PARA VOCÊ

Marque o valor que você atribui para cada critério estabelecido abaixo, em relação à marca apresentada.

	0	1	2	3	4	5
Germânica	0					
Moderna						
Sofisticada						
Atividade-fim (representa o produto ao qual se relaciona)						

<< >>

Free Trial Survey Powered by Qualtrics Report Abuse

Figura 119 – Tela de avaliação de logotipo.
FONTE: a autora, 2014.

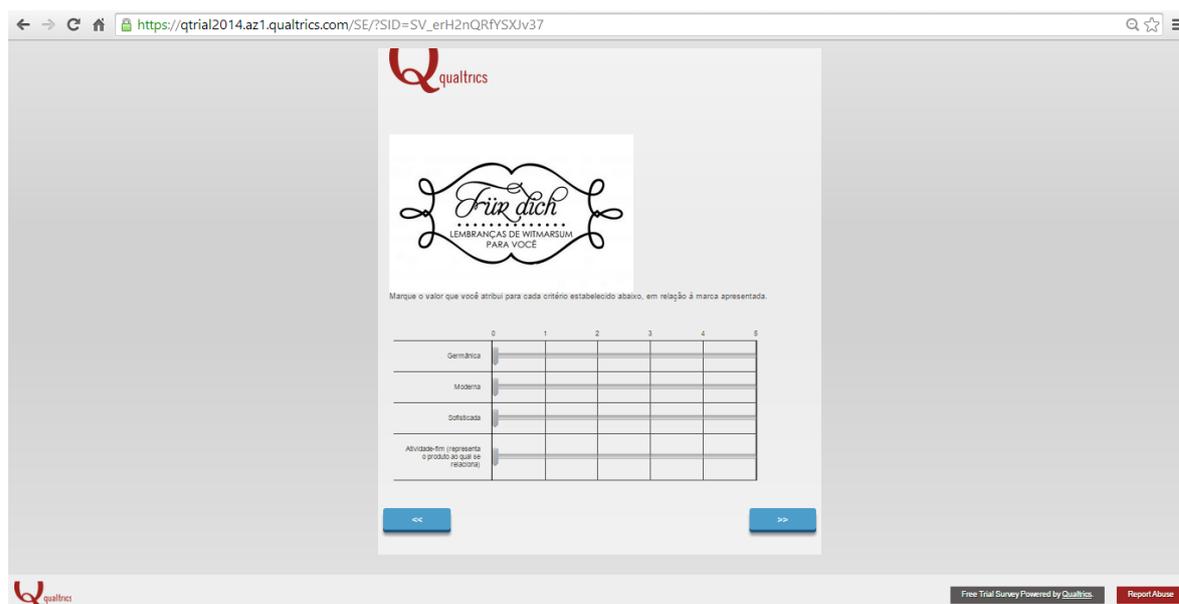


Figura 120 – Tela de avaliação de logotipo.
FONTE: a autora, 2014.

A avaliação contou com 31 respostas. Para cada alternativa, foram somados os valores atribuídos em cada critério e multiplicados pelo seu peso. Assim, obteve-se o valor de 561 para a primeira marca (figura 115), 568 para a segunda (figura 116) e 539 para a terceira (figura 117). Através dos resultados, observou-se que a segunda opção é a alternativa mais adequada, pois obteve o maior resultado e atende melhor aos requisitos do conceito. A figura 121 apresenta o logotipo final, com pequenos ajustes de dimensionamento e espaçamento.



Figura 121 – Logotipo final.
FONTE: a autora, 2014.

As fontes utilizadas no logotipo foram a Aphrodite Slim Pro (para o nome “Für dich”) e Century Gothic (para o slogan).

Tendo escolhido as alternativas de estampas e de logotipo, é preciso sugerir aplicações para as criações.

4.4 Aplicação

Como já indicado, os produtos selecionados para receber a aplicação são: jogo americano, pano de prato e jogo de louça.

A aplicação de um estampa em uma superfície exige um planejamento. Assim, foram projetadas algumas opções de aplicação, a começar pelo jogo de louça (composto por um prato, um pires e uma xícara) na figura 122:



Figura 122 – Alternativas de aplicação em jogo de louça – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.

As estampas referentes ao artesanato e paisagem foram aplicadas da mesma maneira e são mostradas nas figuras 123 e 124:



Figura 123 – Alternativas de aplicação em jogo de louça – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

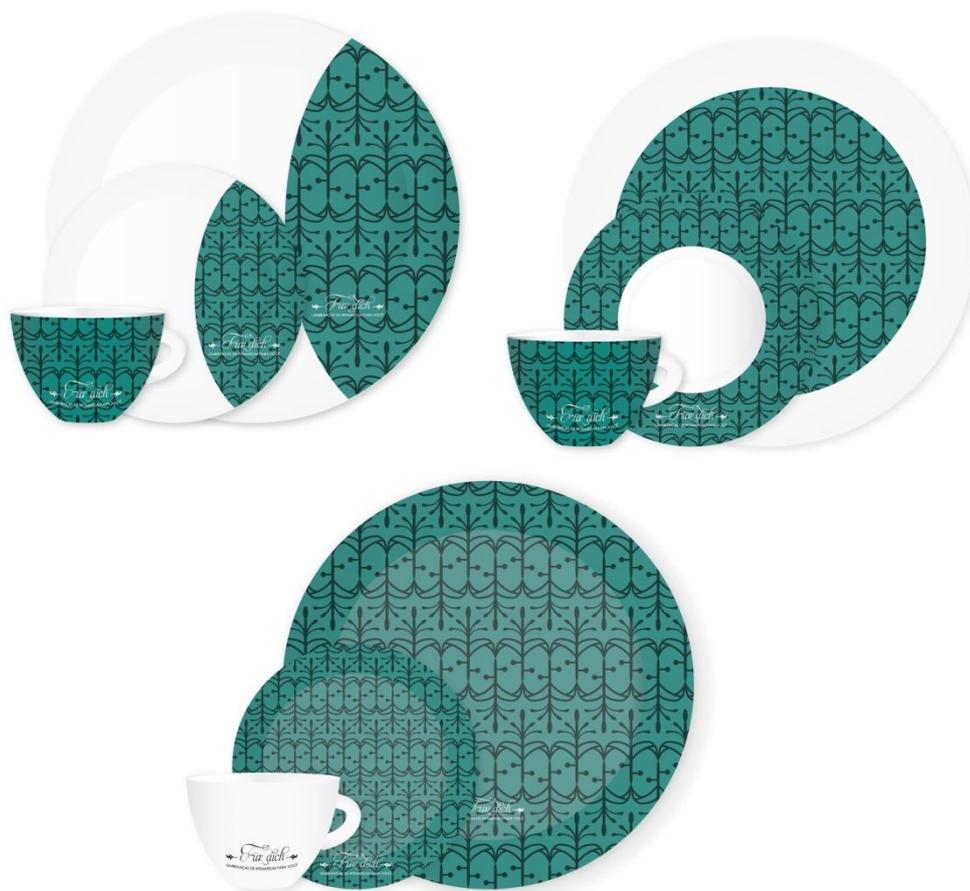


Figura 124 – Alternativas de aplicação em jogo de louça – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

Para o jogo americano, optou-se por aplicar a estampa em toda a superfície, valorizando a própria estampa. As figuras 125, 126 e 127 ilustram o resultado da aplicação para cada estampa.

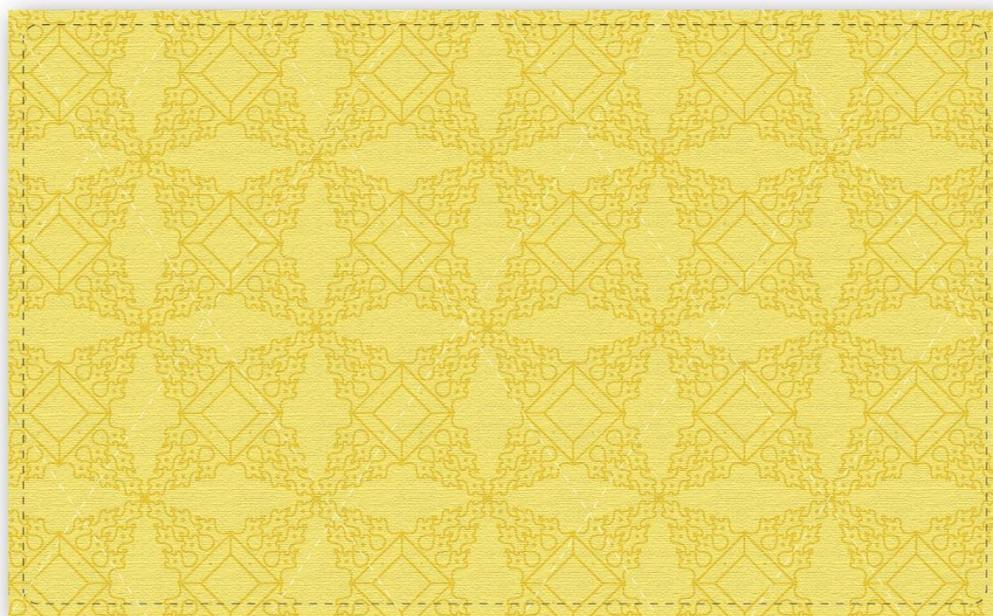


Figura 125 – Alternativa de aplicação em jogo americano – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 126 – Alternativa de aplicação em jogo americano – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.

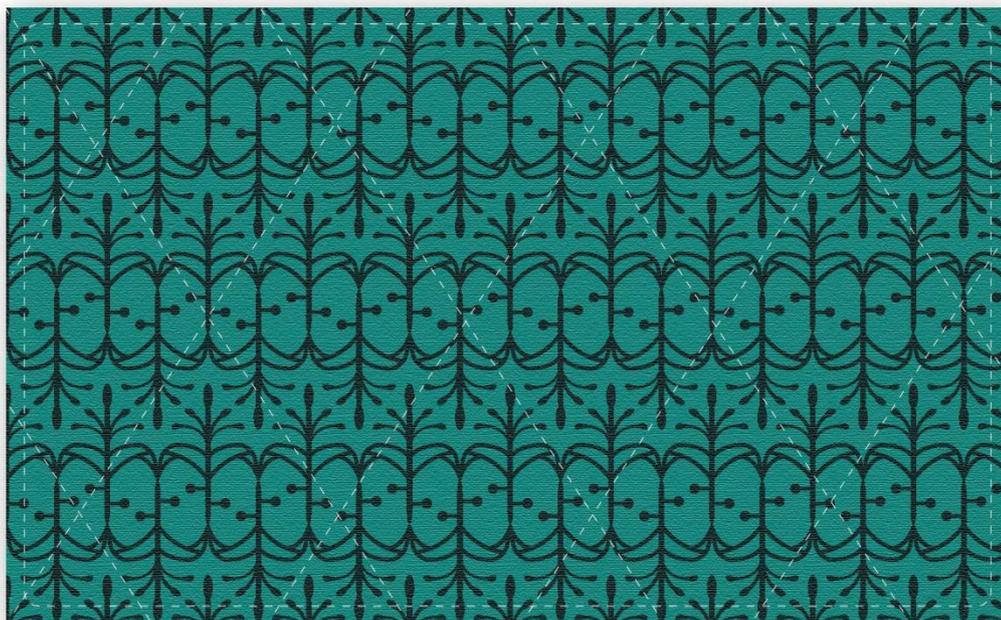


Figura 127 – Alternativa de aplicação em jogo americano – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

No pano de prato, foi sugerida a aplicação de um barrado com o tecido estampado, na parte inferior, deixando a maior área com o tecido próprio de pano de prato, para que a peça não perca sua função. As figuras 128, 129 e 130 ilustram a aplicação pretendida.



Figura 128 – Alternativa de aplicação em pano de prato – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 129 – Alternativa de aplicação em pano de prato
– tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 130 – Alternativa de aplicação em pano de prato – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

A fim de experimentar as aplicações e observar sua viabilidade, foram feitos protótipos dos itens mencionados acima.

4.4.1 Prototipagem

O processo de prototipagem de cada peça se deu de maneiras diferentes, de acordo com os processos disponíveis e viabilidade de produção.

A começar pelo jogo de louça: a prototipagem em indústria não foi possível, pois em todas as empresas consultadas o número mínimo de peças era acima de

500 unidades, o que tornou inviável a aplicação de tal forma. Assim, a aplicação foi feita de forma artesanal. Foram compradas as peças brancas que tivessem o mínimo de detalhes na forma, a fim de facilitar a aplicação das estampas. As padronagens foram impressas em um papel de decalque para impressora a jato de tinta e receberam uma camada de *spray* de fixação. A alternativa de aplicação escolhida foi a que apresentou os pratos e pires com uma lateral estampada e a xícara totalmente coberta. Então foram recortadas as formas planificadas de cada peça, que seguiram para aplicação. O logotipo foi impresso também em decalque e foi aplicado em cima da estampa.

Como o papel de decalque não era específico para cerâmica, não foi possível a queima para melhor fixação, porém o objetivo de visualizar a estampa aplicada foi alcançado. As figuras 131 a 139 são as fotografias dos jogos de louça prototipados.



Figura 131 – Protótipo de jogo de louça – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 132 – Protótipo de jogo de louça – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 133 – Protótipo de jogo de louça – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 134 – Protótipo de jogo de louça – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 135 – Protótipo de jogo de louça – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 136 – Protótipo de jogo de louça – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 137 – Protótipo de jogo de louça – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 138 – Protótipo de jogo de louça – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 139 – Protótipo de jogo de louça – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

O pano de prato e jogo americano são itens produzidos a partir de tecidos. Cada padronagem foi estampada através de serigrafia nas cores mais próximas do que havia sido definido. Foram escolhidos os tecidos que mais se assemelhassem à cor do fundo de cada estampa, sendo a cor dos desenhos produzida para estampar.

Os tecidos estampados foram entregues à costureira, que produziu todos os itens. Durante o processo, ocorreram mudanças em relação ao projeto original: ao jogo americano foi adicionada uma borda de viés para dar acabamento e o pano de prato recebeu um bordado inglês, também para melhor acabamento.

Depois de todas as peças finalizadas, foi aplicado o logotipo com um carimbo.

As fotografias dos produtos seguem nas figuras 140 a 153.



Figura 140 – Protótipo de pano de prato – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 141 – Protótipo de pano de prato – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 142 – Protótipo de pano de prato – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 143 – Protótipo de pano de prato – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 144 – Protótipo de pano de prato – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 145 – Protótipo de pano de prato – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 146 – Protótipo de pano de prato – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 147 – Protótipo de pano de prato – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 148 – Protótipo de pano de prato – conjunto.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 149 – Protótipo de jogo americano – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 150 – Protótipo de jogo americano – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 151 – Protótipo de jogo americano – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.

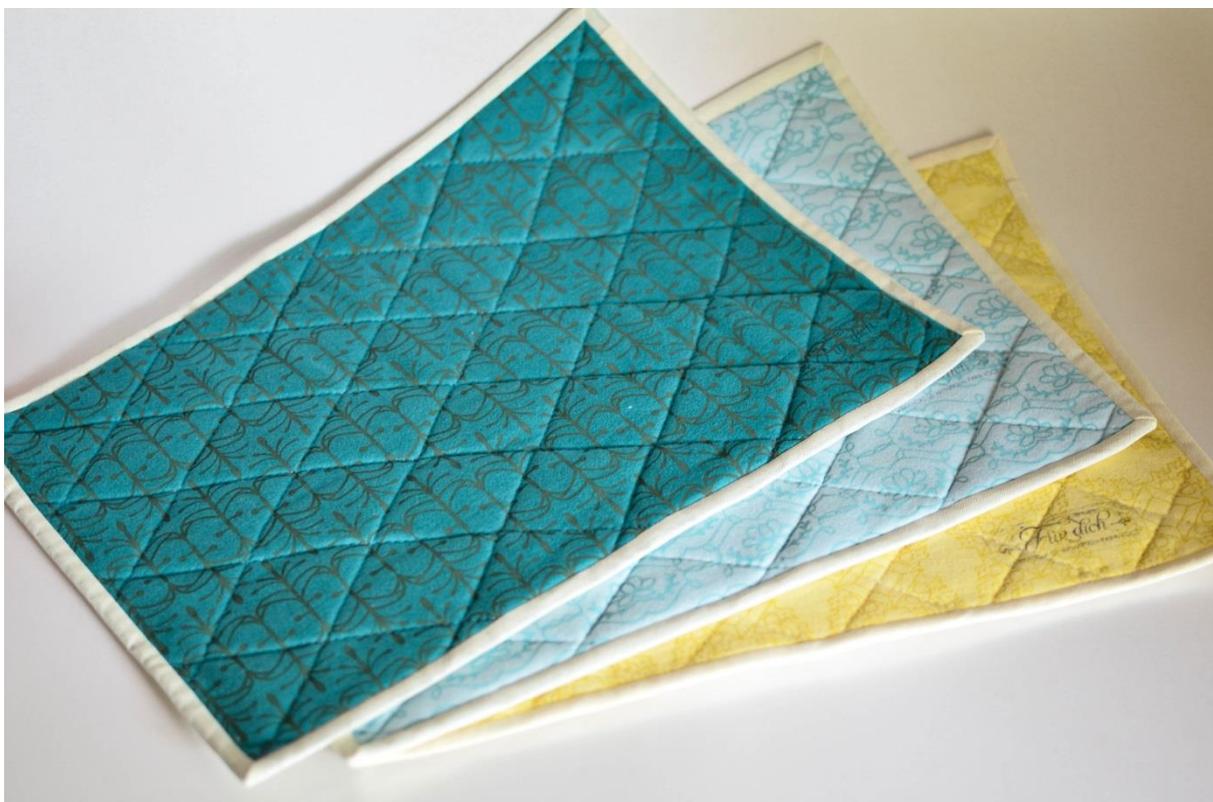


Figura 152 – Protótipo de jogo americano – conjunto.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 153 – Protótipo de jogo americano – conjunto.
FONTE: a autora, 2014.

Mesmo não tendo planejado anteriormente, foram produzidas capas de almofada com o tecido restante. O resultado se apresenta nas figuras 154 a 157.



Figura 154 – Protótipo de almofada – tema arquitetura.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 155 – Protótipo de almofada – tema artesanato.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 156 – Protótipo de almofada – tema paisagem.
FONTE: a autora, 2014.



Figura 157 – Protótipo de almofada – conjunto.
FONTE: a autora, 2014.

A prototipagem foi um processo importante, pois através dela foi possível identificar as melhorias a serem feitas, no caso de produção maior para venda.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Design de Superfície é uma área do Design ainda recente no Brasil, o que justifica o número reduzido de publicações a seu respeito. Assim, as obras de Rütshilling (2008) e Rubim (2004) tornam-se as principais referências.

O estudo teórico a respeito do Design de Superfície fez-se necessário para desenvolvimento do trabalho, pois a partir dele foi possível identificar a infinidade de possibilidades da área.

A característica de obtenção de diversos resultados de composição visual da padronagem, presente na área do Design de Superfície, foi verificada durante o desenvolvimento. Notou-se que cada módulo repetido de diferentes formas, também com rotação, gerou aspectos visuais diferentes.

O estudo teórico a respeito do Turismo e de Suvenires possibilitou o entendimento do Turismo na Colônia Witmarsum e a sua relação com Suvenires, além de inspirar a escolha de produtos a serem desenvolvidos. A falta de variedade de objetos de lembrança para os turistas foi um fator significativo para escolha de tais produtos como alternativas para o projeto.

O panorama geral buscado na Colônia Witmarsum permitiu identificar os principais elementos visuais presentes. Tais elementos foram a base para geração de alternativas, para, assim, serem facilmente reconhecidas e relacionadas. Os resultados obtidos na pesquisa com moradores da colônia e turistas também foram considerados para a criação das padronagens e foram importantes para identificar a percepção da Colônia Witmarsum para os próprios moradores e para os turistas.

A falta de uma metodologia estabelecida para projetos de Design de Superfície acarretou na elaboração de uma metodologia própria. Para tal, serviram como base as metodologias de Bruno Munari (1981) e Rodolfo Fuentes (2006).

A fase de desenvolvimento permitiu aplicar os conceitos aprendidos tanto na pesquisa teórica quanto na formação acadêmica. Durante as experimentações de disposição dos módulos e aplicação de cor, foi percebida a infinidade de alternativas possíveis. Este fato inspira a continuidade do trabalho, com diferentes padronagens utilizando os mesmos módulos.

A prototipagem dos produtos permitiu melhor visualização do trabalho desenvolvido e algumas considerações no caso de produção em maior escala.

Os produtos em tecido obtiveram resultado satisfatório, porém há a necessidade de melhor apresentação da marca, que não se apresentou bem em forma de carimbo. Podem ser desenvolvidas etiquetas em tecido, que possam ser costuradas junto ao trabalho.

Em relação às peças cerâmicas, verificou-se a inviabilidade de produção industrial. Mesmo objetivando a venda como souvenir, a demanda, a princípio, não é grande o suficiente para investir em produção de larga escala. Porém, pode-se produzir canecas, ao invés do jogo completo, em gráficas digitais. Sendo o item mais votado na pesquisa realizada, é um produto de grande aceitação e custo viável para oferecer aos turistas.

Analisando os protótipos, notou-se a falta de alternativa em preto e branco, sendo essa uma sugestão para produções futuras. O efeito de preto e branco é diferente para as alternativas e o fato de ser neutro, pode ter grande aceitação também.

O desenvolvimento deste trabalho foi significativo para a autora, que pôde adquirir conhecimentos acerca de temas não abordados durante sua formação, além de se aprofundar mais na história e características do seu local de origem, a Colônia Witmarsum. Durante todas as fases, foi motivada pela possibilidade de agregar valor à cultura e tradição da colônia através de seus conhecimentos e ideias. A satisfação pelos resultados obtidos motiva a continuidade do trabalho, oferecendo os produtos aos turistas em lojas da Colônia Witmarsum. Para tanto, identifica-se a necessidade de projetar embalagens e materiais gráficos de divulgação e explicação, complementando os produtos.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de; MENEZES, Marizilda dos Santos. Design Étnico: A identidade sociocultural dos signos. In: MENEZES, Marizilda dos Santos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. **Design e Planejamento: aspectos tecnológicos**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

DESIGNBRASIL. **Soucuritiba Lança Segunda Coleção De Suvenirs Com Design**. Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br/entre-aspas/soucuritibalanca-segunda-colecao-de-suvenirs-com-design/#.U82-wPldWSo>> Acesso em 21/07/2014

DÜCK, Elvine Siemens. **Vitalidade linguística do *Plautdietsch* em contato com variedades *standard* faladas em comunidades menonitas no Brasil**. 2011. 334f. Tese (Pós-Graduação em Letras) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. Tradução: Osvaldo Antonio Rosiano. São Paulo: Edições Rosari, 2006.

GÂNDARA, José Manoel; HORODYSKI, Graziela Scalise; MANOSSO, Franciele Cristina. **Conceitos e Abrangência do Suvenir na Dinâmica do Espaço Turístico: O Caso de Curitiba-PR**. Disponível em <<http://siaiweb06.univali.br/seer/index.php/rtva/article/viewFile/4084/2494>> Acesso em 11/07/2014

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

LEVINBOOK, Miriam. **Design de Superfície: técnicas e processos em estampa têxtil para produção industrial**. 2008. 104f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008.

LUPI DESIGN. **Suvenirs para Museu Oscar Niemeyer**. Disponível em <<http://www.lupidesign.com/#!mon/c37s>> Acesso em 11/07/2014

_____. **Lenços Leve Curitiba**. Disponível em <<http://www.lupidesign.com/#!leve-curitiba/c14ig>> Acesso em 11/07/2014

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: CosacNaify, 2008.

MACHADO, Paula de Souza; SIQUEIRA, Euler David de. Turismo, consumo e cultura: significados e usos sociais do souvenir em Petrópolis-RJ. In: **Revista Contemporânea**. 2008, N. 10. Disponível em <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_10/contemporanea_n10_edcompleta.pdf> Acesso em 11/07/2014

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Termos iniciados com a letra T**. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/glossario/detalhe/T.html> Acesso em 21/07/2014

_____. **Turismo Rural: orientações básicas**. Brasília, 2010. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em 11/07/2014

_____. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural**. Setembro/2004. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Diretrizes_Developmento_Turismo_Rural.pdf> Acesso em 11/07/2014

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas**. Tradução: José Manuel de Vasconcelos. Lisboa: Edições 70, 1981,

ONO, Maristela Mitsuko. **Design e cultura: sintonia essencial**. Curitiba: Edição da Autora, 2006.

PEÓN, Maria Luisa. **Sistemas de identidade visual**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003 (3ª edição)

RUBIM, Renata. **Desenhando a Superfície**. São Paulo: Rosari, 2004.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2008.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. Design e cultura: os artefatos como mediadores de valores e práticas sociais. In: QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro. **Design & Cultura**. Curitiba: Editora Sol, 2005.

SEBRAE. **Identidade Cultural**: Iconografia do Paraná. Curitiba: SEBRAE, 2004.

SENAC. **Arquitetura Enxaimel**: Um pedacinho da Alemanha no Brasil. Disponível em: <<http://blog.sc.senac.br/arquitetura-enxaimel-um-pedacinho-da-alemanha-no-brasil/>> Acesso em 11/07/2014

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003.

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e Cultura**. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.

APÊNDICE A – Questionário aplicado

1/4 Você mora/morou em Witmarsum ou é turista?

- Moro/morei em Witmarsum
- Sou turista

2/4 Quais símbolos/elementos você acha que representam Witmarsum, nos seguintes aspectos? Escreva sua resposta em cada linha:

Arquitetura e Mobiliário: _____

Paisagem: _____

Culinária: _____

Animais: _____

Artesanato: _____

Outros: _____

3/4 Você identifica aspectos da cultura alemã em Witmarsum?

- Sim
Quais? _____
- Não

4/4 Dos produtos listados abaixo, quais você compraria em Witmarsum como um souvenir (lembrança), sendo estampados com temas típicos de Witmarsum? Selecione até 5 opções.

- Caneca
- Pano de Prato
- Jogo de louça
- Porta-copos
- Almofada
- Ecobag
- Bloco de Anotação / Caderno
- Cartão Postal
- Chaveiro
- Lenço / Echarpe
- Pingentes
- Jogo Americano
- Outra sugestão: _____